

BONNIER
ÅRSBERÄTTELSE
2017

BONNIER

Innehåll



VD-ord.

Bonniers journalistik, berättelser och delade kunskap fortsätter att göra våra samhällen öppnare och mer intressanta.



Bonnier och hållbarhet.

Planering på lång sikt är en av Bonniers kärnvärden och en utgångspunkt för hur vi driver våra verksamheter.



Viktiga publiceringar.

Våra redaktörer väljer sina viktigaste publiceringar från 2017.



Våra affärsområden.

En titt på vad 2017 innebar för våra affärsområden Books, Broadcasting, Business to Business, Growth Media, Magazines and News.



Publicistisk vision.

Det vi står för, från styrelseordförande och ägare Carl-Johan Bonnier.



Ekonomiskt resultat.

2017 – Ett år med två ansikten.

Det här är Bonnier. Vår vision är att ständigt utveckla media. Bonnier är Nordens ledande medieföretag med över 200 års erfarenhet av mediemarknader i förändring. Vi har vår bas i Sverige, finns i 15 länder och är helägda av familjen Bonnier. Våra verksamheter spänner över alla medieslag, med en stark historisk kärna i självständig journalistik och bokförläggande.

Bonnier Årsberättelse 2017

Redaktör och projektledare

Bert Menninga

Bildredaktör och biträdande projektledare

Elin Eriksson

Kommunikationschef

David Salsbäck

Produktion

Spoon

Omslag

Tomas Monka

Joanna Lavén

Skribenter, fotografer och illustratörer

Karl Gabor

Peter Jönsson

Karin Strand

Översättning

Mikaela Hincks

Tryckeri

PÅ Media

Bonnier AB

113 90 Stockholm

Sverige

Tel. 08 736 40 00

info@bonnier.se

www.bonnier.com

- 6 KORT OM BONNIER 2017
- 8 VIKTIGA PUBLICERINGAR
- 9 BONNIER SOCIAL IMPACT
- 10 FÖLJDERNA AV #METOO
- 11 C MORE HBTQ-CERTIFIERADE
- 25 ETT FAMILJEFÖRETAGS HISTORIA
- 26 STYRELSE OCH LEDNING

Tomas Franzén

”Vi har lämnat viktiga bidrag till samhället”

Under 2017 har Bonnier genom journalistik, berättelser, kunskap och underhållning fortsatt att göra de samhällen vi verkar i både öppnare, intressantare och roligare.



Tomas Franzén, VD Bonnier AB.
(Foto: Peter Jönsson)

Vår tid behöver professionell journalistik, pålitliga röster, genomlysning av offentlig och privat makt och en mångfald av perspektiv och åsikter. Vår tid behöver också lägereldar, berättande och underhållning som bidrar till att samla människor och samhällen. Under 2017 har vi lämnat viktiga samhällsbidrag inom alla de här områdena.

GENOM UNDERSÖKANDE JOURNALISTIK och tunga publiceringar, i form av exempelvis DN:s Transportstyrelseavslöjande och Magda Gads unika och Journalistpriselönade bevakning från Raqqa och Mosul.

GENOM MER ÄN 100 miljoner sålda böcker och satsningar på ungas läsande.

GENOM ATT SAMLA miljonpubliker för egna

format, produktioner och berättelser, skapar vi viktiga gemensamma referenspunkter.

GENOM KUNSKAPSTJÄNSTER INOM skola – med Clio Online – och hälsa – med Bonnier Health, Dagens Medicin och Natural Cycles – bidrar vi inom viktiga samhällsområden.

I DEN HÄR årsberättelsen finns ett axplock av historier om hur våra verksamheter skapar samhällsnytta. Det gör mig stolt att få leda verksamheter som på riktigt gör skillnad.

2017 HAR OCKSÅ varit ett tufft år, inget tvivel om det. Det gäller oavsett om man mäter i finansiellt resultat eller i arbetsintensitet. På en marknad i stenhård omvandling måste vi på en och samma gång vara innovativa och kostnadseffektiva om vi ska kunna säkra vår framtid som ett långsiktigt starkt mediehus. Vi måste hushålla med resurserna och jobba smartare i våra traditionella verksamheter för att frigöra de resurser som krävs för investeringar i ny teknik, nya kompetenser och nya tjänster. Det ställer stora krav på oss som arbetar här.

ÄVEN FORTSATT KOMMER vi att fokusera på transformationen från traditionella intäkter till digitala, och på att göra rätt saker för att bygga Bonnier långsiktigt starkt. Är lönsamheten här och nu då oviktig? Nej, den är tvärtom en förutsättning för att lyckas hålla den långsiktiga färdriktningen stadig.

UNDER 2017 HAR ett antal bitar fallit på plats vilket gör att jag är mycket hoppfull för att vi under 2018 kommer att kunna ta fler steg i rätt riktning även resultatmässigt. En sådan viktig pusselbit är att våra dagstidnings-

bolag har fortsatt att bevisa att det finns en betalningsvilja för kvalitetsjournalistik i digitala format, med totalt 200 000 renodlat digitala prenumeranter. En annan att både Expressen och TV4 ökar både räckvidd och annonsintäkter.

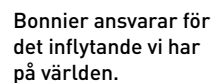
NÄR VI LYCKAS ser vi att det är ett antal parametrar som finns på plats: Det gäller en bättre förståelse för våra kunders behov, möjligheten att med rätt teknik och vass kompetens effektivt ta fram nya erbjudanden som möter behoven, och att ha en kultur och ett ledarskap som tillvaratar möjligheter till samarbete både inom bolag och över bolagsgränserna. Vi har mycket kvar att göra, men också flera goda exempel och framgångar att lära av!

UNDER HÖSTEN 2017 har samhällsdebatt och arbetsplatskonversationer präglats av den omvälvande kraften i #metoo. För oss som mediebolag har det haft en dubbel signifikans, genom att våra organisationer har berörts direkt, och genom våra mediers centrala roll som granskare.

JAG ÄR ÖVERTYGAD om att det finns ett före och efter #metoo. Arbetsmiljöfrågor har mycket sällan stått på agendan i svenska bolagsledningar, Bonnier inräknat. Detta har ändrats, och den ändringen är permanent. Inom Bonnier kan vi med rätta känna stolthet över den samhällspåverkan våra företag och produkter har. Vi ställer höga krav på andra. Naturligtvis ska vi ställa minst lika höga krav på oss själva.

*Tomas Franzén
VD, Bonnier AB*

Bonnier och hållbarhet



Bonnier har en mer än 200 år lång historia som familjeägt mediebolag. Långsiktighet är ett kärnvärde och en utgångspunkt för hur vi driver våra verksamheter.

I DEN LÅNGSIKTIGHETEN ligger också att vi vill ha en positiv inverkan på de samhällen vi verkar i och bidra till ett hållbart samhälle. Vi vill göra våra samhällen öppnare, intressantare, roligare och mer välinformerade.

SOM SAMHÄLLSAKTÖR OCH företag har Bonnier ett ansvar för den påverkan, negativ och positiv, vi har på omvärlden. Vår värld har betydande utmaningar kopplat till hälsa, jämlikhet, klimatförändringar, med mera, där de 17 Globala Målen uttrycker vägen framåt avseende de tre dimensionerna av hållbar utveckling: den ekonomiska, sociala och miljömässiga.

BONNIER HAR IDENTIFIERAT följande fem områden som särskilt centrala i vårt arbete med hållbarhet och långsiktig samhällsnytta:

1. Yttrandefrihet. Bonnier ska vara Sveriges ledande aktör för en vidsträckt yttrande-



Expressens nyhetsredaktion under terrorattacken i Stockholm i april 2017.

frihet och för fria medier. Yttrandefrihet och högt i tak ska även präglade våra interna företagskulturer.

2. Styrning. Som att familjeägt mediebolag är vi måna om att våra verksamheter bedrivs på ett långsiktigt sätt, med väl kända etiska riktlinjer och med fungerande larmsystem när dessa riktlinjer bryts.

3. Våra medarbetare. Att attrahera, utveckla och behålla rätt kompetens är en avgörande

framgångsfaktor. Att skapa miljöer där människor kan utvecklas och framgångsrikt hantera det förändringstryck mediebranschen upplever är en central utmaning för våra verksamheter.

4. Mångfald. Våra bolag ska erbjuda rättvisa karriärförutsättningar oavsett kön eller bakgrund, och våra verksamheter ska bidra till ett inkluderande samhälle där fler kan vara delaktiga.

5. Miljö- och resurseffektivitet. Globala och lokala utmaningar kopplat till miljö- och klimatpåverkan berör alla företag. Även om Bonniers miljöpåverkan är begränsad och varierar mycket givet den breda verksamhetsportföljen, ska vi arbeta för att minska vår direkta påverkan och där det är relevant i vår värdekedja.

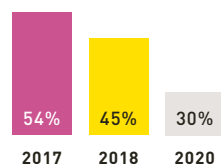
Mer på
vår hemsida!
ARSBERÄTTELSE2017.
BONNIER.COM

Bonnier 2017

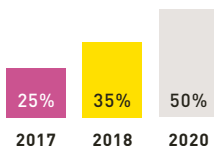
Vår affärsidé: Vi skapar, väljer, förädlar och förpackar kunskap och berättelser.

Intäktsfördelning

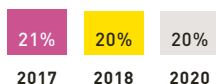
Traditionella



Digitala och nya

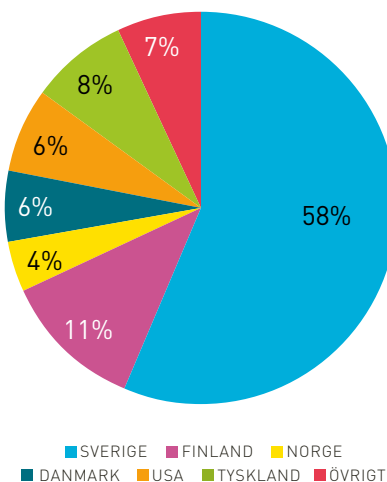


Böcker och andra hållbara intäkter



År 2020 siktar vi på att 50 % av våra intäkter ska komma från digitala och andra nya källor.

Nettoomsättning per land



Ambition:
Att vara ett ledande och högpresterande digitalt mediehus.

Bonnier har ledande positioner inom flera nyckelsegment på medie-marknaden, men bara 25 procent av våra intäkter kommer från nya källor. Till 2018 ska andelen vara minst 35 procent, och till 2020 är målet 50 procent. Med den ambitionen fokuserar vi de närmaste åren på att hitta nya intäktskällor genom att investera i ny teknologi, nya tjänster och nya kompetenser. Vi måste utveckla en kultur av samarbete mellan varumärken, företag och affärs-områden. Om vi gör det, och kombinerar det med vår publicistiska styrka, vår långsiktighet och all den talang som finns inom Bonnier, har vi alla möjligheter att lyckas.

Nyckeltal

8 343
ANSTÄLLDA

150
CIRKA, ANTAL
BOLAG

15
LÄNDER

625 MSEK
EBITA

25 740 MSEK
OMSÄTTNING

Bonniers
kärnvärden

Yttrande-
frihet

Passion
för media

Ett familjeföretags
engagemang

Individens
förmåga



CSR I VARDAGEN 2017

REDAKTÖRERNAS VAL | FÖR NYA LÄSARE | #METOO
C MORE OCH HBTQ-CERTIFIERING | JOURNALISTPRISER
BONNIER SOCIAL IMPACT

KAZUO
ISHIGURO
...
ÅTERSTODEN
AV DAGEN

Journalistik

Viktiga publiceringar

Bonniers redaktörer och förläggare berättar om sina viktigaste publiceringar och deras effekter under året.

VISSELBLÅSARE PÅ STATENS FASTIGHETSVÄRK
Polisrazzia på en statlig myndighet. En generaldirektör som fick sparken. Åtta personer delgivna misstanke om brott. En visselblåsare som fick nog. Per Hermanruds och Phil Poystis avslöjande om Statens fastighetsverk i Kalla fakta i TV4 innehåller allt ett riktigt bra avslöjande ska innehålla.

– Ett exempel på utmärkt journalistiskt hantverk, som nominerades till Kristallen. Det är viktigare än någonsin nu, i en tid då mörka krafter vill underminera demokratin och lagstiftare vill inskränka yttrandefriheten, att medierna har ägare och ledningsgrupper som värnar om undersökande journalistik.

Viveka Hansson

Programdirektör nyheter och samhälle TV4

ETT PORTRÄTT AV UTANFÖRSKAP

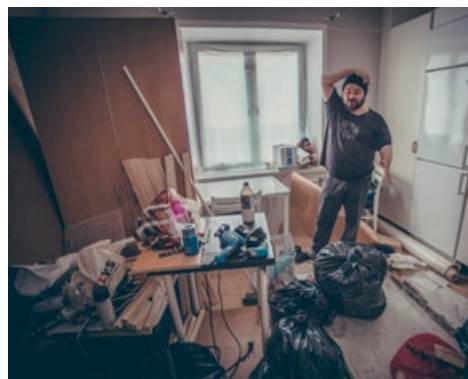
Mikael är ensam, fattig och psykiskt sjuk. Efter att ha kämpat för att få rätt vård i åtta år ger han upp, monterar ner sitt hem och ger sig ut i skogen. KIT:s Thomas Arnroth följer Mikaelns kamp i realtid, över åkrar och ängar, till ett jaktorn vid Vänerns strand. Det här är en berättelse om en männis-

ka och samtidigt ett blottläggande av ett grovmaskigt socialt skyddsnät.

– Få reportrar skulle ta sig an Mikaelns fall eftersom skuldfrågan är krånglig och historien inte avslutad. Mikaelns kamp mot myndigheterna är inte unik, men det är också det som gör reportaget särskilt angeläget för läsarna. Många känner igen sig i Mikaelns uppgivenhet och har engagerat sig i hans försvinnande. Och berättelsen om hans kamp är inte slut än.

Jenny Agö

Redaktör, KIT



TERRORATTACKEN I STOCKHOLM

Terrorattacken i Stockholm i april 2017 var årets största inrikesnyhet. Expressen var först med att bara timmar efter dådet, och före polisens offentliggörande, kunna publicera den bild från en övervakningskamera på gärningsmannen Rakhmat Akilov som gjorde att den 39-årige uzbeken identifierades och greps.

– Jag stod i konferenssalen Guldspaden i Expressen-huset inför ett 60-tal annonsörer när mobilflasharna om vansinneskörningen kom. Det pep i telefonen och jag avslutade mitt anförande om satsningen på DiTV som Sveriges ekonomi-tv-kanal och gick upp till nyhetsdesken. Där förstod man direkt att något hemskt hänt.

Thomas Mattsson

Chefredaktör, Expressen

DATALÄCKAN PÅ TRANSPORTSTYRELSEN

Dagens Nyheter avslöjande om IT-skandalen på Transportstyrelsen var 2017 års stora politiska nyhet. Det ledde till flera minis-teravgångar

och dominerade samhällsdebatten i flera månader.

– Grävande journalistik har sällan varit så viktigt som nu. Mikael Holmströms och Kristoffers Örstadius undersökning av turerna på Transportstyrelsen skakade om och framkallade stora förändringar. Det visar hur viktigt det är att avsätta resurser till den här typen av granskningar.

Peter Wolodarski

Chefredaktör, Dagens Nyheter

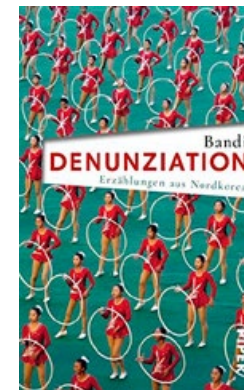
BERÄTTELSE SMUGGLADES UT UR NORDKOREA

I maj 2017 publicerade München-baserade Piper Verlag, Denunziation, en bok med berättelser från Nordkorea.

– Författarens pseudonym är Bandi, en litterär skribent som under de senaste årtiondena har riktat skarp kritik mot Nordkoreas regim, som han ger skulden för massvält och mänskligt lidande. I sitt arbete dokumenterar Bandi lidandet hos vanliga nordkoreaner som är fängslade i sin egen stat utan något som helst medlidande. Berättelserna smugglades ut ur Nordkorea och har väckt stor uppmärksamhet i Tyskland, både bland media och allmänhet, eftersom Bandi erbjuder en unik inblick i nordkoreanernas dagliga liv.

Felicitas von Lovenberg

Förläggare, Piper Verlag



Läs om fler
aktiviteter på...
ARSBERÄTTELSE2017.
BONNIER.COM

Inkludering

En ny generation läsare

Barn erbjuds större möjligheter genom läsning och skrivande på Berättarministeriet, som stöds av Bonniers Familjestiftelse och Bonnierförlagen.

ETT SVERIGE DÄR alla känner sig bekväma med det skrivna ordet och har möjlighet att aktivt delta i samhället. Det är visionen för Berättarministeriet, en ideell, politiskt och religiöst oberoende organisation som syftar till att ge barn möjlighet att erövra det svenska språket och att förbättra sina betyg. Och Berättarministeriet har helt klart gjort ett avtryck – utbildningscentret har välkomnat besök från upp emot 35 000 barn, över 2 600 lärare och cirka 500 volontärer.

BERÄTTARMINISTERIET FOKUSERAR framför allt på barn i socioekonomiskt utsatta områden i Stockholm,



Dilsa Demirbag-Sten,
generalsekreterare för
Berättarministeriet.

Södertälje och Göteborg och får offentliga bidrag, men även finansiering från företag och stiftelser, bland annat Bonnierförlagen och Bonniers Familjestiftelse. Tanken bakom Berättarministeriet stämmer bra överens med Bonnierförlagens vilja att uppmuntra läsning, men även med Bonniers kärnvärde om individens egen förmåga.

– På Berättarministeriet upptäcker barn hur roligt det är att skriva och läsa, säger Dilsa Demirbag-Sten,

generalsekreterare och grundare. Det skrivna ordet är en förutsättning för att kunna ta del av alla magiska berättelser som hjälper oss att förstå vad det är att vara människa och nyckeln till all kunskapsinhämtning.

”BERÄTTARMINISTERIETS UPPDRAG är att stärka barnens möjligheter att erövra det skrivna ordet och på så sätt få grundläggande förutsättningar för att vara aktiva samhällsmedborgare. Medborgarnas delaktighet är avgörande för en livskraftig demokrati.”

ORDET ÄR FRITT STÖDjer BERÄTTARMINISTERIET

Bonnierförlagens årliga välgörenhetsauktion syftar till att stärka och värna om yttrandefriheten. Till 2017 års auktion donerade serieskaparna Nina Hemmingsson och Frida Malmgren originalillustrationer från boken Ordet är fritt. Dessutom ingick signerade porträttfoton av musikern Veronica Maggio och hennes självbiografi. Allt är för bra nu, samt signerade exemplar av fotoboken Last night in Sweden. Alla intäkter från auktionen gick till Berättarministeriet.



FOTO: KARL GABOR

Jämställdhet

En rörelse som förändrat samhället

En titt på den utbredda kampanjen mot sexuella trakasserier, med tankar från VeckoRevyns Irena Pozar.

UNDER HÖSTEN 2017 sköljde #metoo som en flodvåg över världen och Sverige. Medierna spelade en viktig roll i att upprätthålla det fokus som riktades mot strukturer som tillåtit sexuella trakasserier och övergrepp mot kvinnor på svenska arbetsplatser. På VeckoRevyn hade redaktionen redan sin egen hashtag #anmälalla färdig med syftet att peppa kvinnor att våga och orka polisanmäla sexualbrott.

NÄR JOURNALISTFÖRBUNDETS TIDNING Journalisten i 2017 års sista nummer frågade 18 journalister om vilken som var årets mediehändelse svarade 14 #metoo. Av de övriga fyra placerade tre i stället #metoo i kategorin årets flipp och den fjärde lyfte #metoo som årets drev – med tillägget ”i sin bästa form”.

Den hashtag som den amerikanska skåde-

spelerskan Alyssa Milano lanserade den 15 oktober sedan Hollywoodproducenten Harvey Weinstein anklagats för våldtäkt av flera kända skådespelerskor orsakade en löpeld av reaktioner. Alyssa Milano ville sätta fingret på hur sexuella trakasserier mot kvinnor är ett strukturellt problem i samhället, och gensvaret blev över förväntan. På bara några veckor hade miljontals kvinnor vittnat om övergrepp och trakasserier under hashtaggen #metoo.

I SVERIGE GICK tusentals kvinnor i bransch efter bransch samman och vittnade om sexistiskt beteende, trakasserier och våldtäkter. Skådespelerskor, kvinnliga försvarsanställda, jurister, politiker, lärare, dansare, arkeologer och journalister vara bara några av de yrkesgrupper vars egna hashtags och berättelser publicerades i svenska medier.

– #metoo var det viktigaste som hände 2017. Det har gjort stor skillnad, det märker jag när jag träffar mina väninnor. Nu vågar kvinnor både berätta om och anmäla övergrepp, säger VeckoRevyns chefredaktör Irena Pozar.

– Journalistiskt var kampanjen en stor utmaning. Dels var det många arbetsplatser som måste rannsaka sig själva, dels uppstod

pressetiska dilemman när det gäller namnpubliceringar.

Frågan om namnpubliceringar dök upp så gott som omgående, och har lett till en ännu pågående debatt. De första svenska vittnesmålen under hashtaggen #metoo rörde dels den folkkäre programledaren för TV4:s Äntligen hemma, dels en känd krönikör på Aftonbladet.

TV4 VALDE ATT avsluta samarbetet med programledaren och lyfta programmen ur tablån. Samtidigt beställde man en oberoende utredning av anklagelserna om kränkande särbehandling och sexuella trakasserier på Äntligen hemma-redaktionen. Utredningen kritiserade TV4 för att inte tidigare ha agerat för att säkra en trygg arbetsmiljö på redaktionen.

Som en följd av detta har TV4 antagit en så kallad nollmission som syftar till att förebygga och motverka trakasserier, mobbning och kränkningar och som bland annat omfattar en ny visseblåsarfunktion.

– På det stora hela tycker jag att medierna klarade frågan om namnpubliceringar bra, om jag har förstått det rätt har det inte inkommit fler anmälningar till Pressombudsmannen än vanligt, säger Irena Pozar.

– Däremot tycker jag att medierna kunde ha varit bättre i sin kommunikation med läsarna när det handlade om att förklara varför man publicerade respektive inte publicerade namn på utpekade personer. Det existerar tyvärr ett förtroendeproblem gentemot media och många läsare undrade hur medierna resonerade i de olika fallen.

BÅDE DAGENS NYHETER och Expressen spelade tillsammans med övriga riksstäckande medier ledande roller under hela #me-



Irena Pozar, chefredaktör för VeckoRevyn (Foto: Peter Jönsson)

too-kampanjen. Tidningarna publicerade fortlöpande de olika uppropen och utförde även egen grävande journalistik som bland annat resulterade i DN:s avslöjanden om de trakasserier den så kallade Kulturprofilen har ägnat sig åt.

– Jag är stolt över de här publiceringarna, de var viktiga, säger Irena Pozar.

Hon hoppas och tror att #metoo satt ett permanent avtryck i samhället.

– Inledningsvis fruktade jag att #metoo skulle försvinna inom några veckor, men så har verkligen inte blivit fallet. Jag har förstått att många män numera också ser problemet och kan säga ”metoo” för att markera när en kompis uttrycker sig sexistiskt.

– Jag hoppas att alla arbetsplatser från och med nu har en aktiv jämställdhetspolicy och inte bara ett gammalt papper som samlar damm någonstans. Jag hoppas också att alla insett att det problem som kommit upp till ytan är strukturellt och finns överallt – i alla yrken och i alla samhällsklasser.

En hjälp i arbetet med att komma tillrätta med eventuella problem på arbetsplatserna är boken 100 berättelser och tio frågor som

behöver besvaras som bokförlaget Max Ström gav ut i december. Boken består av 100 vittnesmål från kvinnor i hela landet samt tio frågor som är tänkta att utgöra ett stöd för den enskilde läsaren men också fungera som underlag för arbetsgrupper på arbetsplatser.

NÄR #METOO BRISERADE i svenska medier hade VeckoRevyn redan en egen hashtag färdig – #anmälalla, som var ett initiativ på veckorevyn.com för att peppa och stärka kvinnor att våga och orka polisanmäla sexualbrott.

– Kampanjen bestod av en artikelserie där flera unga kvinnor intervjuades för att berätta sina historier om sexualbrott de har utsatts för och deras erfarenheter av att anmäla, eller avstå från att göra det, säger Irena Pozar.

– Vi hade jobbat med kampanjen hela hösten och skulle ha sjösatt den tidigare, men fick skjuta på den i två veckor eftersom jag drabbades av influensa. När sedan #metoo drog igång behövde vi inte ändra någonting i vår kampanj utan låg helt rätt och fick ett jättefint gensvar med flera hundratusen visningar.

BONNIERS VD TOMAS FRANZÉN OM #METOO

”Jag är övertygad om att också vi som koncern, och alla andra arbetsgivare, har mycket att lära av den debatt som kommit upp. Om det är något som #metoo-skildringarna har visat är det att det här inte är ett marginalfenomen, utan ett samhällsomfattande problem. Det är vårt ansvar att skapa förbättring utifrån den insikten.”

Jämställdhet

För en mer inkluderande spelplan

C More använder sin starka position inom sportvärlden för att göra skillnad för homosexuella och transpersoner: streamingtjänsten är det första medieföretaget i Sverige som blir hbtq-certifierat.

SPORTVÄRLDEN ÄR I flera avseenden fortfarande ett konservativt sammanhang, som ofta kritiserats för att vara homogen, stereotypisk och inte särskilt inbjudande för den som bryter mot normerna. Idag finns det exempelvis inte en enda öppet homosexuell person i någon av serierna som C More sänder. Mot den bakgrunden vill C More använda sin starka position inom inte minst den svenska sportvärlden för att göra skillnad för personer som avviker från sportvärldens traditionella normer. C More är det första medieföretaget i Sverige som blivit hbtq-certifierat.



C Mores hbtq-certifiering handlar både om principer och goda affärer.

C MORE FÅR certifieringen av RFSL (Riksförbundet för homosexuella, bisexuella, transpersoners och queeras rättigheter) som även står för utbildningen. Målet är både principiellt och kommersiellt; att alla sporttalskare ska känna sig välkomna i C Mores sportsändningar, och att inte alienera några presumtiva tittare eller medarbetare genom okunskap eller omedvetenhet. Utifrån detta första steg kommer C More under 2018 gå vidare med fler satsningar på att göra svensk idrott mer inkluderande.

– VI PÅ RFSL är glada att C More som första mediebolag valt hbtq-certifieringen, och att de väljer just sportavdelningen. Vi vet att sport- och idrottsvärlden är mer exkluderande mot hbtq-personer och särskilt unga hbtq-personer, säger Kristina Ullgren från RFSL. C More är en stark maktfaktor inom sportvärlden och kan med sitt arbete med certifieringen lyfta en bredare representation och fler förebilder för hbtq-ungdomar som idrottar.

Hårt journalistiskt arbete belönas



Prisvinnare Magda Gad, krigskorrespondent för Expressen.

En rad journalistpriser från Bonnier stöder det bästa inom journalistik i tre olika länder.

I ÖVER 50 ÅR har Stora Journalistpriset uppmärksammat det bästa inom svensk journalistik. År 2000 exporterades priset, då Stora Journalistpriset i Finland instiftades. I Estland upprättades Bonnierpriset för undersökande journalistik i toppklass år 1996. Journalistiska utmärkelser delas även ut av enskilda publikationer, som till exempel Expressens Per Wendelpriset som varje år går till en framstående nyhetsjournalist.

– Att granska makten, hur den än ser ut och uttrycks, är journalistikens skyldighet och viktigaste uppgift. Och i en tid när makten aktivt arbetar för att motverka precis detta, och helst vill undvika granskning, känns Stora Journalistpriset viktigare än någonsin. Att en gång om året få möjlighet att uppmärksamma, uppmuntra och belöna den högkvalitativa journalistik som görs på stora och små redaktioner runt om i Sverige, har blivit en bonniersk tradition av allra bästa slag, säger Jonas Bonnier, ordförande i

Stora Journalistprisets jury, som består av framstående journalister från olika delar av mediebranschen.

KONTINUERLIG DIALOG

Expressens Magda Gad, som fick Stora Journalistpriset i klassen Årets Förnyare 2017, är en av landets mest synliga journalister med sin omfattande krigsrapportering från Syrien och Mellanöstern, och med ett enormt antal följare på sociala medier. Hon fick priset just för sin unika kombination av fältjournalistik och dialog med sin publik. Under utdelningen kommenterade juryn Magda Gads förmåga att ta med sin publik till stridslinjen, och att hitta nya sätt att berätta om krig genom en bred och ständigt pågående dialog.

– Jag gör min journalistik i samarbete med läsarna, säger Gad. Vi har en tvåvägskommunikation där båda sidor bidrar med information, frågor och diskussion. Det leder till en mycket bättre och mer djupgående journalistik. Även engagemang och påverkan och möjligheten att förändra ökar. Och det är ju det som är hela meningen med mitt arbete. Läsarna för rapporteringen vidare genom att prata om den med sina barn och kollegor, och de skriver även brev till allt ifrån vår statsminister till hjälporganisationer.

– Dialog är absolut framtiden. Och jag tror att den här metoden kommer att kunna utvecklas ännu mera med ny teknik. Mina läsare betyder, tillsammans med dem jag skriver om, allt. Utan dem finns inget.

Inkludering

Positiv påverkan bortom verksamheten

Bonnier Social Impact finansierar initiativ med ett socialt syfte.

TANKEN MED FONDEN är att den ska stödja initiativ som är positiva för både företaget och omgivningen, och som bidrar till ett inkluderande samhälle, men som kanske inte uppfyller strikta marknadsbehov, säger Tomas Franzén, VD för Bonnier AB.

Bonnier Social Impact-fonden finansieras av Bonnier AB och har hittills bidragit med ekonomiskt stöd till tre projekt:

- 1. Filmintegration**, som gör det möjligt för SFI att använda svensk film i undervisningen, med C More.
- 2. Clio Förberedelseklass**, en utbildningsmodul för nyanlända skolbarn för att de så fort som möjlig ska kunna ta steget till svensk skola, med Clio Online Sverige.
- 3. Basket, läsning, workshops** och roliga aktiviteter hela sommaren med Bonnier Hoops – mitt på Kista Torg i nordvästra Stockholm och Ribban i Malmö, med Bonnierförlagen.



Filmintegration från C More hjälper nyanlända att lära sig språket och kulturen.

BONNIERS AFFÄRS- OMRÅDEN

BOOKS | BROADCASTING | BUSINESS TO BUSINESS
GROWTH MEDIA | MAGAZINES | NEWS

År 2017 präglades av kontraster: å ena sidan en stark och bred utgivning och en enorm digital tillväxt på förlagssidan, å andra sidan stora utmaningar och svaga resultat för våra verksamheter inom fysisk bokhandel och delar av förlagen.

Books

SAMTIDIGT SOM ÅRET innebar utmaningar är det verkligen glädjande att se att våra största förlagshus, främst i Tyskland och Sverige, har varit mycket lönsamma. En lönsamhet som drivits av relevant och modern utgivning i kombination med skickligt lanseringsarbete.



Håkan Rudels,
Affärsområdeschef

VI ÄR VERKSAMMA i branscher som förändras oerhört snabbt och inom förlagsdelen är vi med och driver denna förändring. Inom fysisk retail drabbades våra verksamheter, som många

andra, hårt av det förändrade konsumentbeteende som skär genom all handel.

När jag tillträdde som affärsområdeschef för Bonnier Books under senhösten satte vi en tydlig, mer förlagsfokuserad strategi. Vi kommer de närmaste åren att bli ett mindre men lönsammare affärsområde, med sikte på att stärka vår position som en modern, stark, europeisk bokförlagsgrupp.

JAG ÄR MYCKET glad över vår tyska förlagsgrupps Bonnier Media Deutschland

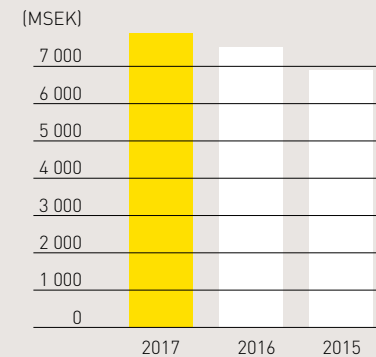
framgångsrika år, med förlagsverksamheter som fortsatte att gå riktigt bra. Därtill kom förvärvet av Münchner Verlagsgruppe (MVG), ett snabbriktigt, agilt och trenddrivet förlag, som överträffade förväntningarna och ytterligare stärkte verksamheten och vår position på den viktiga och stora tyska bokmarknaden.

BONNIERFÖRLAGEN BEFÄSTE SIN ledande position på den svenska marknaden. Förlagsgruppen hade ett utmärkt år, inte bara på grund av den fortsatt positiva utvecklingen inom digitalt ljud utan även för att försäljningen av fysiska böcker ökade. Digitala format stod för 22 procent av de totala intäkterna. Nya initiativ lanserades, till exempel det renodlat digitala förlaget Bonnier Bookery, med utgivning som attraherar den digitala bokkonsumenten.

Vår digitala prenumerationstjänst BookBeat växte kraftigt och har nu 63 000 användare.

FÖR ÖVRIGA FÖRLAGSVERKSAMHETER kan nämnas att norska Cappelen Damm hade ett stabilt år och att Bonnier Books Finland visade en positiv utveckling i försäljningen men med

NETTOOMSÄTTNING

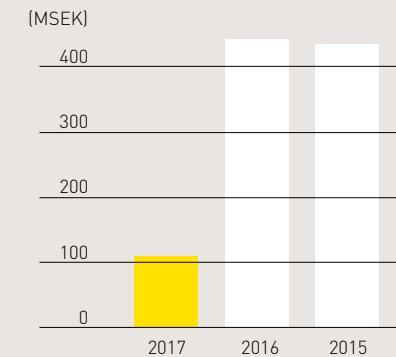


LÄNDER

- Australien
- Finland
- Frankrike
- Tyskland
- Polen
- Norge
- Sverige
- Storbritannien
- USA

*Sedan början av 2018 bildar Adlibrisgruppen ett eget affärsområde; Bonnier E-Commerce.

EBITA



FÖRETAG

- Adlibrisgruppen*
- Akateeminen Kirjakauppa (Akademiska Bokhandeln)
- Bonnier Books Finland
- Bonnier Books Nova
- Bonnier Books Polska
- Bonnier Media Deutschland
- Bonnier Publishing
- Bonnierförlagen
- BookBeat
- Cappelen Damm (50 percent)
- Pocket Shop

fortsatt svaga bruttomarginaler. I Polen har vi en liten men lönsam verksamhet med strategin att stärka positionen. Brittiska Bonnier Publishing har vuxit snabbt de senaste åren men nu ser vi både växtvärk och lönsamhetsproblem. Där finns ett tydligt åtgärdsprogram för att komma tillrätta med detta och bygga en stark förlagsgrupp framåt i Storbritannien.

SOM NÄMNATS SÅ ser vi stora utmaningar inom fysisk retail där Pocket Shop i Sverige, Finland, Storbritannien och Tyskland, Aka-

teeminen i Finland samt Cappelen Damms bokhandel Tanum i Norge kämpade på en extremt utmanande marknad.

ADLIBRISGRUPPEN FORTSATTE ATT prestera väl inom bokdelen och försäljningen inom övriga kategorier ökade kraftigt. Dessvärre präglades året också av de logistikproblem som uppstod i december och som hade stor inverkan på resultatet. I december beslöt Bonnier AB:s styrelse att göra Adlibris till ett separat affärsområde.

Bonnier Broadcastings digitala transformation accelererade under 2017.

Broadcasting

TV4 GJORDE SITT bästa finansiella år någonsin, tack vare en konsekvent satsning på svenskt kvalitetsinnehåll inom alla genrer, starkt fokus på teknikutveckling, och förmågan att möta annonsmarknaden med det starkaste erbjudandet. Den långsiktiga satsningen på total-tv – plattformsoberoende tittande – fick sitt riktiga genombrott. Tack vare TV4 Plays kraftiga tillväxt ökar

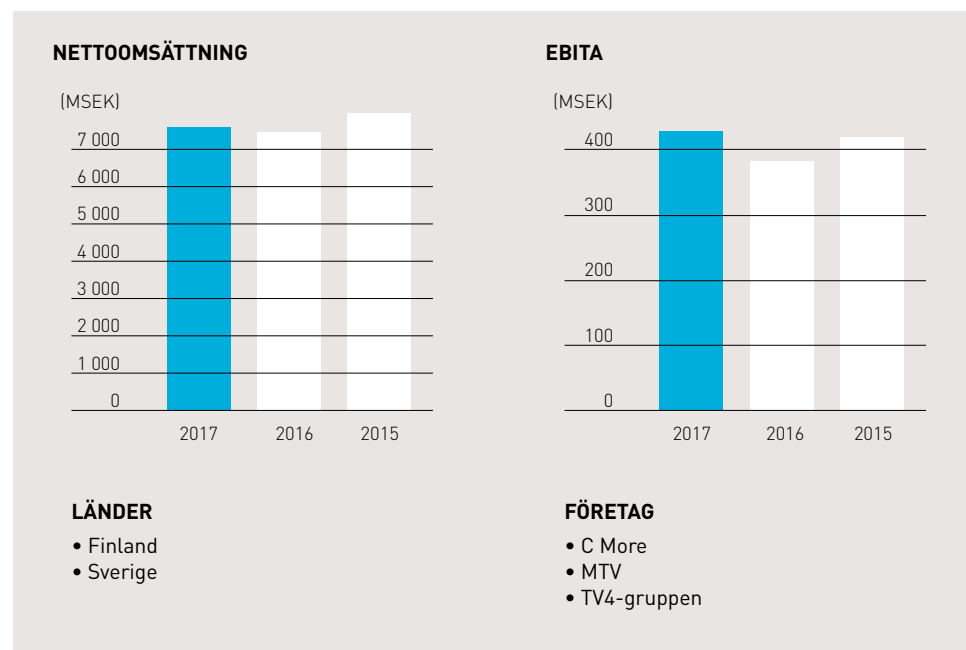
den totala räckvidden för TV4:s totala tv-erbjudande över tid. TV4 Play växte med 18 procent, stod för över hälften av all spenderad tid på de MMS-mätta AVOD-tjänsterna och passerade 3,8 miljoner inloggade användare. Samtidigt som TV4-Gruppen linjärt noterade de högsta tittartidsandelarna någonsin med 33,8 procent av allt tittande (i ålder 15–64).

C MORE VAR för tredje året i rad den snabbast växande SVOD-tjänsten. Under året presenterades flera stora nyheter: TV4:s innehåll reklamfritt och SF Kids flyttade in i tjäns-

ten, och de första C More Original-serierna hade premiär inom genren svenskt drama. Dessutom lanserades nya Sportkanalen samt nya OTT-paketet C More Standard Sport, som riktar sig till en bredare målgrupp till ett något lägre pris än de fullständiga premium-paketet. Under hösten drevs också ett omfattande tillväxtprojekt som ökade konverteringen till C More. Antalet SVOD-abonnenter fördubblades under året.

I FINLAND VAR annonsmarknaden fortsatt utmanande trots förbättrade makroekonomiska förutsättningar. För MTV fortsatte satsningen på finskt kvalitetsinnehåll och MTV var med en genomsnittlig tittartidsandel på 25,7 procent (i ålder 10–54) marknadsledare i alla kommersiella målgrupper. AVOD-tjänsten MTV Katsomo nådde i slutet av året 2 miljoner inloggade användare. Och SVOD-tjänsten C More lanserades under året också i Finland, och togs emot väl av den finska publiken.

DEN DIGITALA TRANSFORMATION som Bonnier Broadcasting driver sedan flera år innebar ett omfattande omställnings- och



omstruktureringsarbete. Nyhetsbolaget avvecklades som eget bolag och medarbetarna som producerar all nyhets- och samhällsjournalistik flyttade åter in i kärnverksamheten i TV4 och Bonnier Broadcasting. Samverkan mellan TV4:s och C Mores verksamheter intensifierades ytterligare för att öka tempot i tillväxten. Under slutet av året utsågs TV4:s operative chef Mathias Berg också till operativ chef för C More. De linjära kanalerna TV4 Komedi och TV4 Fakta XL lades ner för att ytterligare stärka fokus på TV4, Sjuan, TV12, TV4 Play och C More. Ett 90-tal tjänster avvecklades genom omstruktureringar och rationaliseringar.

I SAMBAND MED #metoo-upproppet kritiserades TV4 för sin underlåtenhet att agera på

missförhållanden i anslutning till en av sina produktioner. Efter ett omfattande arbete sjösatte TV4 en kraftfull handlingsplan – Nollmissionen – vars syfte är att förebygga och motverka trakasserier och kränkningar, samt att förenkla upptäckt och hantering av dem. Nollmissionen inkluderar bland annat tydligare riktlinjer, utbildningar av samtliga chefer och medarbetare, initiativ till branschgemensamma möten, ett internt etiskt råd, tydligare dialog och kravställning i relation till externa produktioner, och ett nytt visselblåsarssystem som även omfattar medarbetarna på de produktionsbolag TV4 anlitar.



Casten Almqvist,
Affärsområdeschef/
VD TV4

År 2017 är nu bakom oss. Om årets världsförändrade politiska händelser har resulterat i någonting bra så är det att värdet av oberoende och professionell journalistik har kommit längre fram i rampljuset.

Business to Business

DEN ALLMÄNNA UPPFATTNINGEN att digitala nyheter ska vara gratis har ändrats. Detta har varit till stor hjälp för alla professionella publicister, inklusive oss, eftersom ökade intäkter för betalt innehåll är ett av våra primära strategiska mål.

I BONNIERS BUSINESS to Business-verksamheter, som består av affärstidningar och nischpublikationer samt handböcker, evenemang och



Karmo Kaas-Lutsberg,
Affärsområdeschef

andra relaterade affärer i Östeuropa och Norden, har våra redaktioner tillsammans med marknadsförare gjort många förbättringar vad gäller att knyta till sig betalande läsare och samtidigt locka potentiella nya prenumeranter. Många av våra affärsområden levererade stigande prenumerantsiffror efter år av nedgång. En kombination av satsningar på företag, dataanalys och obehagliga försäljningsinsatser har satt tillbaka oss på rätt tillväxtpår.

MED KRAFTANSTRÄNGNINGAR HAR våra annonsavdelningar fortsatt att göra det bästa

av en, på det stora hela, utmanande situation. Vi har många exempel på ökad annonsförsäljning, vilket är en prestation i sig.

ETT AV BEVISEN på vår entreprenörsanda är att dessa utmanande tider på annonsmarknaden har drivit oss att fokusera ännu mer på att hitta intäkter inom andra områden. Våra konferens- och utbildningsintäkter har ökat med tvåsiffriga procentandelar på alla marknader.

Under 2017 välkomnade vi även många nya kollegor till affärsområdet, genom olika förvärv.

LEXNET I LITAUEN har öppnat en ny affärsverksamhet inom B2B och erbjuder lösningar för beslutsstöd till jurister.

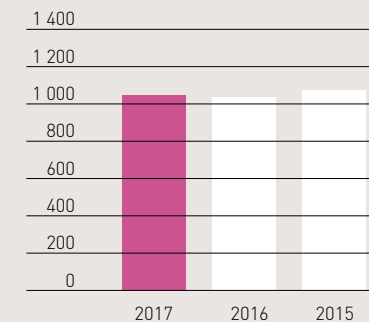
SPOTDATA I POLEN är ett steg närmare vår etablering som leverantör av företagsinformation, utöver mer traditionell förlagsverksamhet.

I POLEN FINNS också eRanking som kommer att hjälpa oss att stärka vårt erbjudande inom lead generation-verksamheten.

IT KOOLITUS – ett IT-utbildningsföretag som

NETTOOMSÄTTNING

(MSEK)



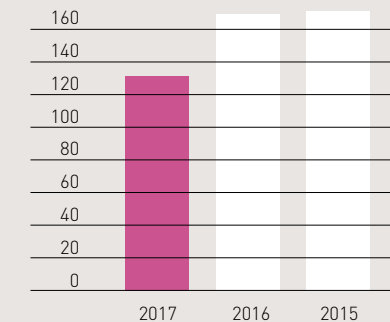
LÄNDER

- Australien*
- Danmark
- Estland
- Finland
- Tyskland
- Litauen
- Norge
- Polen
- Slovenien
- Sverige

*KnowledgeFox i Österrike såldes i början av 2018.

EBITA

(MSEK)



FÖRETAG

- Bonnier Business Press
- Børsen
- Clio Group

förvärvats i Estland – kommer att ta oss till en marknadsledande position inom nischen för IT-specialister.

INOM SEKTORN HÄLSO-/sjukvård och läkemedel lanserade vi ett stödverktyg för kliniska beslut, Gesinform/Deximed, i Tyskland i januari. Netdoktor, förvärvat år 2016 i Sverige, har under året utökat sin verksamhet till Finland och Norge.

I JANUARI SÅLDES 49,9 procent av vår danska affärstidning Børsen till JP/Politikens Hus, efter invändningar från danska konkurrensmyndigheter mot en fullständig försäljning av dagstidningen.

CLIO, VÅR VERKSAMHET inom e-learning inom skolan i Danmark riktade åter fokuset mot sin marknadsstrategi för 2018, då bidragen försvinner. I Sverige lanserades portaler för mellanstadiet, utöver de som lanserats för högstadiet i september 2016.

I Norge är Norsk Helseinformatikk, med sin prenumerationstjänst för läkare, marknadsledare med 40 procent marknadsandel.



Inom Bonnier Growth Media har investment-portföljens värde utvecklats starkt under året.

Growth Media

INVESTERINGSVERKSAMHETEN SOM VERKAR under namnet Bonnier Ventures, omfattade en portfölj om nio tillväxtbolag. Innehaven i dessa bolag har ett bedömt försäljningsvärde uppgående till drygt 550 Mkr vid årets slut, vilket överstiger det bokförda värdet och motsvarar en gross IRR (årlig avkastning) om 28 procent.



Ulrika Saxon,
Affärsområdeschef

BONNIER VENTURES HAR gjort flera tilläggsinvesteringar under året i samband med externa finansieringsrundor i bolag som podcastplattform Acast, fertilitetsappen Natural Cycles, cashback-tjänsten Refunder samt tv- och film-produktionsbolag FLX. Samtliga dessa bolag har utvecklats kraftfullt under 2017. Bonnier Ventures gjorde också en nyinvestering i DaisyGrace, ett innehållsdrivet omnichannel-bolag, samt engagerade sig finansiellt i USA-baserade Betaworks och Nordiska fintech-aktören NFT Ventures.

Samtliga dessa bolag har utvecklats kraftfullt under 2017. Bonnier Ventures gjorde också en nyinvestering i DaisyGrace, ett innehållsdrivet omnichannel-bolag, samt engagerade sig finansiellt i USA-baserade Betaworks och Nordiska fintech-aktören NFT Ventures.

TVÅ EXITS GENOMFÖRDES mot årets slut, i form av Evoke Gaming (helägt bolag inom

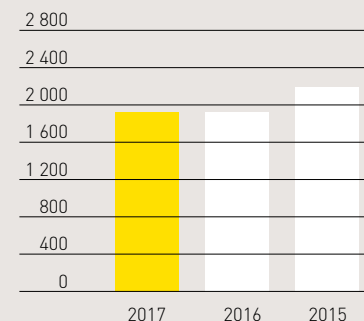
Bonnier Growth Media), som såldes till Malta-baserade Mr Green, samt United Screens (delägt bolag inom Bonnier Ventures), som såldes till tyska RTL. Båda dessa försäljningar medförde positiva effekter för Bonnier, då Evoke belastade EBITA med ett negativt resultat, och United Screens vid försäljningen gav en sammantagen IRR på 13 procent efter tre år.

SF STUDIOS UTGÖR den dominerande delen av Bonnier Growth Media, med 1,392 mSEK i omsättning och -14 m SEK i EBITA. Bolaget särredovisas från och med 2018, för att inte förväxlas med Bonnier Ventures som därmed blir ett renodlat affärsområde med investeringsfokus och IRR som huvudsakligt nyckeltal.

UTVECKLINGEN INOM SF Studios var positiv inom i stort sett samtliga områden, där Productions växte väsentligt genom såväl ett antal TV-produktioner som långfilmer. Filmen Borg utmärkte sig genom en rad priser i branschen, både i Sverige och internationellt, och Solsidan, som var en samproduktion med FLX och distribuerades av SF Studios, avslutade året med mycket starka biobesökstal.

NETTOOMSÄTTNING

(MSEK)



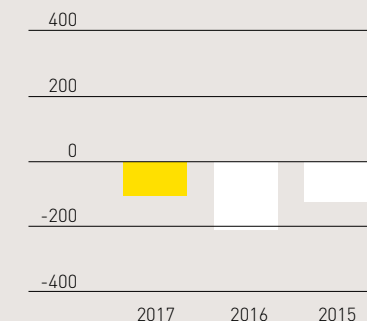
LÄNDER

- Danmark
- Finland
- Malta*
- Norge
- Sverige
- Storbritannien
- USA

*Evoke Gaming i Malta såldes i februari 2018.

EBITA

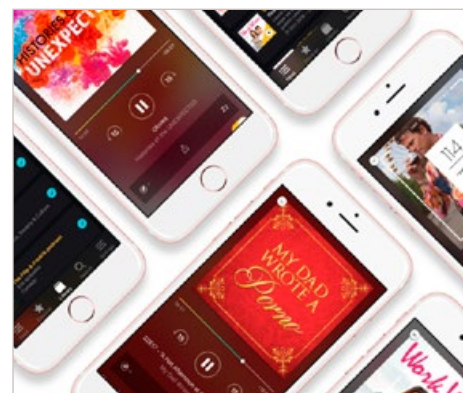
(MSEK)



FÖRETAG

- Spoon
- Bonnier Ventures Portfolio
- SF Studios**

**Sedan början av 2018 bildar SF Studios ett eget affärsområde; Bonnier Film Studios.



Podcastplattformen Acast når ut till 18 miljoner människor med 45 miljoner lyssningar varje månad.

Läsarvanor förändras och annonspengar hittar nya fickor – i tidningsvärlden är det här inget nytt. Men under 2017 har vi sett förändringstakten accelerera. Och det gör att våra verksamheter utmanas i ännu snabbare takt.

Magazines

SAMTIDIGT VISAR VÅRA nya tillväxtområden stor potential, och planen är att öka hastigheten för att matcha den stora omställningen.

DEN SNABBA UTVECKLINGEN märks tydligast på den amerikanska marknaden där printintäkterna för magasin totalt minskade med nästan 20 procent under 2017.



Lars Dahmén,
Affärsområdeschef

Medan Google och Facebook växer måste alla andra kämpa hårt, både när det gäller print och digitalt. En följd är att vi under året sett en konsolidering, med flera stora förvärv och sammanslagningar.

ÄVEN I NORDEN ökar förändringstakten, men båda våra bolag, Köpenhamnsbaserade Bonnier Publications och Stockholmsbaserade Bonnier Magazines & Brands, har stora läsarintäkter och har kunnat hålla emot bra: 2017 ser en försäljning på 2,23 Mdr SEK som budgeterade och på ungefär samma nivå som 2016.

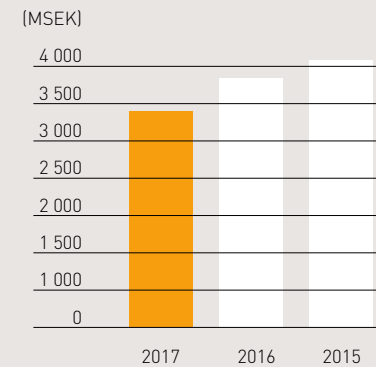
VI TESTADE ÄVEN nya produkter och format, såsom satsningen på prishöjda och mer exklusiva specialnummer (bookazines), där vi lyckades skapa nya intäkter på en annars pressad lösnummermarknad.

Väldigt positivt är också att de mer komplexa konceptaffärerna (native) har tagit rejäl fart: vi känner verkligen våra målgrupper och kan ta hand om allt, från idé och utformning till produktion och leverans. Andra positiva områden är att byråverksamheten på Benjamin Creative i Danmark har ökat och att vi växer inom tjänster som resor och utbildningar.

I USA HAR vi tecknat ett långsiktigt samarbetsavtal med Li & Fung, världsledande på licensaffärer med fysiska produkter, och en viktig partner i planen att växa på våra starka varumärken genom licensiering.

PÅ MATOMRÅDET GENOMFÖRDE Saveur för åttonde året sitt Blog Awards i Charleston, South Carolina, en hyllning till "outstanding food and travel content" från hela världen. 2017 var det över 30 000 nominerade i 12 olika kategorier.

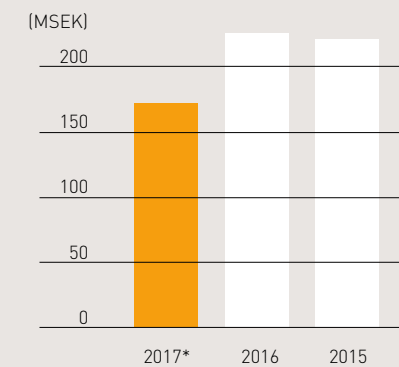
NETTOOMSÄTTNING



LÄNDER

- Danmark
- Estland
- Finland
- Norge
- Sverige
- Storbritannien
- USA

EBITA



*EBITA belastas av omstrukturingskostnader på 55 Msek inom Bonnier Corporation samt Bonnier Magazines & Brands.

FÖRETAG

- Bonnier Corporation
- Bonnier Publications
- Bonnier Magazines & Brands

I SVERIGE HAR vi starkt influencer-verksamheten, och med förvärvet av nätverken Tailsweep och ENT är vi nu helt klart marknadsledande. Under hösten såg också ett nytt event inom mode dagens ljus: Sweden Fashion & Beauty Day, en gemensam satsning från samtliga fyra varumärken inom mode och skönhet.

AKTIV TRÄNING ÅTERLANSERADES på hela den nordiska marknaden. Från en helt och hållet manlig målgrupp är det nu ett unisex-magasin, och upplagan har gått upp med tio procent.

NORSKA COSTUME VAR den första modetidningen med en modell som bar hijab på omslaget, skådespelerskan Iman Meskini från norska tv-serien Skam. Omslaget blev mycket uppmärksammat och fick ett stort globalt genomslag som följd.



DE FÖRSTA MER omfattande försöken med konsumentbetalda digitala produkter visar vägen in i framtiden. Allt-du-kan-läsa-appen Wype har utvecklats positivt under året och flera nya digitala tjänster har tagits fram.

År 2017 präglades av en fortsatt press på hela vår verksamhet; en annonsmarknad i stor förändring, utvecklingen av våra digitala prenumerationserbjudanden samt en printmarknad med investeringar i både produkter och strukturer inom tryck och distribution.

News

INTEGRATIONEN MED BONNIER Business Media och HD-Sydsvenskan samt förvärvet av Fastighetsnytt stärkte våra möjligheter att utveckla våra verksamheter framåt.

VÅR MARKNADSFÖRINGSENHET Brand Studio fortsatte utvecklas till en ledande aktör i Sverige men även internationellt.

VI NÄRMAR OSS 200 000 digitala prenumerationer av våra tidningar och har nu även en positiv tillväxt i totalt antal prenumeranter på samtliga titlar.



Anders Eriksson,
Affärsområdeschef

SATSNINGAR PÅ RÖRLIG bild har gett utslag i lanseringen av DiTV samt en stark trafik tillväxt på Expressen.

Nya samarbeten med internationella aktörer som CNN och The New York Times stärker vårt erbjudande, och vi investerar i våra redaktioner.

BOLD FORTSÄTTER ATT ta marknadsandelar och har kunnat sänka produktionskostna-

derna för våra tidningar och framgångsrikt effektiviserat tryckerierna. Under året samlades de kommersiella och administrativa funktionerna i ett gemensamt bolag.

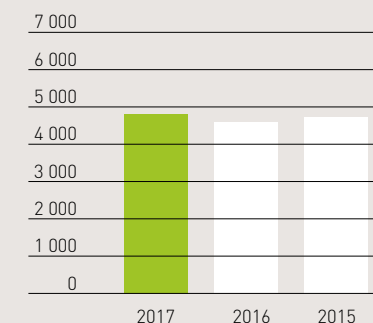
AFFÄRSOMRÅDET GÅR STARKT ut ur 2017 med ett resultat på 303 Mkr.

DAGENS INDUSTRI OCH Bonnier Business Media (BBM) når ett resultat om 144 Mkr. Di lanserade DiTV i samarbete med Expressen med ett positivt mottagande på marknaden. Di:s digitala prenumerationer har växt till omkring 30 000 vid årets utgång. Samarbetet med BBM fortsätter att fördjupas. Integrationen med Fastighetsnytt har fortsatt och BBM har kommit långt i sin digitala omställning.

EXPRESSEN HADE UNDER året en mycket stark utveckling både i trafik och annonsintäkter samtidigt som tappet i printupplagan minskade betydligt. Ett nära samarbete mellan redaktion, utveckling och analys gjorde att trafik tillväxten uppgick till 28 procent. Den digitala annonstillväxten var 21 procent

NETTOOMSÄTTNING

(MSEK)

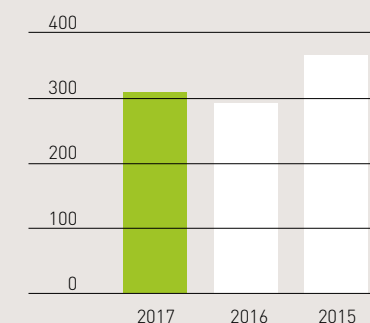


LÄNDER

- Sverige

EBITA

(MSEK)



FÖRETAG

- Bonnier Business Media
- Dagens industri
- Dagens Nyheter
- Expressen
- HD-Sydsvenskan

och totala annonsintäkter växte med 6 procent. TV-tittandet ökade med 82 procent och intäkterna växte med 69 procent. Expressens resultat uppgår till 37 Mkr.

DAGENS NYHETERS RESULTAT blev 116 Mkr. Den digitala prenumerationstillväxten fortsatte och slutade på 120 000 prenumerationer. DN gör också betydande investeringar på redaktionen för att ytterligare stärka sitt erbjudande och för att förbereda sig inför valåret.

HD-SYDSVENSKAN NÅR ett resultat på 52 Mkr. Verksamheten har under året helt och hållet integrerats i Bonniers News. Tidningarna har

tydliggjort det digitala erbjudandet och fått en stark tillväxt i digitala prenumerationer, som vid årets slut uppgick till 20 000.

Med Bonnier som ny ägare genererades ett tydligt resultatlyft för Fastighetsnytt. Business Arena slog rekord i antal deltagare, partners och ekonomiskt utfall. Ett nära samarbete med bland annat Dagens industri och DiTV och dess plattformar bidrog till att fastighetsbranschens frågor inom näringsliv och samhälle synliggjordes tydligare än tidigare. (Foto: Elias Ljungberg)



Vision för journalistik



Carl-Johan Bonnier, Styrelseordförande i Bonnier AB. (Foto: Peter Jönsson)

Bonnier värnar yttrande-frihet, pressfrihet och informationsfrihet. Vi ska stå för publicistisk mångfald och skapa möjligheter för människor att komma till tals. Läsarna, tittarna och lyssnarna är våra uppdrags-givare.

VI VILL GENOM journalistik, berättelser och kunskap göra de samhällen vi verkar i öppnare, intressantare, mer välinformerade och roligare.

OPINIONSBIKDNINGEN SKA STÅ fri från bindningar till politiska partier, ekonomiska maktsfärer och andra organiserade samhällsintressen, och nyhetsförmedlingen ska vara självständig. Åsikter ska speglas mångsidigt och en mångfald av röster och perspektiv ska komma till tals i våra medier. Vi tror på den professionella journalistiken med det ansvariga utgivarskapet som grundsten.

BONNIERS VERKSAMHETER HAR alltid drivits på marknadsvillkor. Oberoende, hög kvalitet och långsiktighet förutsätter kommersiell framgång och ekonomisk bärkraft.

DET REDAKTIONELLA INNEHÅLLET står fritt också från oss som ägare. I våra medier äger de publicistiska cheferna det redaktionella ordet och de redaktionella besluten. Våra publicistiska chefer är fria att utveckla sina medier utifrån sin uttolkning av respektive medies tradition och uppdrag. Vi respekterar våra verksamheters skilda identiteter och garanterar deras frihet och oberoende.

BONNIER HAR ETT liberalt arv. Men det är en liberalism med litet "l", och utan partibindningar. Den kännetecknas av en tro på den enskildes frihet, på en stark och vidsträckt yttrandefrihet och på ett öppet samhälle.

VÅRA MEDIER SLÅR vakt om demokrati, alla människors lika värde och grundläggande fri- och rättigheter.

Stockholm, januari 2017

Carl-Johan Bonnier
Styrelseordförande i Bonnier AB

Bonnier 2017: Stark underliggande utveckling – svagt årsresultat

Bonnier AB:s operativa resultat (EBITA) för 2017 uppgick till 625 Mkr jämfört med 731 Mkr föregående år. Koncernens omsättning uppgick till 25 740 (25 492) Mkr.

BONNIER AB:S VD TOMAS FRANZÉN: "För Bonnier har 2017 varit ett år med två ansikten. Å ena sidan tyngdes resultatet av ett antal turnaround-case som fortfarande dras med förluster. Därutöver gör vi omfattande nedskrivningar av goodwill, som framför allt härrör från våra investeringar i USA under åren 2006-2008.

Å andra sidan ser vi flera genombrott i vår underliggande transformation, med stark digital tillväxt för våra produkter och tjänster inom journalistik, berättande och underhållning.

Det är främst två områden som presterar under förväntningarna. Vårt brittiska förlagshus Bonnier Publishing har haft några år av kraftig expansion och förvärv, men under 2017 utvecklades försäljningen svagt

samtidigt som nedskrivningar tyngde. Efter operationella åtgärder och nedskrivningar har Publishing goda utsikter att under 2018 förbättra resultatet markant. Vår finländska tv-verksamhet MTV har fortsatt stora utmaningar på en svag annonsmarknad med hård priskonkurrens.

Samtidigt som årets resultat är svagt, så tar vi stora steg framåt i vår transformation med fokus på ökade digitala användarintäkter. Det ger skäl för optimism. Detta,

"Vi har i vår plan för åren 2015–2020 föresatt oss att utveckla Bonnier utifrån ett utpräglat långsiktigt perspektiv, där ambitionen är att bygga koncernen stark och välpositionerad för framtiden."

kompletterat med ett antal förvärv och avyttringar, gör att vi står väl rustade för att vända lönsamheten i positiv riktning under 2018. Jag vill framför allt lyfta fram följande milstolpar från året:

FÖR DET FÖRSTA att våra två svenska räckviddsmedier, TV4 och Expressen, båda ökar annonsintäkter och räckvidd. TV4 gör ett rekordår med en kraftig ökning av de digitala annonsintäkterna, samtidigt som även de linjära annonsintäkterna växer. Genom tillväxten i TV4 Play ökar man också sin totala räckvidd.

Expressen tar marknadsandelar i räckvidd, sidvisningar och video och de digitala annonsintäkterna växer mer än tillräckligt för att kompensera för tappet i print.

För det andra att vi med kraft har lyckats bygga vidare på de digitala prenumerations-tjänsterna hos Dagens Nyheter, Dagens industri och HD–Sydsvenskan. Efter ett år av snabb kundtillväxt hade vi vid årsskiftet i affärsområdet News nära 200 000 renodlat digitala prenumeranter. Det lämnar ett viktigt bidrag till News resultat och utgör ett extremt viktigt kvitto inför framtiden på att det finns en betalningsvilja för kvalitetsjournalistik hos vår publik.

För det tredje att vi på en rad områden rör oss framåt i arbetet med att organiskt öka våra digitala intäcksströmmar och att minska beroendet av traditionella intäkter. Utöver den digitala prenumerationstillväxten inom

News så ser vi bland annat att våra förlags digitala försäljning närmar sig en halv miljard och våra största förlagshus, Bonnier Media Deutschland i Tyskland och svenska Bonnierförlagen, gör ytterligare ett starkt år.

LJUBOKSTJÄNSTEN BOOKBEAT ÄR uppe i 70 000 användare. Vår e-handlare Adlibris-gruppen har under 2017 fortsatt sin tillväxt-tresa och har ambitiösa tillväxtplaner framåt, drivet av expansion i nya produktkategorier, vilket gör att vi från och med 2018 placerar bolaget i ett eget affärsområde. Vår svenska betal-tv-verksamhet C More har vuxit kraftigt under 2017 med ett fördubblat antal abonnenter och hade för tredje året i rad högst tillväxt på den svenska svodmarknaden.

C More gör fortfarande betydande förluster, men fortsatt kundtillväxt och distributionen av nystartade Sportkanalen till 1,5 miljoner svenska hushåll förväntas under 2018 bidra till en ytterligare förbättring av C Mores resultat.

Vi har under året gjort ett antal strategiskt intressanta förvärv. Jag vill särskilt lyfta förvärvet av Fastighetsnytt och den tyska förlagsverksamheten Münchner Verlags-

gruppe (MVG). Fastighetsnytt är ett unikt framgångsrikt och lönsamt branschmediehus. MVG är ett datadrivet och snabbväxande förlagshus, också det med ovanligt stark lönsamhet. Förutom att dessa bolag presterar starka resultat är jag också övertygad om att vi kommer att kunna dra nytta av deras kompetens i vår vidare omställning.

I slutet av året ingick vi avtal om att sälja spelbolaget Evoke Gaming och vårt innehav i flerkanalnätverket United Screens, affärer som fullbordades i början av 2018. De genomförda förvärven och avyttringarna kommer sammantaget att bidra positivt till vårt resultat under 2018.

Vi har i vår plan för åren 2015–2020 föresatt oss att utveckla Bonnier utifrån ett utpräglat långsiktigt perspektiv, där ambitionen är att bygga koncernen stark och välpositionerad för framtiden. Under 2018 har vi alla möjligheter att utifrån de gjorda framstegen också vända lönsamhetsutvecklingen i rätt riktning.”

VÅRA AFFÄRSOMRÅDEN

FÖR BOOKS VAR 2017 ett år av kontraster, där framför allt de tyska och svenska förlagsaffärerna står sig starka, medan fysisk retail har haft ett utmanande år.

På förlagssidan hade de två största förlagsgrupperna, Bonnier Media Deutschland i Tyskland och svenska Bonnierförlagen, en stark utgivning med tillväxt digitalt såväl som fysiskt – och en fortsatt mycket god lönsamhet. UK-baserade förlagsgruppen Bonnier Publishing brottades dock med lönsamhetsproblem till följd av tidigare års snabba tillväxt vilket tynger resultatet markant.

Inom fysisk retail har den kraftiga ökningen inom e-handeln slagit hårt mot bokhandeln; där Pocket Shop, finska Akateeminen och norska Tanum samtliga belastade resultatet negativt.

Adlibrisgruppens tillväxtresa fortsätter, dock präglades slutet av 2017 av logistikproblem vilket tyngde resultatet. EBITA för Books uppgick till 105 (427) Mkr.

”För Books var 2017 ett år av kontraster, där framför allt de tyska och svenska förlagsaffärerna står sig starka, medan fysisk retail har haft ett utmanande år.”

INOM BROADCASTING UPPGICK EBITA till 423 (373) Mkr. Verksamheterna präglades av ett fortsatt högt tempo i den digitala transformationen. Som en del i det fortsatta omställningsarbetet flyttade Nyhetsbolagets medarbetare in i TV4/Bonnier Broadcasting och samordningen mellan TV4 och C More stärktes ytterligare. Omstruktureringen innebar också en minskning med ett 90-tal tjänster.

TV4 hade ett rekordår, mätt i såväl intäkter som räckvidd. Framgångarna med TV4 Play, som noterade 3,8 miljoner inloggade användare, drev en kraftig ökning i digitala annonsintäkter, samtidigt som även den linjära annonsaffären växte. Grunden för TV4:s rekordresultat är de senaste årens konsekventa investeringar i svenskt kvalitetsinnehåll i alla genrer. Trots något

avtagande linjärt tv-tittande ökade den totala räckvidden för TV4 tack vare TV4 Plays kraftiga tillväxt, en ökning som togs väl emot av annonsmarknaden.

C More ökade både svod- och digital-tv-intäkterna och var för tredje året i rad den snabbast växande svod-tjänsten i Sverige. Under året släpptes de första C More original-dramasatsningarna och dessutom lanserades helt nya Sportkanalen och ett nytt OTT-sportpaket. Resultatet förbättrades något jämfört med föregående år, men bolaget gör fortfarande betydande förluster.

Finska MTV hade det fortsatt tufft på en mycket utmanande makroekonomisk marknad, där annonsinvesteringarna fortsatte att falla och resultatet försämrades. MTV:s investeringar i inhemskt kvalitetsinnehåll fortsatte skörda tittarframgångar och man noterade 2 miljoner inloggade användare i MTV:s annonsfinansierade playtjänst. Under året lanserade MTV också svod-tjänsten C More i Finland.

BUSINESS TO BUSINESS hade ett EBITA på 131 (164) Mkr. Affärsområdet, som består av B2B-medier och digitala B2B-tjänster, ökade omsättningen något under 2017. Minskningen i resultat är hänförlig till investeringar i nya produkter och lanseringar på nya marknader. Den största enskilda satsningen under 2017 var den fortsatta utrullningen av den digitala läromedelssatsningen Clio Online på den svenska marknaden. Under 2017 lanserades en komplett produkt-portfolio av ämnesportaler riktade till den svenska mellanstadieskolan, i tillägg till de tidigare produkterna för högstadiet. Deximed, ett digitalt kliniskt beslutsstöd för vårdpersonal,

lanserades i Tyskland, utifrån förlagarna Medibas i Sverige och NEL i Norge. I januari 2017 fullbordades försäljningen av 49,9 procent av ägandet i danska Børsen till JP/Politikens Hus. Vid årsskiftet tillträdde Bjarne Corydon, tidigare dansk finansminister, som ny chefredaktör och vd på Børsen.

MAGAZINES SAMLAR SVENSKA Bonnier Magazines & Brands (f.d. Bonnier Tidskrifter), Köpenhamnsbaserade Bonnier Publications och amerikanska Bonnier Corporation. Affärsområdets EBITA uppgick till 167 (267) Mkr. De två nordiska bolagen gjorde ett starkt år och levererar båda operativa resultat i linje med förväntningarna. USA-marknaden genomgår mycket stora förändringar och Bonnier Corporation kunde inte upprepa framgångarna från 2016. I början av 2018 initierades en större omstrukturering på Bonnier Corporation, som även innebar en minskning med totalt omkring 120 tjänster. Trots tillväxt digitalt och i nya kringtjänster, är det fortfarande den traditionella basaffären i form av tryckta magasin som dominerar verksamheterna. Kostnader av engångskaraktär i form av avsättningar för omstruktureringen på Bonnier Corporation samt Magazines & Brands flytt till Bonnierhuset i Stockholm belastar årets resultat.

NEWS HADE ETT starkt år med ett EBITA på 303 (294) Mkr, som för Dagens Nyheter, Dagens industri och HD-Sydsvenskan präglades av en fortsatt framgångsrik satsning på digitala prenumerationer. Expressen har fortsatt haft en stark digital annonstillväxt som följd av satsningar på räckvidd och kraftigt ökad trafik.

HD-Sydsvenskan, som under året integrerades fullt ut i affärsområdet, uppvisade en avsevärd resultatförbättring och nådde sitt bästa resultat sedan sammanslagningen av Helsingborgs Dagblad och Sydsvenskan. I samband med integrationen tog affärsområdeschef Anders Eriksson även över som vd för HD-Sydsvenskan.

I januari förvärvades Fastighetsnytt, Sveriges ledande medie- och eventaktör inom fastigheter och samhällsbyggnad, som hade ett mycket starkt första år inom Bonnier.

”I januari förvärvades Fastighetsnytt, Sveriges ledande medie- och eventaktör inom fastigheter och samhällsbyggnad, som hade ett mycket starkt första år inom Bonnier.”

INOM GROWTH MEDIA har investment-portföljens värde utvecklats starkt under året. Investeringsverksamheten som verkar under namnet Bonnier Ventures, omfattade en portfölj om nio tillväxtbolag. Innehaven i dessa bolag har ett bedömt försäljningsvärde uppgående till drygt 550 Mkr vid årets slut, vilket överstiger det bokförda värdet och motsvarar en gross IRR (årlig avkastning) om 28 procent.

Bonnier Ventures har gjort flera tilläggsinvesteringar under året i samband med externa finansieringsrundor i bolag som Acast, Natural Cycles, Refunder samt FLX, där inte minst Natural Cycles och Acast har haft en kraftfull värdeutveckling. Bonnier Ventures

gjorde också en nyinvestering i Daisy Grace, ett innehållsdrivet omnichannel-bolag, samt engagerade sig finansiellt i USA-baserade Betaworks och den nordiska fintech-aktören NFT Ventures. Två exits fullbordades strax efter årsskiftet, i form av helägda spelbolaget Evoke Gaming, som såldes till Malta-baserade Mr Green, samt delägda United Screens som såldes till tyska RTL.

SF Studios, områdets största bolag, förbättrade resultatet och hade stark tillväxt i produktionsaffären genom såväl ett antal tv-produktioner som på långfilmsområdet. Filmen Borg utmärkte sig genom en rad priser i branschen, såväl i Sverige som internationellt, och Solsidan, som var en samproduktion med FLX och distribuerades av SF Studios, avslutade året med mycket starka biobesökstal.

EBITA för affärsområdet uppgick till -106 (-205) Mkr. Från och med 2018 redovisas SF Studios som eget affärsområde, vilket innebär att Bonnier Ventures blir ett renodlat affärsområde med investeringsfokus och IRR som huvudsakligt nyckeltal.

NEDSKRIVNINGAR: Under 2017 har Bonnier gjort nedskrivningar av goodwill på 1,6 miljarder kronor, varav den övervägande delen (1,3 miljarder) är hänförligt till förvärven av tidskriftsverksamheterna i USA åren 2006-2008. Nedskrivningarna har ingen likviditetpåverkan.

OTHER OMFATTAR koncerngemensamma aktiviteter och funktioner. Påverkan på EBITA från dessa blev under 2017 -397 (-589) Mkr.

NETTOOMSÄTTNING PER AFFÄRSOMRÅDE [SEK M]	2017	2016
Books	8,098	7,690
Broadcasting	7,497	7,397
Business to Business	1,130	1,111*
Growth Media	1,806	1,806
Magazines	3,441	3,782
News	4,890	4,679*
Övrigt	-1,121	-973*
Bonnier AB totalt	25,740	25,492

OPERATIVT RESULTAT (EBITA) PER AFFÄRSOMRÅDE [SEK M]	2017	2016
Books	105	427
Broadcasting	423	373
Business to Business	131	164*
Growth Media	-106	-205
Magazines	167	267
News	303	294*
Övrigt och eliminerings	-397	-589
Bonnier AB totalt	625	731

RESULTAT [SEK M]	2017	2016
Nettoomsättning	25,740	25,492
EBITA	625	731
EBIT	-1,423	630**
Finansnetto	-212	-239
Resultat före skatt	-1,635	391**
Årets resultat	-2,239	276**

* Jämförelsesiffrorna har ändrats efter en flytt av en verksamhet från Business to Business till News.

** Jämförelsesiffrorna har ändrats på grund av en översyn av koncernens redovisning av immateriella tillgångar och varulager avseende utvecklingskostnader och utgivningsrättigheter samt rättelser av fel.

En titt på Bonniers förflutna under fem tidsepoker

Ett familjeföretags historia



1804–1890

Invandrarna:

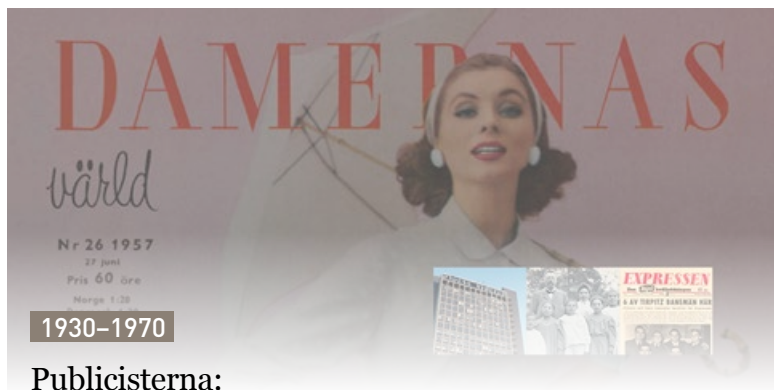
Det började i Danmark, dit Gerhard Bonnier flyttade från Dresden för att öppna bokhandel i Köpenhamn år 1804. Sonen Albert Bonnier flyttade från Köpenhamn till Stockholm. 17 år gammal startar han ett eget bokförlag. Första titeln blir en satirisk essä: "Bevis att Napoleon aldrig har existerat". Idag är Albert Bonniers Förlag Sveriges största skönlitterära förlag.



1890–1930

Nybyggarna:

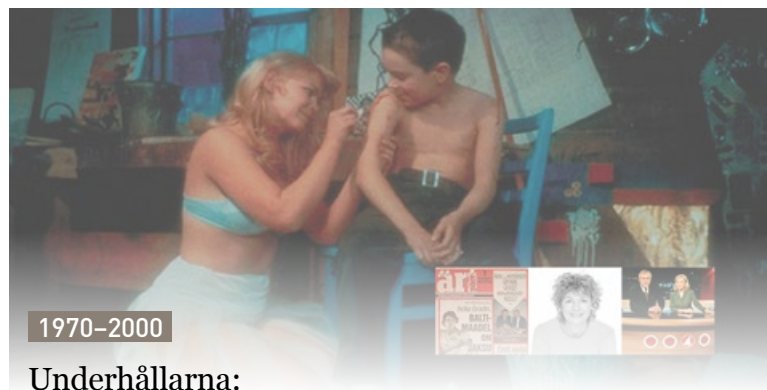
I en tid av stora idéer utvecklar Albert och sonen Karl Otto förlaget till ett av Sveriges ledande, med författare som Strindberg, Heidenstam och Lagerlöf. 1924 blir familjen Bonnier majoritetsägare i Dagens Nyheter. Konst, entreprenörskap och liberalism sätter tonen när epokens tongivande röster samlas hos Bonnier.



1930–1970

Publicisterna:

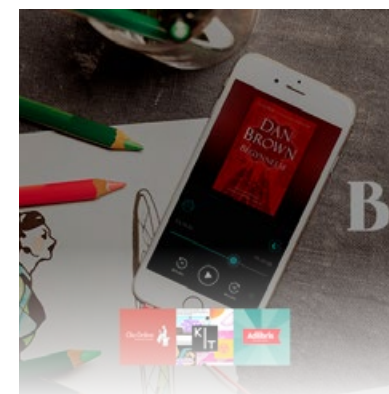
Massmediernas tid. Karl-Otto Bonniers tre söner Tor, Åke och Kaj kliver in i bolaget och breddar verksamheten. Med köpet av Åhlén & Åkerlund. Expressen startas som motvikt mot nazistisk propaganda. Det fria ordet är i centrum.



1970–2000

Underhållarna:

På en mediemarknad präglad av avreglering och expansion öppnas nya möjligheter. Rörig bild är bärande när Bonnier antror film- bio- och tevevärlden med Svensk Filmindustri, SF Bio och TV4. "Kan män bli rumsrena?" var en av omslagsrubrikerna på premiärnumret av tidningen Amelia.



2000 och framåt

Digitalisering:

Digitalisering. Transformation – först försiktigt, sedan med full kraft. Nätbokhandeln Adlibris förvärvas 2004. Användarna är i förarsätet när medierna blir digitala och sociala, och konkurrensen blir global. Tekniken tar plats i finrummet med bolag som BookBeat, Clio Online och KIT. Bonnier investerar i nya tjänster och ställer om till ett alltmer digitalt mediebolag. Journalistik och bokförläggande förblir centralt, men produkterna utvecklas med investeringar i teknik och användarupplevelse, för att möta nya konsumtionsmönster. År 2016 överskred Bonniers digitala försäljning för första gången 100 miljoner kronor, år 2017 nådde DN 120 000 digitala prenumeranter, och i början av 2018 har TV4 Play mer än fyra miljoner registrerade användare.

Styrelse

Bonniers styrelse



Carl-Johan Bonnier
Styrelseordförande



Peder Bonnier
Styrelseledamot



Christian Caspar
Styrelseledamot



Maria Curman
Styrelseledamot



Arne Karlsson
Styrelseledamot



Kerstin Mogull
Styrelseledamot



Jens Müffelmann
Styrelseledamot



Martin Harris
Styrelseledamot.
Personalrepresentant.



Mikael Falk
Styrelseledamot.
Personalrepresentant.



Sara Stenman
Styrelseledamot.
Personalrepresentant.

Ledning

Bonniers ledning



Tomas Franzén
VD, Bonnier AB



Anki Ahrnell
CDO, Bonnier AB



Casten Almqvist
Affärsområdeschef,
Broadcasting



Lars Dahmén
Affärsområdeschef,
Magazines



Anders Eriksson
Affärsområdeschef,
News



Niklas Hydén
Head of Group Program Management
och Chief Procurement Officer



Karmo Kaas-Lutsberg
Affärsområdeschef,
Business to Business



Jan Lund
Head of Strategy, Corporate
Development och M&A



Håkan Rudels
Affärsområdeschef,
Books



Ulrika Saxon
Affärsområdeschef,
Ventures och Film Studios



Göran Öhrn
CFO, Bonnier AB

På **arsberattelse2017.bonnier.com** hittar du
hela Årsberättelsen 2017 och fler exempel på
hur Bonnier skapar samhällsnytta.

BONNIER