



# **Medietrender i Norden 2010**

TERJE FLISEN & EVA HARRIE (RED)

NORDICOM

**Mediestatistik****NORDEN**

Jämförande statistik  
Publikationer  
Medielagstiftning  
Nyhetsbrev

**DE NORDISKA****LÄNDERNA**

Nationell statistik  
MedieSverige

**LÄNKAR**

Mer fakta om medier

**FAQ**

Svar på vanliga frågor

**OUTLOOK****Europe**

Policy Documents  
Organisations  
Newsletter

**International**

Agreements & Organisations  
Newsletter

Ansvariga:

Eva Harrie (Norden)

Ulrika Facht (Sverige)



## Medieutveckling och mediestatistik i Norden

Nordicom dokumenterar medieutvecklingen i Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige i ett jämförande perspektiv. Syftet är att påvisa trender och förändringar i det nordiska medielandskapet. För att placera Norden i ett större sammanhang bevakar Nordicom även europeiskt och internationellt arbete på medieområdet.

**Kunskap om Norden**

Här finns omfattande jämförande information om den nordiska mediemarknaden: statistik och analys, en översikt av lagstiftningen på medieområdet samt nyheter om den senaste utvecklingen. Läs också om Nordicoms bokserie *Nordic Media Trends*.

**Nationell mediestatistik**

Mediestatistik för enskilda länder publiceras av Styrelsen för Bibliotek og Medier, Finska Statistikcentralen, Isländska Statistikcentralen, medienorge och MedieSverige (en tjänst under Nordicom-Sverige). För mer information, se *Nationell statistik*.

**Europeiskt och internationellt utblick**

Nordicom följer EU, Europarådets och internationella organisationers arbete på medieområdet. Tjänsten Outlook informerar om viktiga mediepolitiska dokument, organisationer och aktörer samt ger en inblick i frågor som är på agendan idag.

**Om du vill veta mer**

Nordicoms *länksamling* omfattar organisationer, myndigheter, mediebolag med flera, som har information om medier på sina hemsidor. Samlingen omfattar nationella, nordiska, europeiska och internationella länkar.

**Nyheter**

► "Trends in European television", del 2 av EAOs årsbok 2009, finns nu publicerad. Innehåller europeiska tv-fakta om bolag, program, kanaler m.m.  
[Apr 2010]

► Färre tidningsläsare, fler bokläsare. Det är några av resultaten från "Norsk Mediebarometer 2009". Läs hela publikationen på SSBs webb.  
[Apr 2010]

► "Avisåret 2009", den årliga rapporten om norsk dagspress, är nu publicerad. Sigurd Høsts rapport finns tillgänglig som pdf på Høgskulen i Volda's webb.  
[Apr 2010]

Nyhetsarkiv

NORDICOM • Göteborgs universitet • Box 713 • SE 405 30 Göteborg • Tel: +46 31 786 0000 • Fax: +46 31 786 4655 • E-post: info@nordicom.gu.se

Webbportalen Medieutveckling och mediestatistik i Norden är en kunskapstjänst om medielandskapet på nordisk, nationell, europeisk och internationell nivå.

- **Nordisk statistik, medielagstiftning och nyhetsbrev.** Samnordisk medieinformation, som även är basen för denna publikation, *Medietrender i Norden 2010*.
- **Nationell statistik.** Nordicoms samarbetsorganisationer i Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige sammanställer och presenterar nationell mediestatistik. Här finns länkar, adresser och kontaktdata.
- **MedieSverige.** Nordicom-Sverige dokumenterar den svenska medieutvecklingen. På webben finns mediestatistik och presentationer av publikationerna *MedieSverige*, *Den svenska mediemarknaden*, *Mediebarometern* samt *Internetbarometern* (hela rapporten i pdf-format).
- **Länkar till mer fakta om medier.** Nordicoms omfattande länkguide till mer information om medier i de nordiska länderna, Europa och internationellt.
- **Outlook Europe.** En översikt över viktiga policy-dokument och organisationer på den europeiska arenan. Nyhetsbrevet *European Media Policy* rapporterar om aktuellt arbete på medieområdet inom EU och Europarådet.
- **International Outlook.** En sammanställning av organisationer som verkar på det internationella fältet, exempelvis WTO och UNESCO, och en översikt över globala avtal och överenskommelser. Nyhetsbrevet *On the International Agenda* rapporterar kontinuerligt om medierelaterade händelser på området.
- **Nyheter** med länkar till nya undersökningar, rapporter, statistiksamlingar, med mera.
- **Nordicoms tre nyhetsbrev** om medieutvecklingen, *Medier i Norden*, *European Media Policy* och *On the International Agenda* publiceras på webben. En gratis prenumeration kan tecknas på respektive brevs webbsida. Prenumeranter får ett e-brev varje gång ett nytt nummer publiceras.

# Medietrender i Norden 2010

# Medietrender i Norden 2010

Terje Flisen & Eva Harrie

© Nordicom

ISBN 978-91-86523-01-5

NORDICOM

Göteborgs universitet

Box 713

SE 405 30 Göteborg

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

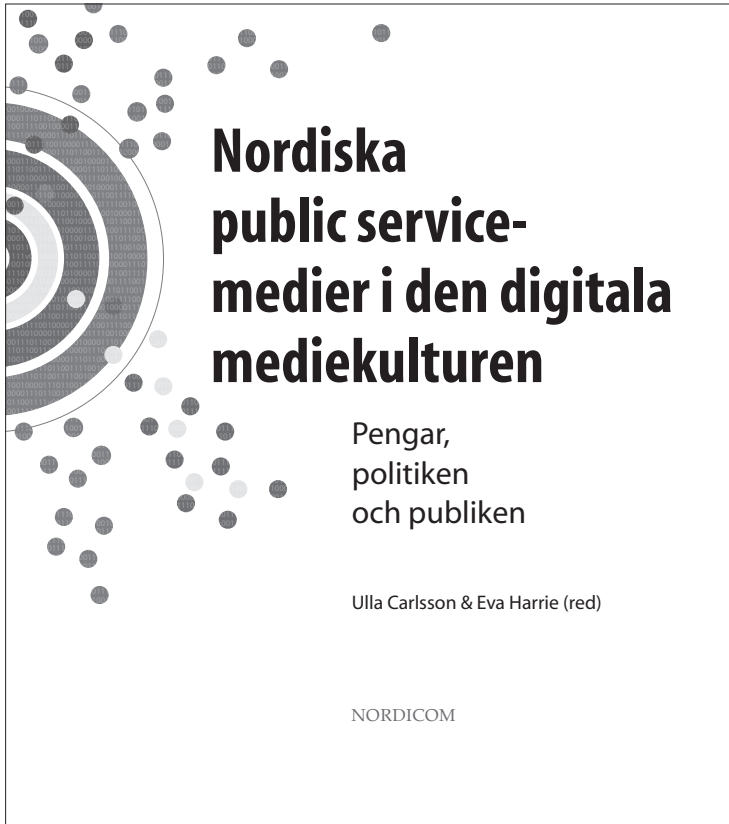
Omslag: Daniel Zachrisson

Tryckning: Litorapid Media AB, Göteborg 2010, ISO 14001

## Innehåll

|                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Förord                                                                                                       | 5  |
| Tema: Film i Norden                                                                                          | 7  |
| Filmpolitik i de nordiska länderna                                                                           | 8  |
| Ramverket för de nordiska ländernas filmpolitik                                                              | 17 |
| Nordisk filmstatistik                                                                                        | 23 |
| Aktuell statistik om medier i Norden 2009-2010                                                               | 27 |
| Medier och kommunikation:<br>Aktuella utredningar, rapporter och förslag<br>i de nordiska länderna 2009-2010 | 36 |

Aktuell bok från Nordicom



För mer information se:

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

(Publikationer – Skrifter nordiska språk)

## Förord

*Medietrender i Norden 2010* är den tredje utgåvan i en årlig serie. Tanken är att ge aktuella bilder av medielandskapet och samtidigt visa på Nordicoms omfattande dokumentation av den nordiska medieutvecklingen.

I år är temat nordisk film och filmpolitik, ett område som präglas av stora frågor om ekonomi, distribution och den kreativa processen. Utredningar och avtal är på gång i flera länder, och de kommande åren blir med all säkerhet händelserika inom filmpolitiken i de nordiska länderna. Utvecklingen belyses här genom en uppdaterad version av nyhetsbrevet *Medier i Nordens* första utgåva 2010, som tar upp de stora linjerna i den filmpolitiska debatten i Norden och går igenom aktuella filmpolitiska frågor i Danmark, Finland, Norge och Sverige. Filmpolitikens ramverk i form av ansvariga myndigheter, regelverk och avtal presenteras också, följt av fakta om filmer och biobesök.

Men mediemarknaden är mer än film. Nordicoms nordiska statistik täcker struktur, ägande och användning för ett brett fält av medier. Statistikexempel i boken visar att det fortsatt är fem stora nordiska bolag som dominerar den nordiska marknaden, även om utländska aktörer som ProSiebenSat.1 och Mecom Group har starka positioner. Nordborna är aktiva internetanvändare, men tittar fortfarande på tv. I fyra av fem länder ökade tittartiden 2009, och bland annat har nischkanalerna ökat sin tittartid. De största tittartidsandelarna behåller dock de etablerade tv-programföretagen genom egna nya temakanaler.

I denna publikation ingår också en översikt av medierelaterade utredningar och viktiga offentliga rapporter i de nordiska länderna under 2009 och fram till april 2010. Upphovsrätt och personlig integritet är aktuella frågor, något som bland annat återspeglas i översikten. Sammanställningen, som omfattar både avslutade och några pågående utredningar, baserar sig på Nordicoms medielagstiftningsbas tillsammans med nyhetsbrevet *Medier i Nordens* senaste utgåvor.

Nordicoms dokumentation är en växande källa till omvärldskunskap vad gäller medieutvecklingen i både nordiskt och internationellt perspektiv. Vi hoppas att *Medietrender i Norden 2010* ska inspirera Nordicoms gamla och nya brukare till att ta del av all mediedokumentation som finns på webben, i våra publikationer och nyhetsbrev.

Göteborg och Oslo i april 2010

Eva Harrie & Terje Flisen



# Tema: Film i Norden

- Filmpolitikk i de nordiske land
- Rammeverket for de nordiske lands filmpolitikk
- Nordisk filmstatistikk

# Filmpolitikk i de nordiske land

Nye filmpolitiske mål og virkemidler er satt på den nordiske medieagendaen i 2010. Det Danske Filminstituts innspill til ny dansk filmavtale for perioden 2011-2014 har som utgangspunkt at filmskaperne skal frigjøres fra byråkratiske hindringer som hemmer kreativ utfoldelse. Svenska Filminstitutet ønsker en ny utgave av den svenske filmavtalen, en revisjon av avtalen som reflekterer at dagens teknologi har gitt nye muligheter for visning av film.

Rask teknologisk utvikling skaper nye økonomiske realiteter. Dette gir føringer for mange av de filmpolitiske beslutninger som er tatt og skal tas i de nordiske landene i 2010 og de kommende årene. De store linjene i den aktuelle filmpolitiske debatten i Norden belyses innledningsvis. Etter generelle betraktninger følger en gjennomgang av den filmpolitiske situasjonen i Danmark, Finland, Norge og Sverige.

## Økonomi er alltid på dagsordenen

Produksjon av film og TV-serier er kostbart, derfor vil økonomi alltid være et viktig moment når filmpolitikken diskuteres i de nordiske landene. Men kreative prosesser kan ikke settes i gang på kommando. Derfor finnes det både blant nordiske politikere og i filmmiljøene en viss – og ofte sunn – skepsis mot tankegangen om at større pengebevilgninger automatisk resulterer i flere og bedre filmer. Felles for de fleste nordiske land er likevel at den politiske majoritet har vist vilje til langsiktig subsidiering av den nasjonale filmproduksjonen, i erkennelse av at de nordiske hjemmemarkedene er for små til at de kan opprettholde en bred nasjonal filmproduksjon.

Filmsubsidieordningene i de nordiske landene er relativt ulike, både i volum og utforming. Alle har som grunnleggende mål å støtte nasjonal kultur og språk. I forlengelse av dette synet er regionale filmfond blitt en del av den nasjonale filmsatsingen i de fleste nordiske land.

## Fortsatt få nordiske blockbusters

Bare unntaksvis oppstår nordiske filmlokomotiver, blockbusters, der investorene tjener penger – og noe av støttemidlene føres tilbake til giverne – fordi filmene gjør det bra både på hjemme- og utemarkedet. Regelen synes fortsatt å være at de fleste nordiske spillefilmer, kort- og dokumentarfilmer og TV-serier må ha offentlig støtte i tillegg til privat kapital for å kunne bli realisert.

Det europeiske filmsamarbeidsorganet ThinkTank, ledet av tidligere direktør i Det Danske Filminstitut, Henning Camre, framhever at offentlig støtte synes å være helt nødvendig for utvikling av europeisk filmproduksjon.<sup>1</sup> ThinkTank arbeider for at støttesystemene skal være åpne (transparente), slik at mottakerne er klar over sine forpliktelser og de kreative, kommersielle og politiske hensyn som de statlige giverne legger til grunn. Filmsamarbeidsorganet vil belyse hvor

godt de europeiske subsidiesystemene fungerer og om det er en funksjonell balanse mellom offentlig og privat filmfinansiering. ThinkTank advarer mot faren for at offentlige støtteordninger skal stagnere og bli statiske subsidiekulturer.

### Internasjonal heder til nordiske filmer og TV-produksjoner

Den internasjonale oppmerksomheten om nordiske filmer er relativt stor, tatt i betraktning av at filmene er få i forhold til det som kommer på markedet fra de store filmlandene. Nordiske filmer og TV-serier blir ofte tatt ut til internasjonale festivaler og nominert til prestisjetunge priser. Film vises ikke bare på kino, men på TV og DVD – og video-on-demand er i ferd med å bli en etablert praksis. Dermed kan det internasjonale publikum for nordiske filmer bli ganske stort.

### Langsiktig tverrnordisk filmstøtte

Å skape langsiktighet for nordisk filmproduksjon var et viktig mål da Nordisk råd og Nordisk ministerråd opprettet Nordisk Film & TV Fond i 1990.<sup>2</sup> Formålet er å gi toppfinansiering til nordiske samproduksjoner og distribusjons- og lanseringsstøtte. I tillegg støttes filmkulturelle tiltak. Fondet finansieres med tilskudd fra Nordisk ministerråd og de øvrige 16 partnerne i fondet; de nordiske filminstituttene og nordiske TV-selskaper. Nordisk råds filmpris administreres av Nordisk Film & TV Fond som påskjønnelse til nordiske filmskaperne. Som et ledd i globaliseringsstrategien til Nordisk ministerråd ble fondet tildelt ekstra midler i perioden 2010-2012. Midlene skal brukes til økt innsats for å hjelpe nordiske film- og TV-produsenter inn på internasjonale markeder.

Filmkontakt Nord, etablert i 1991, er et samarbeidsorgan for nordisk kort- og dokumentarfilm, som fremmer nettverksbygging, arrangerer årlige nordiske festivaler og driver variert markedsføring av filmer på internasjonal basis. Filmkontakt Nord får støtte fra blant andre Nordisk ministerråd (via øremerkede midler i bevilgningene til Nordisk Film & TV Fond) og de nordiske filminstituttene.<sup>3</sup>

I tillegg må Nordvision nevnes, som er samarbeidsorganet for de lisensfinansierte nordiske public service-foretakene.<sup>4</sup> Det finnes også gode muligheter for støtte til nordiske filmrelaterte formål i EU-systemet, fremst fra Media-programmet. Midlene herfra kan være betydelige. I 2009 mottok danske film-, TV, og dataspillprodusenter 43 millioner DKK – mer enn noen gang tidligere i Media-programmets snart 20-årige historie, meldte Det Danske Filminstitut 12. april 2010.<sup>5</sup>

## "Sæt filmen fri," erklærer Det Danske Filminstitut

Frigjør filmen fra byråkratiske hindringer som hemmer kreativ utfoldelse! Dette er utgangspunktet for Det Danske Filminstituts innspill til en ny filmavtale for perioden 2011-2014.

Under tittelen *Sæt filmen fri* <sup>6</sup> la Filminstituttet 29. januar 2010 fram sitt innspill til filmavtalen, som Folketinget skal ta stilling til i løpet av året.

Utgangspunktet for dansk film- og TV-bransje er godt, både kvalitativt og kvantitativt. Suksess har lenge født suksess. Den danske dogmefilmbølgen på 1990-tallet ble symbol på frigjørende kreativitet, godt egnet til å skape økonomiske resultater og utvikling. Danske film og TV-serier er blitt svært godt mottatt i internasjonale fora – og ofte prisbelønt.

Markedsandelen for danske filmer på kinoene i 2009 falt fra nesten 33 prosent i 2008 – det beste resultatet på 30 år – til rundt 17 prosent i 2009, i et år som ellers var godt for danske kinoer. Det kan være flere årsaker til svingende markedsandeler fra år til år. Mange tolker det svake 2009-resultatet som et av flere tegn på at dansk filmindustriens kreative impulser er svekket. I første kvartal 2010 er tendensen svakt stigende; ca. 19 prosent markedsandel for de danske filmene.

Statlige støtteordninger har lange tradisjoner i Danmark. Et filmfond ble opprettet allerede i 1938, for kulturelt verdifulle filmer, basert på avgifter fra kinoeierne. Siden 1964 har en filmlov dannet basis for statlig støtte til film, ved en revisjon i 1972 ble Det Danske Filminstitut etablert. Instituttet har siden administrert offentlig filmstøtte.

Dansk mediepolitikk styres av brede og langsiktige forlik i Folketinget. I 2010 skal medieavtalen<sup>7</sup>, som blant annet regulerer public service-kanalenes generelle virksomhet og deltakelse i filmbransjen, og filmavtalen<sup>8</sup> revideres for nye avtaleperioder. Kulturministeriet er ansvarlig for begge avtalene. I 2009 ble det overlevert en mediestøtteundersøkelse<sup>9</sup> til Kulturministeriet som kan få virkning på avtalenes innhold. Medieavtalen ventes klar i første halvår 2010, filmavtalen noe senere.

### “Spørg & Lyt” i filmmiljøene

Det Danske Filminstitut spissformulerer i innspillet til ny filmavtale, *Sæt filmen fri*: Detaljstyring og snever tenkning skal bekjempes. Infleksible støttesystemer som gjør det vanskelig å reagere på forandringer i markedet, den teknologiske utviklingen og nye tendenser, skal forandres. Dårligere økonomisk grunnlag for de enkelte filmproduksjoner gjør det nødvendig å tenke nytt. TV-kanalene har for stor innflytelse på filmene som skal støttes.

I et års tid har Filminstituttet vært i dialog med en rekke interessenter om hva som kan sikre at Danmark også i framtiden får en mangfoldig, bærekraftig og sterk filmkultur. Dialogen – fremst en spørreundersøkelse: “Spørg & Lyt”, danner bakgrunnen for opplegget.

I medieavtalen for perioden 2007-2010 ble de statlig eide TV-selskapene DR og TV 2 pålagt å bidra med 145 millioner kroner årlig til dansk filmproduksjon – beløpet går inn som en del av den totale årlige offentlige filmstøtten på ca. 500 millioner kroner (alle beløp i DKK). Både DR og TV 2 har bidratt på en lignende måte tidligere, men “med den nye aftale fik TV-stationerne de facto vetoret over, hvilke film der kan produceres i Danmark,” kommenteres det i *Sæt filmen fri*.

Filmprosjektene er i foruroligende grad blitt avpasset til økonomiske hensyn og TV-kanalenes sendeflatesystem, mener Filminstituttet. “I stedet for projekter, der er drevet af indre nødvendighed og markedsmæssige muligheder, tages der hensyn til de enkelte kassers profil, Filminstituttets resultatkontrakt og TV-interesser. Dermed tabes vigtige film på gulvet, og en begyndende monotoni truer.”

## DR og TV 2 "åbne som vinduer for danske film"

Filminstituttet mener at det er viktig å holde både "DR og TV 2 åpne som vinduer for danske film, og samspillet mellom Filminstituttet og TV-stasjonerne er centralt." Ansvaret for gjennomføringen av den samlede danske filmpolitikken bør imidlertid igjen overlates til Filminstituttet, understrekes det. TV-selskapenes rolle er først og fremst, og viktig nok, å ha et medfinansieringsansvar og være visningssted for de mange som nyter å se dansk film på TV, framholder Filminstituttet i *Sæt filmen fri*.

Den tidsbegrensete ordningen i medieavtalen 2007-2010, kalt Public Service Puljen, som finansieres av lisensmidler, er derimot Filminstituttet godt fornøyd med.<sup>10</sup> 75 millioner kroner ble satt av i første omgang for hele perioden, så bestemte Folketinget at det skulle gis ytterligere et tilskudd på 20 millioner kroner i 2009. Public Service Puljen<sup>11</sup> administreres av Filminstituttet og finansierer TV-drama- og TV-dokumentarproduksjoner for kommersielle TV-kanaler.

I tillegg til dette har DR ifølge medieavtalen 2007-2010 vært forpliktet til å bruke 150 millioner kroner årlig på produksjoner som utføres av eksterne, private produksjonsmiljøer.

### "DR og TV 2 bør fortsatt bidra"

Mogens Jensen, kultur- og medieordfører i Folketinget for Socialdemokraterne skrev i et innlegg i *Jyllands-Posten* i desember 2009 at han har sett problemene som har oppstått ved at DR og TV 2 "reelt har fått en meget stor indflydelse på dansk filmproduksjon. Et perspektiv, som slet ikke var inde i drøftelserne, da vi indgik forliget i sin tid, og som da også først år senere er blevet rigtig synligt. Det er selvfølgelig ikke acceptabelt, at det er DR og TV 2, der i sidste ende skal afgøre, hvilke film der skal have støtte, fordi de er blevet pålagt noget af den finansiering, som regeringen i sin tid burde have givet til Filminstituttet." Jensen mener fortsatt at DR og TV 2 bør bidra med støtte til dansk filmproduksjon. Men når filmavtalen skal sluttføres, er man nødt til å finne en bedre balanse mellom DFI, produsentene og TV-kanalene når det gjelder innflytelsen på hva slags filmer som skal produseres i Danmark, understreker han.<sup>12</sup>

## Finsk filmstøtte i stadig vekst

I Finland falt nasjonale films markedsandel på kinoene til rundt 15 prosent i 2009, fra 23 prosent året før. 2010 startet med rekordtall; nesten 30 prosent markedsandel for de finske filmene i første kvartal.

De største seertallene bidrar TV-selskapene med, de fem mest sette TV-viste filmene i 2008 var finske. Finske filmer og TV-serier har de senere år gjort suksess på utemarkeder og internasjonale filmfestivaler.

Støtten til finske filmer har vokst med 51 prosent, eller over åtte millioner euro, under den sittende regjeringen, som tiltrådte i 2007, framholder kultur- og idrottsminister Stefan Wallin i en pressemelding.<sup>13</sup> For 2010 er det bevilget totalt om lag 22,6 millioner euro til Finlands filmstiftelse. Av dette beløpet går 18 mil-

ljoner euro til film- og TV-produksjoner, og dette skal rekke til tilskudd til 14-17 langfilmer, i tillegg til dokumentar- og kortfilmer og TV-dramaproduksjoner. I 2010 vokser bevilgningene med 15 prosent, over tre millioner euro, i forhold til 2009. Filmstøtten tas fra statens inntekter på spillvirksomhet i Veikkaus, et statlig aksjeselskap forvaltet av Undervisningsministeriet.

Målet for Finlands filmstiftelse er å øke bevilgningene til støtte til 27 millioner euro i 2011 – da vil de være på linje med bevilgningene i de øvrige nordiske landene. I 2005 var den finske filmstøtten 13 millioner euro, den danske 50 millioner euro, den svenske 43 millioner og den norske 32 millioner euro.<sup>14</sup>

Undervisningsministeriet bevilget i 2009 2,5 millioner euro til Finlands filmstiftelse for digitalisering av kinoer. Om lag 10 prosent av de 307 finske kinosalene var digitalisert i 2009. Med støtten fra Undervisningsministeriet kan ytterligere 30 saler få digitalt visningsutstyr.

## Ambisiøse norske filmmål

**I 2009 var markedsandelen rundt 21 prosent for de nasjonalt produserte filmene i Norge, i et generelt godt filmår.**

Dette er en nedgang fra fjorårets 23 prosent, men ansett som tilfredsstillende. Markedsandelen er doblet i løpet av siste tiårsperiode og det er håp om at Filmmeldingens mål om 25 prosent markedsandel skal nås i 2010.

Staten har subsidiert norsk filmproduksjon siden 1950, først med statlige lånegarantier, deretter med forhåndstilskudd, og etterskuddstøtte. I 2007 la Regjeringen fram Stortingsmelding nr. 22, *Veiviseren for det norske filmåret* (Film-meldingen)<sup>15</sup>, den første brede gjennomgangen av norsk film siden 1980-tallet. Norsk filminstitutt, Norsk filmfond og Norsk filmutvikling ble slått sammen til et nytt norsk filminstitutt.

Målene er ambisiøse: Norge skal bli ledende i Norden når det gjelder film, fjernsyns-drama og dokumentarfilm, norsk film skal hevde seg internasjonalt, 25 prosent av det hjemlige kinomarkedet skal bestå av norske filmer og de skal utgjøre 15 prosent av DVD- og markedet for filmvisning via video-on-demand. I Norge arbeides det også for å øke andelen av kvinnelige filmskapere, og en rapport om spørsmålet ble nylig overlevert til kulturministeren.

### Film & Kino en viktig filmpolitisk støttespiller

Norge skiller seg ut i Norden med en stor overvekt av kommunalt eide kinoer i forhold til private. De kommunale kinoene er organisert under paraplyorganisasjonen Film & Kino, som også forvalter Norsk kino- og filmfond, opprettet i 1970. Lov om film og videogram pålegger fondet å kreve inn en avgift på all omsetning av film i næring.<sup>16</sup>

Organisasjonen er en viktig støttespiller i norsk filmpolitikk. I samarbeid med Norsk filminstitutt har Film & Kino utarbeidet en handlingsplan for filmsatsingen på barn og unge, som skal realiseres på landsbasis i et samarbeid mellom nasjonale og lokale aktører. Handlingsplanen er i tråd med målene i *Filmmeldingen*

om at film skal ha en sterk posisjon blant barn og unge i skole og fritid, både i egenskap av å være publikum og som filmskapere.<sup>17</sup>

Film & Kino er ansvarlig for å planlegge, delvis finansiere og å koordinere digitaliseringen av norske kinoer. Fordelene med digitalisering er flere: Blant annet kan alle filmer ha premiere overalt, samtidig, og smale filmer kan kjøres i lengre tid enn tidligere. Takket være det kommunale kinosystemet er full digitalisering en enklere oppgave i Norge enn i land med mange konkurrerende kinoiere. Etter lengre tids forsøk, og nødvendige avtaler med de store aktørene, står Norge som det første land i verden klar til en fullstendig digitalisering av kinoene. 440 kinosaler på 220 steder i Norge berøres av prosjektet som settes i gang ved månedsskiftet april/mai 2010. Prosjektet vil ha kostet om lag 400 millioner kroner når det er fullført på landsbasis.<sup>18</sup>

625 millioner kroner bevilges av staten til norsk film i 2010. 368 millioner gis som direkte støtte til audiovisuelle produksjoner. Siden 2005 er bevilgningene til filmformål økt med nær 200 millioner kroner (alle beløp i NOK).

## 2009 rekordartet filmår i Sverige

**Svenska Filminstitutet bør få større frihet til i fordele de økonomiske ressursene etter dialog med partene i filmbransjen. Filmpolitikken må moderniseres og styrkes.**

Det var noen av hovedpunktene da Svenska Filminstitutet 30. januar 2010 kommenterte sitt svar til utredningen *Vägval för filmen* (SOU 2009:73)<sup>19</sup>, som i fjor høst ble levert til Kulturdepartementet. Utredningen er et av grunnlagene for den filmpolitiske diskusjonen som nå pågår i Sverige.

Filmtradisjonsrike Sverige skiller seg ut i nordisk sammenheng med rekordtall i kinoåret 2009. Markedsandelen for de svenske filmene ble nesten 33 prosent, det beste resultat siden Svenska Filminstitutet og Filmavtalet ble etablert i 1963. Her har "Millennium-effekten" slått til, (kalt slik av nyhetsbrevet<sup>20</sup> til Nordisk Film & TV Fond), blockbusternes tid er kommet til Norden. Når det gjelder det totale billettsalget – for alle filmer – må man tilbake til 1967 for å finne noe bedre.

### Veien videre ikke enkel for svensk film

Til tross for gode kinotall er veien videre ikke enkel for svensk filmbransje. I utredningen *Vägval för filmen* framheves at forutsetningene for en ny filmavtale bedømmes som svært usikre. Det finnes to hovedalternativer for framtidig finansiering av filmproduksjonen. Enten en fortsettelse av dagens avtalemotell, med staten som hovedbidragsyter, eller ren statlig støtte. Det siste alternativet vil innebære en kraftig nedskjæring av filmstøtten, om det ikke kombineres med inntekter fra avgifter, noe som bedømmes som vanskelig i Sverige. Det nåværende Filmavtalet bygger på alle måter ensidig på kinoen som visningsvindu. Å utvide avtalefinansieringen gjennom å introdusere flere visningsvinduer har vist seg vanskelig, konkluderes det i utredningen. Om avtalen opphører og staten alene skal finansiere støtten, er et av forslagene å øke ressursene i bransjen ved å heve kinomomsen fra 6 prosent til 25 prosent.

Andre utredningsforslag gjelder tiltak for å minske faren for kunsterisk og økonomisk risiko, tiltak for å øke kvaliteten og mangfoldet og tilgjengeligheten til filmene. Det bør åpnes for å gi støtte til film som vises via nye metoder – eksempelvis internett, og en nasjonal satsing skal gjøres på digitalisering av kinoene. I desember 2009 bevilget Svenska Filminstitutet støtte til 28 kinoer som er med i et digitalt kinoprojekt, der erfaringene skal gi grunnlag for diskusjon av finansieringsmodeller for digitalisering av kinoene i hele landet.

Høsten 2009 ble Filmavtalet 2006-2010 forlenget med to år, ut 2012. Denne avtalen, som er blitt reforhandlet om lag hvert femte år, har røtter i Filmreformen på begynnelsen av 1960-tallet. En avgift på kinobillettene ble kanalisert tilbake til filmproduksjon, et prinsipp som fortsatt gjelder. Partene i avtalen er staten og kinoeierne, distributørenes og produsentenes foreninger og fra 1992 flere svenske TV-selskaper; både public service og kommersielle kanaler. Størrelsen på kinobillettavgiften varierer mellom 7,5 og 10 prosent, avhengig av antall solgte billetter i rullerende 12-månedersperioder.<sup>21</sup>

### Filminstitutet: Moderniser og styrk filmpolitikken!

Under dette mottoet presenterte Svenska Filminstitutet sin uttalelse (remissvar) til utredningen *Vägval för filmen* under Göteborgs internasjonale filmfestival i slutten av januar 2010. Filmbransjen trenger nye forretningsmodeller, tilpasset dagens publikums muligheter og behov for å se film. Da kan man hindre både underfinansiering og piratvirksomhet, ble det framholdt.<sup>22</sup>

Filmavtalet, med en blanding av statlig og privat kapital, har ikke utspilt sin rolle etter 47 år, mener Filminstitutet. Men man må få med alle relevante aktører i avtalen, ikke bare kinoene, som i dag bare står for en liten del av den totale filmvisningen i Sverige. Kinoene har i dag enerett på visning av ny film i fire måneder – det må finnes fram til mer fleksible løsninger. Denne muligheten er ikke undersøkt godt nok i *Vägval för filmen* framholder instituttet.

Uansett løsning trengs det mer ressurser – forslagsvis ytterligere 100 millioner kroner fordelt på talentutvikling, dokumentarfilm og lange spillefilmer, med økte støttenivåer, som kan skape en "riktig guldålder inom svensk film," ifølge Filminstitutet. Digitaliseringsprosessen som skal gjøre svenske kinoer konkurransedyktige, må ha offentlig støtte – ellers kan så mange som 40 prosent av kinoene bli nedlagt, framholder Filminstitutets vice VD, Bengt Toll.

Filminstitutet mener at utredningen *Vägval för filmen* viser at det er behov for et selvstendig institutt med aktiviteter som henger sammen, både når det gjelder kultur- og bransjeperspektiv: "I ett litet land som Sverige behöver både smal och bred film offentligt stöd, och siffrorna visar att de mycket få filmer som görs utan något slags stöd från Filminstitutet får både en liten publik och låga betyg. Filminstitutet bör få en större frihet än idag att fördela de ekonomiska resurserna på olika ändamål, efter dialog med avtalets parter."

Filminstitutet er bekymret for at målet i Filmavtalet om minst 40 prosent kvinnelige filmskapere (produsent, manus, regi) fremdeles ikke er nådd. Størst er problemet på regisiden. Hele bransjen må engasjere seg i spørsmålet, og målet må fortsatt være med i filmavtalen, mener Filminstitutet.

Filmavtalet omfattet 357 millioner kroner i 2008. Statens bidrag var 185 millioner, de øvrige avtalepartene bidro med 172 millioner kroner: 118 millioner fra

kinoenes billettavgifter, 52 millioner fra TV-selskapene og 2 millioner fra filmprodusentene. Til filmkulturelle tiltak forøvrig bevilget Kulturdepartementet 124 millioner. De totale statlige filmbevilgningene utgjorde dermed 309 millioner i 2008, og de er på om lag samme nivå i 2010 (alle beløp i SEK).

## Hvor går veien videre for nordisk filmbransje?

Utfordringene for den nordiske filmbransjen er mange. Filminntektene består av flere komponenter enn kinovisning, noe utredningen om den svenske kinopolitikken klart viser.

Den kontinuerlige digitaliserings- og konvergensprosessen som berører kjeden finansiering-produksjon-distribusjon-visning påvirker alle ledd på uforutsigbare måter. Legale kjøp av filmvisninger via video-on-demand øker. Det er likevel et spørsmål om filmbransjen vil klare å demme opp for og hindre illegal nedlastning av filmer via internett.inntektene fra salg av DVD-er faller, eksempelvis med 15 prosent i Norge i 2009. Salg av filmer til kommersielle TV-kanaler er svært konjunkturavhengig.

Mot et slikt bakteppe kan det se ut som om at en videreutvikling av generøse og fleksible offentlige støttesystemer, fortsatt tilpasset og i samsvar med EUs regler for statsstøtte, er nødvendig. Det er grunn til å merke seg ThinkTanks advarsel mot å skape fasttømrede systemer som forvitrer i stagnasjon. Blant de høyest prioriterte ønskene for framtiden i de nordiske filmmiljøene er formodentlig en jevn rekruttering av nordiske filmtalenter – som strekker seg etter å overgå forbildenes prestasjoner, nasjonalt som internasjonalt.

### Noter

1. ThinkTank: <http://filmthinktank.org/>
2. Nordisk Film & TV Fond: <http://www.nordiskfilmogtvfond.com/>
3. Filmkontakt Nord: <http://www.filmkontakt.com>
4. Nordvision: [http://www.nordvision.org/om\\_nordvision/](http://www.nordvision.org/om_nordvision/)
5. Det Danske Filminstitut: <http://www.dfi.dk/Nyheder/NyhederFraDFI/2010/Rekordstoette-fra-EU-til-dansk-film-tv-og-spil.aspx>
6. Det Danske Filminstitut: <http://www.dfi.dk/Nyheder/NyhederFraDFI/2010/Saet-filmen-fri.aspx>
7. Kulturministeriet: <http://www.kum.dk/sw75841.asp>
8. Det Danske Filminstitut; <http://www.dfi.dk/Service/OmDFI/Filmaftalen/Filmaftalen-2007-2010-hovedpunkter.aspx>
9. Kulturministeriet: <http://www.kum.dk/sw89474.asp>
10. Kulturministeriet: <http://www.kum.dk/graphics/kum/downloads/Pressemeddelelser/2010/evalueriNgAfPublicServicePuljen2010.pdf>
11. Det Danske Filminstitut: [http://www.dfi.dk/branche\\_og\\_stoette/stoetteordninger/produktion-og-udvikling/public-service-puljen/public-service-puljen---tv-dokumentar.aspx](http://www.dfi.dk/branche_og_stoette/stoetteordninger/produktion-og-udvikling/public-service-puljen/public-service-puljen---tv-dokumentar.aspx)
12. Jyllands-Posten: <http://jp.dk/opinion/breve/article1914308.ece>
13. Undervisningsministeriet: [http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2010/01/elokuva-tuet.html?lang=sv&extra\\_locale=sv](http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2010/01/elokuva-tuet.html?lang=sv&extra_locale=sv)

14. Finlands filmstiftelse: <http://www.ses.fi/en/>
15. Kulturdepartementet: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/pressesenter/press-semeldinger/2007/stortinget-har-vedtatt-veiviseren-for-de.html?id=472735>
16. Film & Kino: <http://www.filmweb.no/filmkino/>
17. Film & Kino: [http://www.kino.no/multimedia/archive/00151/Handlingsplan\\_v4\\_lo\\_151799a.pdf](http://www.kino.no/multimedia/archive/00151/Handlingsplan_v4_lo_151799a.pdf)
18. Film & Kino: <http://www.kino.no/incoming/article215332.ece>
19. Kulturdepartementet: <http://www.regeringen.se/sb/d/108/a/133113>
20. Nordisk Film & TV Fond Special Report – 2009 Nordic admissions: [http://www.nordiskfilmogtvfond.com/news\\_story.php?cid=1988&sid=10&ptid=4](http://www.nordiskfilmogtvfond.com/news_story.php?cid=1988&sid=10&ptid=4)
21. Svenska Filminstitutet: <http://www.sfi.se/sv/om-svenska-filminstitutet/Verksamheten/Filmavtalet/>
22. Svenska Filminstitutet: <http://sfi.se/sv/press/Pressarkiv/Modernisera-filmpolitiken/>

**Nyhetsbrevet *Medier i Norden*** er et uavhengig nyhetsbrev som følger den politiske, økonomiske og teknologiske utviklingen på medieområdet. Aktuelle temaer og trender belyses i artikler og notiser. Teksten ovenfor er en revidert versjon av nyhetsbrevets første utgave i 2010.

*Medier i Norden* publiseres fire ganger per år på [www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se), og er plassert i portalens seksjon Medieutveckling och mediestatistik i Norden. Det finnes også en engelskspråklig versjon av nyhetsbrevet; *Nordic Media Policy*. Abonnementet er gratis, og kan tegnes via Nordicoms nettsted. Abonnementene får en påminning per e-post når en ny utgave av *Medier i Norden* er publisert.

Redaktør for *Medier i Norden* er Terje Flisen.

# Rammeverket for de nordiske lands filmpolitikk

Ansvarlige myndigheter, filmpolitiske mål og virkemidler, økonomisk ramme, regelverk og avtaler, rapporter og utredninger

## Norden

**Ansvarlig samarbeidsorgan:** Nordisk Film & TV Fond

### Filmpolitiske mål og virkemidler

Nordisk Film & TV Fond skal fremme produksjon og distribusjon av nordiske audiovisuelle verk av høy kvalitet, inspirere og styrke det kreative samarbeidet på filmområdet innen de nordiske landene, og styrke produksjon og spredning av kvalitetspregede nordiske barnefilmer.

Prosjekter må egne seg for kinovisning, TV-distribusjon eller annen form for distribusjon, og må ha et tilfredsstillende publikumspotensial i Norden. Støtte kan også gis til distribusjon, visning, versjonering og filmkulturelle initiativer.

### Økonomisk ramme

Nordisk Film & TV Fonds årsbudsjett på 70 millioner DKK finansieres med en tredjedel hver av a) Nordisk ministerråd, b) de nordiske filminstituttene og c) nordiske public service og private TV-foretak. I 2009 støttet fondet over 60 film- og TV-prosjekter på ulike nivåer og en rekke filmkulturelle aktiviteter. Av årsbudsjettet er 1,4 millioner DKK øremerket for filmsamarbeidsorganet Filmkontakt Nord. Fondet administrerer Nordisk råds filmpris på 350.000 DKK.

### Regelverk og avtaler

Avtale og statutter for Nordisk Film & TV Fond 2010-2015

## Danmark

### Ansvarlige myndigheter

Kulturministeriet

- Det Danske Filminstitut
- Medierådet for børn og unge
- Det Danske Filminstitut (pliktavlevering av film)

### Filmpolitiske mål og virkemidler

Filmaftalen 2007-2010 administreres av Det Danske Filminstitut og har som mål blant annet å

- støtte 80-100 spillefilmer i avtaleperioden (som i tidligere perioder)
- utvikle filmtalenter
- støtte danske dataspill for barn
- øke samarbeidet mellom DR, TV 2 og dansk filmbransje. Mediaaftalen for 2007-2010 fastslår at de to TV-foretakene skal bidra med 145 millioner kroner årlig, øremerket til spillefilm, kort- og dokumentarfilm og talentutvikling
- støtte til Art Cinemas og etablering, renovering og reetablering av kinoer
- konsentrere støttemidler til dokumentarfilm
- støtte regional filmproduksjon

### Økonomisk ramme

I perioden 2007-2010 er det årlig avsatt ca. 500 millioner DKK, inklusive TV-foretakenes bidrag på 145 DKK, til filmformål.

### Regelverk og avtaler

- Lov om film
- Filmaftalen 2007-2010
- Mediaaftalen 2007-2010
- Bekendtgørelse om vedtægt for Det Danske Filminstitut
- Bekendtgørelse om Medierådet for Børn og Unge
- Medieansvarsloven (gjelder TV-sendinger)
- Lov om pligtaflevering af offentliggjort materiale

### Rapporter og utredninger

- *Sæt filmen fri – Det Danske Filminstituts oplæg til Filmaftale 2011-2014*. Det Danske Filminstitut, 2010
- *Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte*. Styrelsen for Bibliotek og Medier / Kulturministeriet, 2009

## Finland

### Ansvarlige myndigheter

Undervisningsministeriet

- Finlands filmstiftelse
- Statens filmgranskningsbyrå
- Statens filmkonstkommission
- Nationella audiovisuella arkivet (pliktavlevering av audiovisuelle programmer)

Kommunikationsministeriet har ansvaret for finske TV-foretaks virksomhet.

### Filmpolitiske mål og virkemidler

Hovedmålet er å øke finsk films kvalitet og internasjonale status.

Finlands filmstiftelse forvalter den statlige støtten til produksjon, distribusjon og visning. Eksport av film er et av filmstiftelsens ansvarsområder.

### Økonomisk ramme

I perioden 2007-2010 har Undervisningsministeriets bidrag til Finlands filmstiftelse økt med åtte millioner euro, til 22,6 millioner euro i 2010.

Finlands filmstiftelse har som mål å øke filmstøttens volum til 27 millioner euro i 2011, et nivå som tilsvarer de øvrige nordiske lands støtte.

### Regelverk og avtaler

- Lag om främjande av filmkonsten
- Lag om granskning av bildprogram
- Lag om Statens filmgranskningsbyrå
- Strafflagen (paragrafer som gjelder bildeprogrammer)
- Statsrådets förordning om granskning av bildprogram
- Statsrådets förordning om om Statens filmgranskningsbyrå
- Undervisningsministeriets förordning om avgifter för prestationer vid Statens filmgranskningsbyrå och filmnämnd
- Statens filmgranskningsbyrås arbetsordning
- Lag om Nationella audiovisuella arkivet
- Lag om yttrandefrihet i masskommunikation

### Rapporter og utredninger

- *Finsk Film: Utredning om filmens offentliga finansieringssystem (Suomen Elokuva: Selvitys elokuvan julkisesta rahoitusjärjestelmästä)*. Undervisningsministeriet, mai 2008

## Norge

### Ansvarlige myndigheter

Kulturdepartementet

- Medietilsynet
- Norsk filminstitutt
- Nasjonalbiblioteket (pliktavlevering av audiovisuelle programmer)

### Filmpolitiske mål og virkemidler

Hovedmålet er å gi grobunn for et mangfold av film- og TV-produksjoner basert på norsk språk, kultur og samfunnsforhold, preget av høy kvalitet, kunstnerisk dristighet og nyskapning, og som utfordrer og når et stort publikum i Norge og internasjonalt. (St.meld. nr. 22 (2006-2007) – *Veiviseren for det norske filmløftet*).

Blant annet skal

- det gjennomsnittlig produseres minst 25 langfilmer i året, av dette fem dokumentarfilmer og fem barne- og ungdomsfilmer
- antall solgte billetter til norske filmer være minst tre millioner i året, tilsvarende en markedsandel på 25 %
- digitalisering av alle kinoer gjennomføres

Norsk filminstitutt forvalter atten ulike ordninger for tilskudd til audiovisuelle produksjoner, inklusive dataspill. Ordningene omfatter utvikling, produksjon, distribusjon, lansering og visning.

### Økonomisk ramme

I perioden 2005-2010 har Kulturdepartementets bevilgninger til filmformål økt med nær 200 millioner kroner, til 625 millioner. 368 millioner gis som direkte støtte til audiovisuelle produksjoner.

Paraplyorganisasjonen Film & Kino administrerer midler fra Norsk kino- og filmfond. Lov om film og videogram pålegger fondet å kreve inn en avgift på all omsetning av film i næring (ca. 90 millioner kroner i 2008). Film & Kino støtter hver tredje film som settes opp på kino i Norge, og tilskuddene utgjør mer enn 50 millioner kroner årlig. (Alle beløp i NOK)

### Regelverk og avtaler

- Lov om film og videogram
- Forskrift om film og videogram
- Straffelovens § 204 (pornografi)
- Straffelovens § 382 (voldsskildringer)
- Forskrift om tilskudd til audiovisuelle produksjoner
- Forskrift om tilskudd til manuskriptutvikling og utdanningsrettede tiltak

- Lov om avleveringsplikt for allment tilgjengelege dokument
- Forskrift om avleveringsplikt for allment tilgjengelege dokument

### Rapporter og utredninger

- St.meld. nr. 22 (2006-2007) *Veiviseren for det norske filmløftet*, Kulturdepartementet

## Island

### Ansvarlige myndigheter

Undervisnings-, forsknings- og kulturministeriet

- The Icelandic Film Centre/the Icelandic Film Fund
- The National Film Archive of Iceland
- Film in Iceland/the Icelandic Film Commission

### Filmpolitiske mål og virkemidler

The Icelandic Film Centre ble etablert i 2003, et resultat av ny lovgivning som fastsatte myndighetenes filmpolitiske rolle. Det hjemlige filmmiljøet støttes både gjennom økonomiske midler til produksjon og aktiviteter som festivaler og seminarer.

### Økonomisk ramme

Budsjettet i 2010 for the Icelandic Film Centre/the Icelandic Film Fund er 74 millioner kroner til administrasjon og 450 millioner kroner til filmfondet, fordelt på spillefilmer (270 millioner), kort- og dokumentarfilm (80 millioner), TV-drama (80 millioner) og co-produksjon (20 millioner).

Det kan også søkes om refusjon av 20 % av kostnadene ved produksjoner som er filmet i Island (administreres av ministeriet for industri, energi og turisme). (Alle beløp i ISK)

### Regelverk og avtaler

- Avtale i 2003 mellom Undervisnings-, forsknings- og kulturministeriet og produksjonsmiljøenes organisasjoner, om årlige bevilgninger. Avtalen ble endret i 2010 på grunn av den islandske økonomiske krisen. Det er håp om en ny langsiktig avtale senere i 2010.
- Film Act (2001)
- Regulation on the Icelandic Film Fund (2003)
- Capital Movements, Imports and Foreign Investments – Act No 43/1999 on Temporary Reimbursements in Respect of Film Making in Iceland.
- Regulation No 1011/2007 on Temporary Reimbursements in Respect of Film Making in Iceland.

## Sverige

### Ansvarlige myndigheter

Kulturdepartementet

- Svenska Filminstitutet
- Statens biografbyrå
- Medierådet
- Kungliga biblioteket (pliktavlevering av audiovisuelle programmer)

### Filmpolitiske mål og virkemidler

Målene (Filmavtalet 2006-2010/2012) er blant annet å

- støtte og stimulere fornyelse og utvikling av verdifull svensk filmproduksjon, samt distribusjon og visning av film i hele landet
- virke for at svensk film skal nå et større publikum via alle visningsformer
- virke for at svensk filmproduksjon skal være en dynamisk tilvekstbransje
- virke for at antall kinobesøk i Sverige skal øke

Svenska Filminstitutet fordeler økonomisk støtte til produksjon, distribusjon og visning av audiovisuelle produksjoner. I tillegg forvalter instituttet et eget prosjekt for digitalisering av svenske kinoer.

### Økonomisk ramme

Filmavtalet omfattet 357 millioner kroner i 2008. Statens bidrag var 185 millioner, de øvrige avtalepartene bidro med 172 millioner kroner: 118 millioner fra kinoenes billettavgifter, 52 millioner fra TV-selskapene og 2 millioner fra filmprodusentene. Til filmkulturelle tiltak forøvrig bevilget Kulturdepartementet 124 millioner. (Alle beløp i SEK)

### Regelverk og avtaler

- Filmavtalet 2006-2010/2012
- Lag om granskning och kontroll av filmer och videogram
- Förordning om granskning och kontroll av filmer och videogram
- Ordningsslagen (gjelder filmvisning)
- Brottsbalken (kapitel 16 §§ 10 b och c)
- Förordning med instruktion för Statens biografbyrå
- Lag om pliktexemplar av dokument
- Förordning om pliktexemplar av dokument
- Yttrandefrihetsgrundlag

### Rapporter og utredninger

- *Vägval för filmen* (SOU 2009:73). Kulturdepartementet.

...

*Kilder:* Ansvarlige myndigheter (ministerier/departementer) og de nordiske lands filminstitutter

# Nordisk filmstatistik

## 1. Biobesök 1999-2009: Antal sålda biljetter (miljoner)

|      | Danmark | Finland | Island | Norge | Sverige |
|------|---------|---------|--------|-------|---------|
| 1999 | 10,9    | 7,0     | 1,5    | 11,4  | 16,0    |
| 2000 | 10,7    | 7,1     | 1,5    | 11,6  | 17,0    |
| 2001 | 11,9    | 6,5     | 1,5    | 12,5  | 18,1    |
| 2002 | 12,9    | 7,7     | 1,6    | 12,0  | 18,3    |
| 2003 | 12,3    | 7,7     | 1,4    | 13,0  | 18,2    |
| 2004 | 12,8    | 6,9     | 1,4    | 12,0  | 16,6    |
| 2005 | 12,2    | 6,1     | 1,4    | 11,3  | 14,6    |
| 2006 | 12,6    | 6,7     | 1,5    | 12,0  | 15,3    |
| 2007 | 12,1    | 6,5     | 1,5    | 10,1  | 14,9    |
| 2008 | 13,1    | 7,0     | 1,6    | 11,9  | 15,3    |
| 2009 | 13,9    | 6,7     | ..     | 12,7  | 17,4    |

*Källor:* Det Danske Filminstitut, Suomen elokuvasaäitiö/Finlands filmstiftelse, Hagstofa Íslands [Isländska statistikcentralen], FILM & KINO (Norge), Svenska Filminstitutet, 2009 *Nordic Admissions Report* (Nordisk Film & TV Fond).

## 2. Biobesök 1999-2009: Genomsnittligt antal sålda biljetter per invånare och år

|      | Danmark | Finland | Island | Norge | Sverige |
|------|---------|---------|--------|-------|---------|
| 1999 | 2,0     | 1,4     | 5,5    | 2,5   | 1,8     |
| 2000 | 2,0     | 1,4     | 5,5    | 2,6   | 1,9     |
| 2001 | 2,2     | 1,3     | 5,3    | 2,8   | 2,0     |
| 2002 | 2,4     | 1,5     | 5,6    | 2,6   | 2,0     |
| 2003 | 2,3     | 1,5     | 5,0    | 2,9   | 2,0     |
| 2004 | 2,4     | 1,3     | 4,8    | 2,6   | 1,8     |
| 2005 | 2,2     | 1,2     | 4,6    | 2,4   | 1,6     |
| 2006 | 2,3     | 1,3     | 4,9    | 2,6   | 1,7     |
| 2007 | 2,2     | 1,2     | 4,7    | 2,3   | 1,6     |
| 2008 | 2,3     | 1,3     | 4,9    | 2,4   | 1,6     |
| 2009 | 2,4     | 1,2     | ..     | 2,6   | 1,9     |

*Källor:* Det Danske Filminstitut, Suomen elokuvasaäitiö/Finlands filmstiftelse, Hagstofa Íslands [Isländska statistikcentralen], FILM & KINO (Norge), Svenska Filminstitutet, 2009 *Nordic Admissions Report* (Nordisk Film & TV Fond).

### 3. Antal inhemska filmpremiärer i respektive nordiskt land 1999-2009

|      | Danmark         | Finland | Island | Norge | Sverige |
|------|-----------------|---------|--------|-------|---------|
| 1999 | 16              | 16      | 3      | 11    | 24      |
| 2000 | 17              | 9       | 6      | 9     | 37      |
| 2001 | 19              | 12      | 4      | 8     | 26      |
| 2002 | 19              | 10      | 7      | 15    | 23      |
| 2003 | 24              | 13      | 4      | 18    | 27      |
| 2004 | 19              | 18      | 4      | 20    | 36      |
| 2005 | 31              | 15      | 2      | 20    | 46      |
| 2006 | 21              | 16      | 4      | 20    | 42      |
| 2007 | 27              | 14      | 4      | 22    | 29      |
| 2008 | 30              | 19      | 7      | 22    | 36      |
| 2009 | 29 <sup>1</sup> | 20      | ..     | 22    | 41      |

<sup>1</sup> Preliminär uppgift.

*Anm:* Inkluderar spelfilmer och dokumentärer (full-längdsfilmer), utom för Danmark 1999-2007 som enbart inkluderar spelfilmer.

*Källor:* Det Danske Filminstitut, Suomen elokuvaseäitiö/Finlands filmstiftelse, Hagstofa Íslands [Isländska statistikcentralen], FILM & KINO (Norge), Svenska Filminstitutet.

### 4. Marknadsandelar för inhemsk film 1999-2009 (andel av besökare, procent)

|      | Danmark | Finland | Island <sup>1</sup> | Norge | Sverige |
|------|---------|---------|---------------------|-------|---------|
| 1999 | ..      | 25      | 2                   | 9     | 22      |
| 2000 | 19      | 15      | 11                  | 6     | 26      |
| 2001 | 31      | 10      | 2                   | 15    | 24      |
| 2002 | 25      | 18      | 8                   | 8     | 18      |
| 2003 | 26      | 22      | 3                   | 18    | 21      |
| 2004 | 24      | 17      | 3                   | 15    | 23      |
| 2005 | 32      | 16      | 3                   | 13    | 23      |
| 2006 | 25      | 24      | 8                   | 16    | 18      |
| 2007 | 26      | 20      | 6                   | 16    | 22      |
| 2008 | 33      | 23      | 8                   | 23    | 20      |
| 2009 | 17      | 15      | ..                  | 20    | 33      |

<sup>1</sup> Gäller inhemska filmer som haft premiär under respektive år.

*Källor:* Det Danske Filminstitut, Suomen elokuvaseäitiö/Finlands filmstiftelse, Hagstofa Íslands [Isländska statistikcentralen], FILM & KINO (Norge), Svenska Filminstitutet, *2009 Nordic Admissions Report* (Nordisk Film & TV Fond).

## 5. Biobesök på nordiska filmer på inhemska respektive utländska marknader 2003-2008

|                                          | Andel besök på respektive marknad (%) |       |       |       |       |       |
|------------------------------------------|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                          | 2003                                  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  |
| <b>Biobesök danska filmer</b>            |                                       |       |       |       |       |       |
| Biobesök i hemlandet                     | 49                                    | 64    | 78    | 74    | 58    | 72    |
| Biobesök utomlands                       | 51                                    | 36    | 22    | 26    | 42    | 28    |
| – i de nordiska länderna (exkl. Danmark) | 6                                     | 4     | 5     | 8     | 4     | 20    |
| – i övriga Europa                        | 45                                    | 27    | 17    | 18    | 35    | 9     |
| – i USA                                  | 0                                     | 5     | 0     | 0     | 4     | 0     |
| Totalt                                   | 100                                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Totalt antal besök (tusental)            | 6 694                                 | 4 761 | 5 036 | 4 202 | 5 393 | 6 047 |
| <b>Biobesök finska filmer</b>            |                                       |       |       |       |       |       |
| Biobesök i hemlandet                     | 61                                    | 93    | 86    | 86    | 86    | 65    |
| Biobesök utomlands                       | 39                                    | 7     | 14    | 14    | 14    | 35    |
| – i de nordiska länderna (exkl. Finland) | 6                                     | 3     | 8     | 6     | 1     | 7     |
| – i övriga Europa                        | 28                                    | 4     | 6     | 8     | 13    | 28    |
| – i USA                                  | 5                                     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |
| Totalt                                   | 100                                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Totalt antal besök (tusental)            | 2 807                                 | 1 279 | 1 080 | 1 844 | 1 509 | 2 441 |
| <b>Biobesök isländska filmer</b>         |                                       |       |       |       |       |       |
| Biobesök i hemlandet                     | 14                                    | 21    | 61    | 77    | 76    | 46    |
| Biobesök utomlands                       | 86                                    | 79    | 39    | 23    | 24    | 54    |
| – i de nordiska länderna (exkl. Island)  | 10                                    | 12    | 17    | 1     | 3     | 2     |
| – i övriga Europa                        | 75                                    | 68    | 22    | 22    | 21    | 52    |
| – i USA                                  | 0                                     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |
| Totalt                                   | 100                                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Totalt antal besök (tusental)            | 307                                   | 196   | 62    | 152   | 139   | 271   |
| <b>Biobesök norska filmer</b>            |                                       |       |       |       |       |       |
| Biobesök i hemlandet                     | 79                                    | 73    | 81    | 88    | 90    | 80    |
| Biobesök utomlands                       | 21                                    | 27    | 19    | 12    | 10    | 20    |
| – i de nordiska länderna (exkl. Norge)   | 4                                     | 2     | 1     | 1     | 2     | 1     |
| – i övriga Europa                        | 17                                    | 25    | 18    | 11    | 8     | 20    |
| – i USA                                  | 0                                     | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |
| Totalt                                   | 100                                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Totalt antal besök (tusental)            | 2 922                                 | 2 514 | 1 748 | 2 181 | 1 935 | 2 907 |
| <b>Biobesök svenska filmer</b>           |                                       |       |       |       |       |       |
| Biobesök i hemlandet                     | 75                                    | 82    | 70    | 52    | 81    | 70    |
| Biobesök utomlands                       | 25                                    | 18    | 30    | 48    | 19    | 30    |
| – i de nordiska länderna (exkl. Sverige) | 11                                    | 8     | 14    | 4     | 5     | 13    |
| – i övriga Europa                        | 14                                    | 9     | 15    | 44    | 15    | 12    |
| – i USA                                  | 0                                     | 0     | 0     | 0     | 0     | 6     |
| Totalt                                   | 100                                   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| Totalt antal besök (tusental)            | 4 707                                 | 4 696 | 4 587 | 5 117 | 4 047 | 3 511 |

Anm: Besök på alla filmer som visats på bio under året, dvs inte enbart premiärfilmer utan även äldre filmer. Källa är LUMIERE databas över besök på europeiska filmer. Observera att enbart besök som är registrerade i databasen ingår, och att den inte gör anspråk på att vara heltäckande. För de fem nordiska länderna är inrapporteringen till LUMIERE 100% för de redovisade åren, men för en del andra länder är täckningsgraden lägre och kan också variera år från år.

Källa: LUMIERE databas (European Audiovisual Observatory). För mer information, se [www.lumiere.obs.coe.int](http://www.lumiere.obs.coe.int).

**Nordisk mediestatistik.** Nordicom sammanställer mediefakta om Danmark, Finland, Island, Norge och Sverige i syfte att visa på medieutvecklingen i såväl respektive land som hela regionen. Uppgifterna samlas in och sammanställs i samarbete med Finska Statistikcentralen, Hagstofa Íslands (Isländska Statistikcentralen), medienorge, Styrelsen for Bibliotek og Medier i Danmark och Nordicom-Sverige. Data samlas även in direkt från andra nationella källor. Resultaten publiceras kontinuerligt på webben och i bokserien *Nordic Media Trends*.

#### Teckenförklaring till statistiken

- Noll, existerar ej
- 0 Uppgiften är mindre än 0,5
- .. Uppgift saknas, data ej tillgänglig
- \* Ej tillämpbar kategori

# Aktuell statistik om medier i Norden

1. De tio största medieföretagen aktiva på den nordiska mediemarknaden 2009:  
Företagens intäkter samt intäkternas geografiska fördelning
2. De fem största medieföretagens intäkter 2000-2009
3. De fem största medieföretagen efter intäkter i Norden 2009
4. De mest besökta medierelaterade webbplatserna i de nordiska länderna, efter  
antal unika besökare 2010 (vecka 13)
5. Andel av befolkningen i de nordiska länderna som använder internet dagligen  
eller nästan dagligen 2009
6. Genomsnittligt dagligt tv-tittande i de nordiska länderna 1999-2009 (minuter)
7. Tv-företagens marknadsandelar i Danmark, Finland, Norge och Sverige 2009
8. Nordvisions tv-programsamarbete 2007-2009
  - 8.1 Antal tv-program och timmar genererade från samproduktion 2007-2009
  - 8.2 Programtimmar genererade från samproduktion per programkategori  
2007-2009
  - 8.3 Programtimmar genererade från samproduktion per public service-bolag  
2007-2009
  - 8.4 Antal tv-program och timmar genererade från programutväxling 2007-2009
9. Antal radiokanaler i de nordiska länderna 1999-2009
10. De fem största betalda dagstidningarna i varje nordiskt land efter upplaga 2009
11. De tio största tidningarna i Norden efter upplaga per tusen invånare 2009

# 1. De tio största medieföretagen aktiva på den nordiska mediemarknaden 2009: Företagens intäkter samt intäkternas geografiska fördelning

| Medieföretag                                   | Hemland        | Totala intäkter<br>(miljoner Euro) | Andel av intäkter per geografiskt område (%)* |                                                 |                 |       |
|------------------------------------------------|----------------|------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------|-------|
|                                                |                |                                    | I hemlandet                                   | I de nordiska länderna<br>(exklusive hemlandet) | I andra länder  | Total |
| Bonnier                                        | Sverige        | 2 906                              | 51                                            | 30                                              | 19              | 100   |
| Sanoma                                         | Finland        | 2 768                              | 51                                            | 1                                               | 49              | 100   |
| ProSiebenSat.1                                 | Tyskland       | 2 761                              | 69                                            | 12                                              | 18              | 100   |
| MTG/Metro<br>(Stenbeck) <sup>1</sup>           | Sverige        | 1 555                              | 29                                            | 36                                              | 34              | 100   |
| varav MTG AB                                   | Sverige        | 1 335                              | 30                                            | 42                                              | 27              | 100   |
| varav Metro<br>International S.A. <sup>2</sup> | Luxemburg      | 220                                | 24                                            | .. <sup>3</sup>                                 | 76 <sup>3</sup> | 100   |
| Egmont                                         | Danmark        | 1 478                              | ..                                            | 80 <sup>4</sup>                                 | 20              | 100   |
| Schibsted                                      | Norge          | 1 459                              | 51                                            | 31                                              | 18              | 100   |
| Mecom Group                                    | Storbritannien | 1 409                              | –                                             | 46                                              | 54              | 100   |
| Telenor Broadcast                              | Norge          | 769 <sup>5</sup>                   | 53                                            | 47 <sup>6</sup>                                 | ..              | 100   |
| Aller                                          | Danmark        | 519                                | 37                                            | 63                                              | –               | 100   |
| A-pressen                                      | Norge          | 516                                | 91                                            | –                                               | 9               | 100   |

\* Kursiv: Den geografiska fördelningen för A-pressen är från 2008, för Telenor från 2007.

<sup>1</sup> Inklusive Modern Times Group och Metro International, som båda kontrolleras av familjen Stenbeck. Medieaktiviteterna i Tele2 AB, dvs kabel-tv i Sverige, särredovisas inte i bolagets årsrapport och ingår därför inte.

<sup>2</sup> Metro International S.A. ingår i den så kallade Stenbeck-sfären (Sverige), men är registrerat i Luxemburg.

<sup>3</sup> Metros verksamhet i övriga Norden (Danmark) ingår i "Andra länder".

<sup>4</sup> Inklusive omsättning på hemmamarknaden (Danmark).

<sup>5</sup> Telenor ASAs totala intäkter 2009 uppgick till 11 182 miljoner Euro.

<sup>6</sup> Inklusive vissa intäkter från andra marknader än den nordiska (uppgift för 2007).

Källor: Företagens årsrapporter och hemsidor, Nordicom.

# 2. De fem största medieföretagens intäkter 2000-2009 (miljoner Euro)

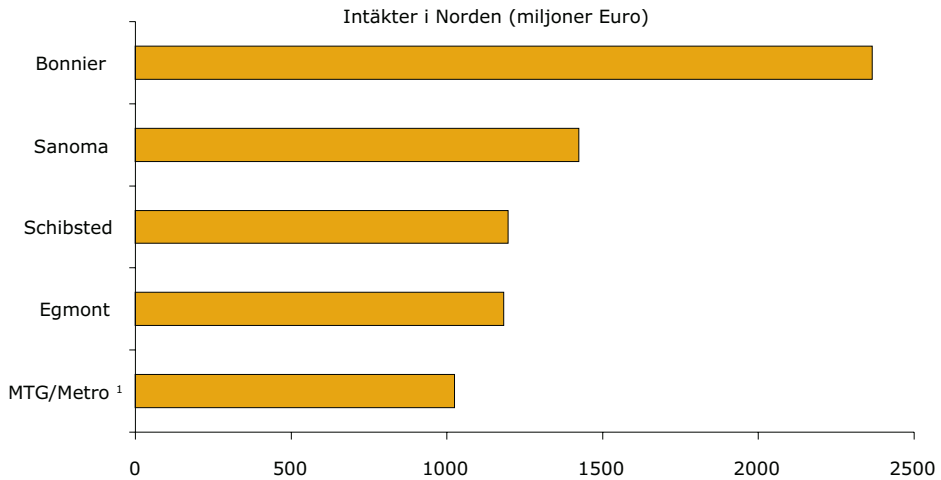
|                        | Miljoner Euro |       |       |       |       |       |
|------------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                        | 2000          | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  |
| Bonnier                | 1 987         | 2 161 | 2 189 | 3 158 | 3 093 | 2 906 |
| Sanoma                 | 1 448         | 2 622 | 2 742 | 2 926 | 3 030 | 2 768 |
| MTG/Metro <sup>1</sup> | 765           | 1 178 | 1 452 | 1 558 | 1 666 | 1 555 |
| Egmont                 | 1 066         | 1 119 | 1 254 | 1 514 | 1 582 | 1 478 |
| Schibsted              | 1 020         | 1 227 | 1 447 | 1 697 | 1 674 | 1 459 |

<sup>1</sup> Inklusive Modern Times Group och Metro International. Medieaktiviteterna i Tele2 AB, dvs kabel-tv i Sverige, inkluderas 2000-2006 (därefter särredovisas de inte i bolagets rapport och uppgift saknas). Bolagen kontrolleras av familjen Stenbeck.

Anm: ProSiebenSat.1 ingår ej, eftersom bolaget etablerade sig först 2007 på den nordiska marknaden.

Källa: Företagens årsrapporter.

### 3. De fem största medieföretagen efter intäkter i Norden 2009 (miljoner Euro)



<sup>1</sup> Inklusive Modern Times Group och Metro International, som båda kontrolleras av familjen Stenbeck.

Källor: Företagens årsrapporter och hemsidor, Nordicom.

#### 4. De mest besökta medierelaterade webbplatserna i de nordiska länderna, efter antal unika besökare 2010 (vecka 13)

|                                                                 | Webbplats       | Unika besökare | Besök      | Antal besök/<br>besökare | Medieföretag               | Traditionellt medium        | Rankning på topplista <sup>1</sup> |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------|----------------|------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| Danmark <sup>2</sup>                                            | dr.dk           | 1 142 671      | 4 756 669  | 4,2                      | DR                         | TV & radio (public service) | 2                                  |
|                                                                 | ekstrabladet.dk | 1 024 540      | 7 482 114  | 7,3                      | JP/Politikens Hus          | Dagspress                   | 4                                  |
|                                                                 | tv2.dk          | 989 987        | 5 385 788  | 5,4                      | TV 2 Danmark               | TV                          | 5                                  |
| Finland                                                         | Iltalehti       | 2 093 124      | 10 599 195 | 5,1                      | Alma Media                 | Dagspress                   | 1                                  |
|                                                                 | Iltä-Sanomat    | 1 760 840      | 8 284 639  | 4,7                      | Sanoma                     | Dagspress                   | 2                                  |
|                                                                 | MTV3            | 1 725 385      | 7 671 277  | 4,4                      | MTV Media/Bonnier          | TV                          | 3                                  |
| Island                                                          | mbl.is          | 351 827        | 2 567 331  | 7,3                      | Árvakur hf.                | Dagspress                   | 1                                  |
|                                                                 | visir.is        | 256 742        | 1 624 592  | 6,3                      | 365 prentmiðlar ehf.       | Dagspress, radio, TV        | 3                                  |
|                                                                 | dv.is           | 122 338        | 616 485    | 5,0                      | Birtíngur                  | Dagspress, tidskrifter      | 5                                  |
| Sverige                                                         | Aftonbladet     | 4 884 626      | 22 150 490 | 4,5                      | Aftonbladet (Schibsted/LO) | Dagspress                   | 3                                  |
|                                                                 | Expressen       | 2 020 752      | 6 821 430  | 3,4                      | Expressen (Bonnier)        | Dagspress                   | 8                                  |
|                                                                 | svt.se          | 1 338 054      | 3 012 537  | 2,3                      | SVT                        | TV (public service)         | 10                                 |
| Mest besökta efter antal unika besökare per dag 2010 (vecka 13) |                 |                |            |                          |                            |                             |                                    |
| Norge                                                           | VG Nett         | 1 004 019      | 2 109 848  | 2,1                      | VG (Schibsted)             | Dagspress                   | 1                                  |
|                                                                 | Dagbladet.no    | 553 763        | 1 049 524  | 1,9                      | Dagbladet (Berner Group)   | Dagspress                   | 3                                  |
|                                                                 | NRK.no          | 502 686        | 802 242    | 1,6                      | NRK                        | TV & radio (public service) | 4                                  |

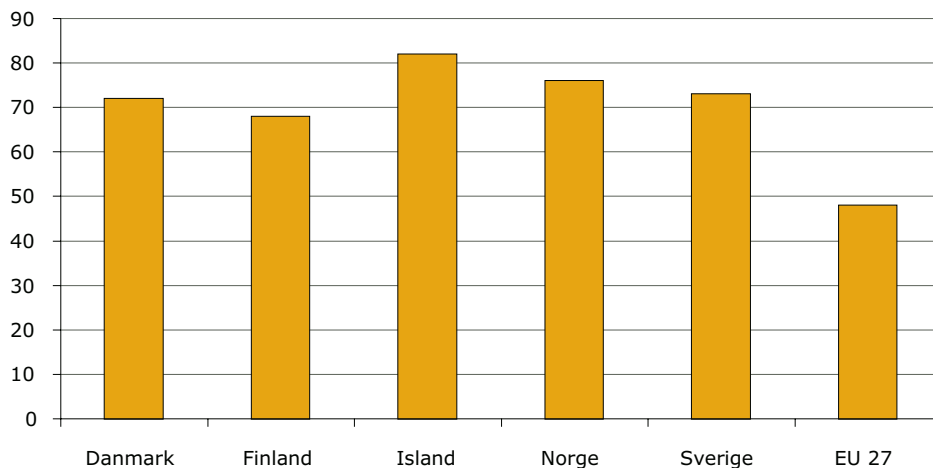
<sup>1</sup> Rankning på topplistorna för alla webbplatser som mätts.

<sup>2</sup> Danmark: data för vecka 8/2010.

Anm: Inkluderar webbplatser med koppling till traditionella medier. Nätverk ingår ej.

Källor: Gemius/FDIM Foreningen af Danske Interaktive Medier, TNS Gallup Finland ([www.gallupweb.com](http://www.gallupweb.com)), Modernus Web Measure, TNS Gallup Norge, KIA Index ([www.kiaindex.net](http://www.kiaindex.net)).

## 5. Andel av befolkningen i de nordiska länderna som använder internet dagligen eller nästan dagligen 2009 (procent)



Anm: Data från tre månader under våren. Åldersgrupp 16-74 år.

Källa: Eurostat, mars 2010 (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>).

## 6. Genomsnittligt dagligt tv-tittande i de nordiska länderna 1999-2009 (minuter)

|      | Danmark | Finland <sup>1</sup> | Island <sup>2</sup> | Norge <sup>1</sup> | Sverige |
|------|---------|----------------------|---------------------|--------------------|---------|
| 1999 | 158     | 161                  | 139                 | 149                | 143     |
| 2000 | 149     | 168                  | 149                 | 163                | 150     |
| 2001 | 152     | 167                  | 166                 | 158                | 148     |
| 2002 | 156     | 171                  | 191                 | 157                | 147     |
| 2003 | 157     | 173                  | 153                 | 164                | 150     |
| 2004 | 162     | 167                  | 151                 | 166                | 151     |
| 2005 | 152     | 169                  | 147                 | 164                | 146     |
| 2006 | 150     | 169                  | 149                 | 156                | 154     |
| 2007 | 148     | 166                  | 126                 | 154                | 157     |
| 2008 | 167     | 177                  | 183                 | 174                | 160     |
| 2009 | 189     | 176                  | 158                 | 184                | 166     |

<sup>1</sup> Timeshift inom sju dagar ingår sedan 2008 (för Finland även gästtittande).

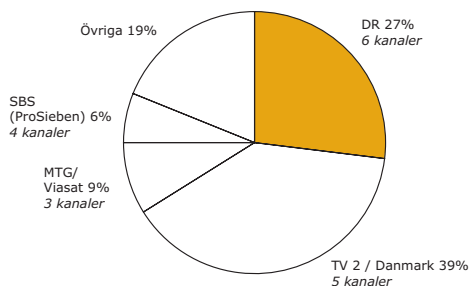
<sup>2</sup> I samband med introduktionen av peoplemeter-mätningar 2007, inkluderades även tittande på "catch-up"-kanaler.

Anm: Peoplemeter-data, förutom för Island 1999-2006.

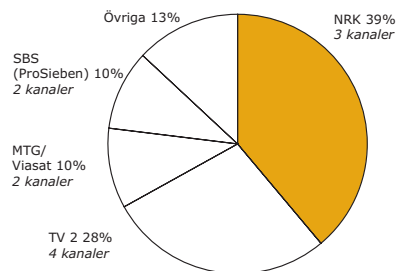
Källor: TNS Gallup Danmark, Finnpanel och YLE Audience Research, Félagsvísindastofnun Háskóla Íslands [Social Science Institute at the University of Iceland, Capacent, Synovate MMI (1999), TNS Gallup Norge (2000-), MMS.

## 7. Tv-företagens marknadsandelar i Danmark, Finland, Norge och Sverige 2009 (andel av tittartid, procent)

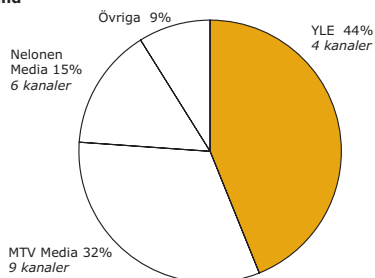
**Danmark<sup>1</sup>**



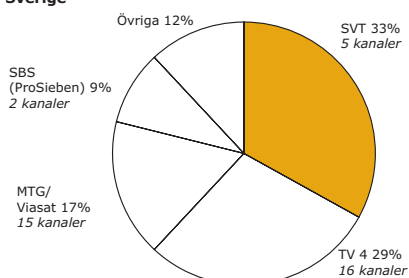
**Norge<sup>2</sup>**



**Finland**



**Sverige**



<sup>1</sup> **MTG/Viasat:** data avser TV3, 3+ och TV3 PULS. MTGs betal-tv-kanaler TV1000 samt andra Viasat-kanaler är inte inkluderade. **MTG och TV 2/Danmark:** Kanalen TV 2 Sport, som är ett joint venture mellan MTG och TV 2/Danmark, är inte medräknad för något av bolagen.

<sup>2</sup> **TV 2-gruppen:** Betal-tv-kanalen TV 2 Sport är inte medräknad. **MTG/Viasat:** Data avser TV3 och Viasat 4. MTGs betal-tv-kanaler TV1000 och andra Viasat-kanaler är inte inkluderade. **SBS (ProSieben):** Data avser huvudkanalerna TVNorge och FEM.

Anm: Public service-tv markerad i färg.

Källor: TNS Gallup Danmark/Styrelsen for Bibliotek og Medier, Finnpanel och YLE Audience Research/Tilastokeskus (Finska Statistikcentralen), TNS Gallup Norge/medienorge, MMS/Nordicom.

## 8. Nordvisions tv-programsamarbete 2007-2009

### 8.1 Antal tv-program och timmar genererade från samproduktion 2007-2009

|                     | 2007  | 2008  | 2009  |
|---------------------|-------|-------|-------|
| Antal tv-program    | 2 472 | 1 690 | 1 340 |
| Antal programtimmar | 1 020 | 872   | 570   |

Anm: Totalt för de nordiska public service-bolagen.

Källa: Nordvision årsberetning 2008 och 2009.

### 8.2 Programtimmar genererade från samproduktion per programkategori 2007-2009

| Programkategori                        | 2007  | 2008 | 2009 |
|----------------------------------------|-------|------|------|
| Drama                                  | 440   | 393  | 162  |
| Barn                                   | 147   | 219  | 123  |
| Ungdom <sup>1</sup>                    | 9     | 21   | 22   |
| Utbildning                             | 111   | 89   | 115  |
| Faktaprogram                           | 198   | 74   | 77   |
| Kultur                                 | 46    | 28   | 2    |
| Undersökande journalistik <sup>1</sup> | –     | 14   | 40   |
| Musik <sup>1</sup>                     | –     | 15   | 18   |
| Underhållning                          | 69    | 19   | 11   |
| Totalt antal programtimmar             | 1 020 | 872  | 570  |

<sup>1</sup> Ungdoms- respektive musikkategorin skapades i augusti 2007, undersökande journalistik 2008.

Anm: Totalt antal timmar för de nordiska public service-bolagen.

Källa: Nordvision årsberetning 2007-2009.

### 8.3 Programtimmar genererade från samproduktion per public service-bolag 2007-2009

| Bolag                      | 2007  | 2008 | 2009 |
|----------------------------|-------|------|------|
| DR                         | 201   | 142  | 104  |
| YLE                        | 205   | 179  | 145  |
| RÚV                        | 92    | 73   | 41   |
| NRK                        | 220   | 215  | 124  |
| SVT                        | 259   | 228  | 116  |
| UR                         | 43    | 35   | 40   |
| Totalt antal programtimmar | 1 020 | 872  | 570  |

Källa: Nordvision.

### 8.4 Antal tv-program och timmar genererade från programutväxling 2007-2009

|                     | 2007  | 2008  | 2009  |
|---------------------|-------|-------|-------|
| Antal tv-program    | 1 759 | 2 362 | 2 049 |
| Antal programtimmar | ..    | ..    | 1 059 |

Anm: Totalt för de nordiska public service-bolagen. Från och med 2009 beräknas antal programtimmar för programutväxling med en ny metod. Tal för tidigare år är inte jämförbara.

Källa: Nordvision årsberetning 2007-2009.

**9. Antal radiokanaler i de nordiska länderna<sup>1</sup> 1999-2009**

|         |                |                                                     | 1999  | 2001 | 2003  | 2005  | 2007  | 2009 |
|---------|----------------|-----------------------------------------------------|-------|------|-------|-------|-------|------|
| Danmark | Public service | Rikstäckande                                        | 4     | 4    | 4     | 4     | 4     | 4    |
|         |                | Regionala                                           | 9     | 9    | 9     | 9     | 9     | 9    |
|         |                | Digitala (DAB)                                      | –     | 3    | ..    | 13    | 14    | 12   |
|         | Privatradio    | Rikstäckande <sup>2</sup>                           | –     | –    | 2     | 2     | 2     | 2    |
|         |                | Lokala <sup>3</sup>                                 | ..    | ..   | 262   | 314   | 312   | 341  |
|         |                | Digitala (DAB)                                      | –     | –    | –     | –     | 1     | 1    |
| Finland | Public service | Rikstäckande                                        | 5     | 5    | 5     | 5     | 5     | 6    |
|         |                | Regionala <sup>4</sup>                              | 26    | 26   | 26    | 26    | 26    | 26   |
|         |                | Digitala (DVB) <sup>5</sup>                         | 3     | 3    | 4     | 6     | 5     | 2    |
|         | Privatradio    | Rikstäckande                                        | 1     | 1    | 1     | 1     | 1     | 1    |
|         |                | Nästan-rikstäckande                                 | 6     | 9    | 9     | 9     | 9     | 9    |
|         |                | Andra privata                                       | 53    | 57   | 67    | 67    | 44    | 44   |
| Island  | Public service | Rikstäckande <sup>6</sup>                           | 2     | 2    | 2     | 2     | 2     | 2    |
|         |                | Regionala <sup>4</sup>                              | 3     | 3    | 4     | 4     | 4     | 3    |
|         |                | Digitala (DAB) <sup>7</sup>                         | –     | –    | –     | 1     | 1     | 1    |
|         | Privatradio    | Rikstäckande <sup>6</sup>                           | 2     | 2    | 2     | 2     | 2     | 2    |
|         |                | Regionala/Nästan-rikstäckande/Lokala <sup>6,8</sup> | 16    | 19   | 16    | 15    | 16    | 15   |
|         |                |                                                     |       |      |       |       |       |      |
| Norge   | Public service | Rikstäckande                                        | 3     | 3    | 3     | 3     | 3     | 3    |
|         |                | Regionala <sup>4</sup>                              | 18    | 18   | 16    | 16    | 16    | 16   |
|         |                | Digitala, rikstäckande (DAB)                        | 3     | 3    | 3     | 4     | 5     | 8    |
|         |                | Digitala, regionala (DAB)                           | –     | 2    | 2     | 4     | 3     | 1    |
|         | Privatradio    | Rikstäckande                                        | 1     | 1    | 1     | 2     | 2     | 2    |
|         |                | Lokala <sup>9</sup>                                 | 286   | 259  | 267   | 249   | 240   | 249  |
|         |                | Digitala (DAB)                                      | –     | –    | –     | 1     | 1     | –    |
| Sverige | Public service | Rikstäckande                                        | 4     | 4    | 4     | 4     | 4     | 4    |
|         |                | Regionala                                           | 26    | 26   | 26    | 26    | 27    | 27   |
|         |                | Digitala (DAB)                                      | ..    | 3    | 6     | 6     | 7     | 7    |
|         | Privatradio    | Lokala                                              | 84    | 83   | 86    | 90    | 89    | 89   |
|         |                | Närradio <sup>10</sup>                              | 1 158 | 1269 | 1 265 | 1 080 | 1 030 | ..   |
|         |                |                                                     |       |      |       |       |       |      |

<sup>1</sup> De flesta kanaler i tabellen sänder via flera olika plattformar. Digitala kanaler i tabellen inkluderar enbart kanaler som har sina huvudsakliga sändningar i DAB/DVB, även om flera också erbjuder begränsade analoga sändningar i FM. Övriga kanaler sänder huvudsakligen via FM, även om de flesta också är tillgängliga via digitala plattformar. Kanaler/stationer som enbart sänder online eller via kabel/satellit är inte inkluderade i tabellen.

<sup>2</sup> De två rikstäckande privata kanalerna sänder också via DAB sedan 2005, vilket är obligatoriskt enligt avtal med staten. (Sedan november 2009 används endast en av de rikstäckande koncessionerna pga konkurs. Radio- och tv-nätverket ska nu utse en ny tillståndshavare.)

<sup>3</sup> Uppgifter för 2003, 2005 och 2007 finns ej. Data visar istället antalet lokalradiostationer 2002, 2004 respektive 2006.

<sup>4</sup> Sänder i regionala fönster på rikstäckande kanaler: i Finland via Radio Suomi och Radio Vega, på Island via RÚV Rás 1 och Rás 2, och i Norge via NRK/P1.

<sup>5</sup> Digitala sändningar via DAB fram till september 2005, därefter DVB.

<sup>6</sup> Definitioner för Island: "Rikstäckande" är kanaler som når alla regioner i landet och minst 90% av befolkningen, medan "nästan-rikstäckande" når minst två regioner och mer än 50% av befolkningen.

<sup>7</sup> DAB-sändningar på Island är fortfarande på försöksstadiet.

<sup>8</sup> Antal stationer som har en långsiktig koncession och sänder radio under hela året, exklusive student- och ungdomsradio.

<sup>9</sup> Antalet koncessioner vid årets slut, med undantag för 2009: antalet koncessioner i maj.

<sup>10</sup> Närradiokanaler sänder via 150 sändare (2008) som används av runt 1000 organisationer.

Källor: DR, *Radio-TV håndbogen*, Styrelsen för Bibliotek och Medier, YLE, Kommunikationsministeriet (Finland), Hagstofa Islands [Isländska Statistikcentralen], NRK, Medietilsynet, medienorge, SR, Radio- och TV-verket.

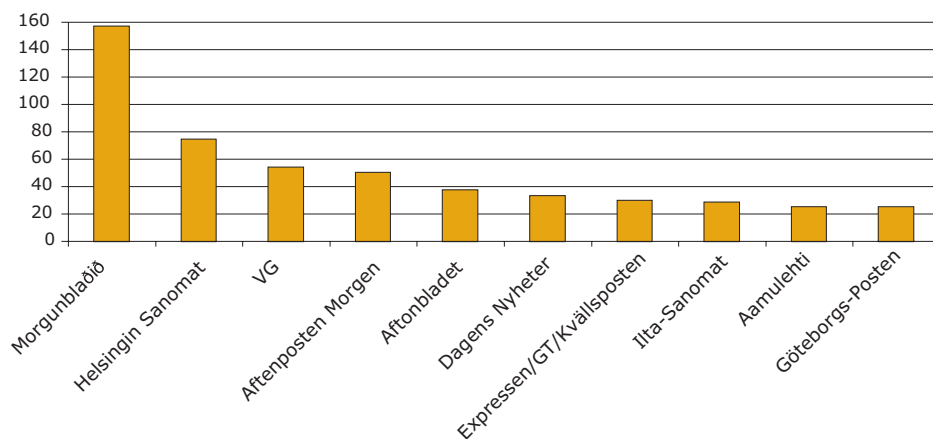
## 10. De fem största betalda dagstidningarna i varje nordiskt land efter upplaga 2009

|                      | Upplaga/utgåva |                           | Upplaga/utgåva |
|----------------------|----------------|---------------------------|----------------|
| <b>Danmark</b>       |                | <b>Norge</b>              |                |
| Jyllands-Posten      | 116 595        | VG                        | 262 374        |
| Politiken            | 104 427        | Aftenposten Morgen        | 243 188        |
| Berlingske Tidende   | 103 221        | Aftenposten Aften         | 111 566        |
| Ekstra Bladet        | 83 423         | Dagbladet                 | 105 255        |
| B.T.                 | 74 330         | Bergens Tidende           | 83 086         |
| <b>Finland</b>       |                | <b>Sverige</b>            |                |
| Helsingin Sanomat    | 397 838        | Aftonbladet               | 348 800        |
| Ilta-Sanomat         | 152 948        | Dagens Nyheter            | 310 900        |
| Aamulehti            | 135 293        | Expressen/GT/Kvällsposten | 276 400        |
| Ilta-lehti           | 112 778        | Göteborgs-Posten          | 235 200        |
| Turun Sanomat        | 109 504        | Svenska Dagbladet         | 195 500        |
| <b>Island (2008)</b> |                |                           |                |
| Morgunblaðið         | 50 054         |                           |                |
| Dagblaðið Vísir (DV) | 13 100         |                           |                |
| Viðskiptablaðið      | 4 000          |                           |                |

Anm: Helår 2009, utom för Danmark vars tal visar andra halvår 2009 och Island helår 2008. Danmark, Norge och Sverige: exklusive söndagsupplagor.

Källor: Dansk Oplagskontrol, Levikintarkastus Oy/Finsk Upplagskontroll, Hagstofa Íslands [Isländska statistikcentralen], Mediebedriftenes Landsforening, Tidningsstatistik AB.

## 11. De tio största dagstidningarna i Norden efter upplaga per tusen invånare 2009<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Island: data för 2008.

Anm: Danmark, Norge och Sverige: exklusive söndagsupplagor.

Källor: Dansk Oplagskontrol, Levikintarkastus Oy/Finsk Upplagskontroll, Hagstofa Íslands [Isländska statistikcentralen], Mediebedriftenes Landsforening, Tidningsstatistik AB.

## Medier og kommunikasjon: Aktuelle utredninger, rapporter og forslag i de nordiske land 2009-2010

- Opphavsrett
- Ytringsfrihet og mediepluralisme
- Trykte medier
- Audiovisuelle medier
- Informasjonssamfunnet
- Allmenn medie- og kulturutvikling

## Medier og kommunikasjon: Aktuelle utredninger, rapporter og forslag i de nordiske land 2009-2010

Opphavsretten og personvernet er under press – internett er stikkord i denne forbindelse – noe som gjenspeiles i nordiske utredninger og rapporter. De audiovisuelle mediene; radio, TV og film, er også stadig i søkelyset, ofte i form av rutinemessige årlige rapporter om virksomheten. Listen dekker perioden januar 2009 – april 2010.

### Opphavsrett

#### Danmark

- *Rapport fra møderækken om håndbævelse af ophavsretten på internettet*. Kulturministeriet, 2009.

#### Sverige

- *Avtalad upphovsrätt* (SOU 2010:24). Justitiedepartementet, Upphovsrättsutredningen, 2010.

### Ytringsfrihet og mediepluralisme

#### Sverige

- *Allmänna handlingar i elektronisk form – offentlighet och integritet* (SOU 2010:4). Justitiedepartementet, 2010.
- *Grundlagsskydd för digital bio och andra yttrandefrihetsrättsliga frågor*. Delbetänkande av Yttrandefrihetskommittén (SOU 2009:14). Justitiedepartementet, 2009.

### Trykte medier

#### Sverige

- *Driftsstöd till dagspressen* (Ds 2009:68). Kulturdepartementet, 2009.

### Audiovisuelle medier

#### Danmark

- *Sæt filmen fri – Det Danske Filminstituts oplæg til Filmaftale 2011-2014*. Det Danske Filminstitut, 2010.

#### Finland

- *Toimiluvanvarainen radiotarjonta 2009: yksityisten analogisten kanavien sisäلتarjonta 20 suomalaiskaupungissa* [Koncessionsbelagt radioutbud 2009]. Kommunikationsministeriet, 2010.
- *Uusi kuvaohjelmalainsäädäntö: kokonaisuudistusta valmistelleen työryhmän ehdotus* [Den nya lagstiftningen om bildprogram: förslag från arbetsgruppen som berett totalreformen]. Undervisningsministeriet, 2010.
- *Yleisradio Oy:n julkinen palvelu ja rahoitus: työryhmän loppuraportti* [Allmännyttig verksamhet och finansiering av Rundradion Ab. Slutrapport av arbetsgruppen]. Kommunikationsministeriet, 2009.

- *Suomalainen tv-tarjonta 2008* [Finländskt tv-utbud 2008]. Kommunikationsministeriet, 2009.

#### Norge

- *Spørreundersøkelse om digitalisering av lokalradio*. Rapport til Kulturdepartementet. Medietilsynet, 2010.
- *NRK-plakaten – dekning av valg*. St.meld. nr. 18 (2008-2009). Kulturdepartementet, 2009.

#### Sverige

- *Från TV till rörlig bild*. Konkurrensverket / Radio- och TV-verket, 2009.
- *Vägval för filmen*. Betänkande av Filmutredningen 2008 (SOU 2009:73). Kulturdepartementet, 2009.
- *Avskaffande av filmcensuren för vuxna, men förstärkt skydd för barn och unga mot skadlig mediepåverkan*. Betänkande av Utredningen om översyn av filmgranskningslagen m.m. (SOU 2009:51). Kulturdepartementet, 2009.
- *Interaktiva digital-TV-tjänster 2009*. Radio- och TV-verket, 2009.
- *Översyn av vissa mediemyndigheter – en effektivare administration* (Ds 2009:4). Kulturdepartementet, 2009.

### Informasjonssamfunnet

#### Danmark

- *Safer Internet. Raising Awareness on Children and Young People's Internet and Mobile Safety – one Year with Awareness Node Denmark*. Medierådet for Børn og Unge, 2009.
- *It- og telepolitisk redegørelse 2009*. Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling, 2009.

#### Finland

- *Säbkoisesti nouseva Suomi: viestinnän elinkeinopoliittisen työryhmän loppuraportti* [Finland and the development of electronic communications: final working group report]. Kommunikationsministeriet, 2009.

#### Norge

- *Barn og digitale medier 2010*. Medietilsynet, 2010.
- *Individ og integritet. Personvern i det digitale samfunnet* (NOU 2009: 1). Fornyings-, administrasjons- og kirkedepartementet, 2009.

#### Sverige

- *Leveransplikt för elektroniska dokument* (Ds 2009:61). Utbildningsdepartementet, 2009.

### Allmenn medie- og kulturutvikling

#### Danmark

- *Folkebibliotekerne i vidensamfundet*. Rapport fra Udvalget om folkebibliotekerne i vidensamfundet, Styrelsen for Bibliotek og Medier, 2010.
- *Udredning af den fremtidige offentlige mediestøtte*. Styrelsen for Bibliotek og Medier/ Kulturministeriet, 2009.

#### Finland

- *Kulturpolitisk strategi 2020*. Undervisningsministeriet, 2009.
- *Undervisningsministeriets Bibliotekspolitik 2015*. Undervisningsministeriet, 2009.

**Norge**

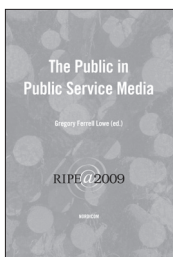
- *Medietilsyn 2009*. Rapport til Kulturdepartementet. Medietilsynet, 2010.
- *Norsk medieøkonomi 2004-2008*. Medietilsynet, 2009.
- *Bibliotek*. St.meld. nr. 23 (2008-2009), Kulturdepartementet, 2009.
- *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv*. St.meld. nr. 24 (2008-2009). Kulturdepartementet, 2009.

**Sverige**

- *Betänkande av Kulturutredningen* (SOU 2009:6). Kulturdepartementet, 2009.
- *Medieutveckling 2009*. Radio- och TV-verket, 2009.

**Nordicoms nyhetsbrev** *Medier i Nordens* utgaver i 2009 og 2010 og Nordicoms **medielovgivningsbase** danner grunnlaget for oversikten ovenfor, som omfatter medierelevante utredninger, rapporter og forslag – både avsluttede og utredninger som er i gang. Listen finnes i klikkbar versjon på Nordicoms nettportal for Medieutveckling och mediestatistik i Norden, se menyvalg "Medielagstiftning".

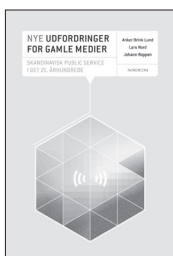
## Aktuella publikationer om medietutveckling & medietrender från Nordicom



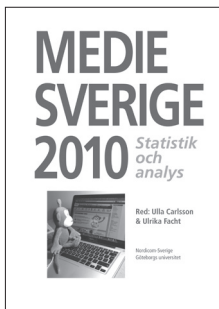
*The Public in Public Service Media: RIPE@2009*  
/ Gregory Ferrell Lowe (ed.) Nordicom, 2010, 276 p.  
- ISBN 978-91-89471-94-8



*Nordiska public service-medier i den digitala mediekulturen*  
/ Ulla Carlsson (ed.); Eva Harrie (ed.) Göteborg: Nordicom,  
2010, 155 p. - ISBN 978-91-89471-93-1



*Nye udfordringer for gamle medier: Skandinavisk public service i det 21. århundrede* / Anker Brink Lund (ed.); Lars Nord (ed.); Johann Roppen (ed.) Nordicom, 2009, 153 p. - ISBN 978-91-89471-86-3



*MedieSverige 2010: Statistik och analys* / Ulla Carlsson (ed.); Ulrika Facht (ed.) Nordicom-Sverige, 2010, 320 p.  
- ISBN 978-91-89471-99-3



*Barn och unga i den digitala mediekulturen*  
/ Ulla Carlsson (ed.) Göteborg: 2010, 155 p.  
- ISBN 978-91-89471-90-0 (Reports Clearinghouse)

För mer information om böckerna och om Nordicom's övriga utgivning,  
se [www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se).

# Nyhet: Följ Nordicom på Facebook och Twitter!



**NORDICOM**  
*Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning*

Om Nordicom | Medieforskning | Mediestatistik | Children & Media | Konferenser | Publikationer | Varukorgen | Kontakt | Sitemap | Sök | English

 Medie- och kommunikationsforskning i Norden

 Medieutveckling och mediestatistik i Norden

 The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

**Nyheter**

Nordicom Information  
1-2010  
Mar 2010

Ny bok:  
Den skandinaviska krimi  
Bestseller og blockbuster  
Mar 2010

Ny bok:  
The Public in Public Service Media  
RIPE@2009  
Mar 2010

Nordicoms årsrapport 2009  
Mar 2010

Medier i Norden  
Nyhetsbrev 1 2010  
Feb 2010

**NYHETSARKIV >>>**

NORDICOM • Göteborgs universitet • Box 713 • SE 405 30 Göteborg • Tel: +46 31 786 0000 • Fax: +46 31 786 4655 • E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)

NORDICOM är ett kunskapscenter för medie- och kommunikationsområdet. Med utgångspunkt i den akademiska forskningen insamlar, bearbetar och förmedlar Nordicom kunskap till olika brukargrupper i Norden, Europa och övriga världen. Arbetet syftar till att utveckla mediekunskapen och bidra till att forskningens resultat synliggörs i behandlingen av mediefrågor på olika nivåer i både offentlig och privat verksamhet.

Nordicom, Göteborgs Universitet,  
Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige  
Telefon: +46 31 786 00 00  
E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)

**[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)**

# NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet

Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige

Telefon +46 31 786 00 00 | Fax +46 31 786 46 55

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se) | E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)



GÖTEBORGS  
UNIVERSITET

ISBN 978-91-86523-01-5



9 789186 523015