

BONNIER



ÅRSBERÄTTELSE 2020

Innehåll

Våra bolag	2
Om 2020	3
Vd och ordförande	4
Bonnier Books	6
Bonnier News	11
Bonnier Fastigheter	16
Adlibris	22
Bonnier Publications	26
Bonnier Corporation	27
SF Studios	28
Bonnier Ventures	32
Albert Bonnier	36
Investeringar	37
Bokslut 2020	38
Styrelse	42
Stora Journalistpriset	44
Bonniers Konsthall	45
Hållbarhet	46



Våra bolag

Bonnier Group är en företagsgrupp som samlar flera av Nordens ledande medieföretag. Bolagen är verk-samma inom en mängd olika områden med tyngdpunkt inom medier, fastigheter och investeringar.

BONNIER

Fastighets-
verksamheter

Medie-
verksamheter

Investerings-
verksamheter

Adlibris

Bonnier Books

Bonnier Corporation

Bonnier News

Bonnier Publications

SF Studios

20 771
MSEK

total omsättning
i bolagen

1 432
MSEK

total EBITA
i bolagen

2020 - ett annorlunda år

ÅR 2020 VAR INTE SOM något annat år – en pandemi satte sin prägel på världen. Det skapade stor mänsklig oro med konsekvenser som ännu är svåra att överblicka.

Även Bonniers verksamheter påverkades naturligtvis. En del bolag mindre, en del mer. Våra medarbetare, kunder, användare och bolag berördes alla av till exempel nedstängningar och hemarbete.

ATT SÄKRA MÄNNISKORS hälsa kommer i alla lägen först. Utan kraften hos våra individer stannar verksamheterna. Men paradoxalt nog har 2020 även accelererat nödvändiga förändringar och omställningar. Våra tjänster och produkter har kunnat vara till hjälp för att hantera situationen. Efterfrågan på jour-

nalistik och läsupplevelser är stark. De digitala affärsmodellerna fungerar. Vårt fastighetsbestånd är stabilt och långsiktigt, där 100-åriga byggnader blir basen för nya snabbroliga verksamheter.

NYA FRÅGESTÄLLNINGAR dyker upp i spåren av omställningen, och vi är redo att göra det Bonnier alltid har gjort – kombinera innovation med gedigen kunskap för att bidra till ett bättre samhälle. Genom journalistik, berättelser, kunskap och underhållning vill vi göra de samhällen vi verkar i öppnare, intressantare, roligare och mer välinformerade.

När vi summerar detta annorlunda år har resultatet, efter stor osäkerhet, utvecklats på ett sätt som överträffar förväntningarna.

EBITA 1,4 miljarder SEK är en förbättring med 1,0 miljard från föregående år för jämförbara enheter.

Bonnier News, Bonnier Books och Bonnier Fastigheter står för de stora resultatbidragen. Att Adlibris vände förlust till vinst under året, med en stark avslutning, är också värt att framhålla.

SF Studios lämnade efter omständigheterna ett bra resultat om än långt ifrån målsättningen före pandemin.

Bonnier Publications har en fortsatt god marginal men lägre annonsintäkter sänker resultatet.

Våra centrala kostnader har minskat ytterligare som en del i planen för strukturförändringen från 2018.

Ett starkt ekonomiskt resultat för 2020 ger oss förutsättningar att efter bästa förmåga forma en bättre framtid.



Erik Haegerstrand, vd:
”Vi behöver ständigt lära oss nya saker och innovation är viktigare än någonsin”



Foto: Peter Jönsson

MED EN STARK KASSA att luta sig mot, och en ökad tillit till de egna produkterna, blickar Bonnier Groups vd **Erik Haegerstrand** mot nya offensiva satsningar.

– Vi har all anledning att vara nöjda, men kan inte stanna av. Innovation och tillväxt är viktigare än någonsin, säger han.

Erik Haegerstrand ser tillbaka på ett omvälvande men samtidigt framgångsrikt år för Bonnier Group.

– I början av pandemin målade vi upp ganska mörka scenarier. Då vågade jag inte tro att våra produkter skulle bli så efterfrågade och att våra kostnadssänkningar skulle få så stor effekt. Men vi har förbättrat vårt resultat kraftigt under ett år som varit svårt på många sätt och det är imponerande.

Vad är du mest stolt över?

– Att våra verksamheter har fungerat under svåra förutsättningar. Våra medarbetare har gjort en fantastisk insats, de har agerat både kraftfullt och lyhört. Samtidigt har vi flyttat oss framåt strategiskt – delvis påskyndat av pandemin.

– 2018 skapades en decentraliserad struktur och organisation vilket innebär att bolagen nu har kunnat fatta självständiga, snabba och kreativa beslut.

Det viktigaste du lärt dig 2020?

– Att efterfrågan på det vi erbjuder kunderna är stark, inte minst i de digitala kanalerna. Vår journalistik har haft ett mycket bra år och de digitala abonnemangen ökar. När folk har fått mer tid över har de både köpt fler böcker och lyssnat mer på ljudböcker.

– Men vi hade både plus och minus 2020. De digitala annonsintäkterna minskade, men framför allt tappade vi 20 procent i print. Stängda biografier har betytt att SF Studios inte fått ut sina filmer och Bonnier News eventverksamhet har förstås drabbats.

– Fastighetsinnehavet ökade under 2020 med stabila intäkter och värdestegring. Dessutom tog vi ett nytt steg när vi även började satsa på bostadsfastigheter.

Hur påverkar Bonniers starka kassa verksamheten?

– En nyckel till vår starka balansräkning är försäljningarna de senaste åren av SF Bio, Bonnier Broadcasting och nu senast Bisnode. Koncernen är skuldfri vilket ger helt andra möjligheter än tidigare.

– Vi behöver tillföra nya verksamheter med hjälp av vår kassa och investera både i marknader där vi är och där vi inte verkar ännu, men ser möjligheter till tillväxt.

Vad är ledstjärnan framåt?

– Ödmjukhet och nytänkande. Pandemin har visat hur snabbt allt kan förändras. Vi behöver ständigt lära oss nya saker och innovation är viktigare än någonsin. Även om vi har all anledning att vara nöjda är vi inte framme vid något mål där vi kan stanna av. ■

Bengt Braun, ordförande:
”Planerna framåt inger förhoppningar om att resan fortsätter i rätt riktning”

VI GICK IN i 2020 med ambitionen att ta nästa steg för Bonnier.

Vi hade 2019 bakom oss, det första helåret efter omstruktureringen 2018, då vi gick från en sammanhållen koncern till en investmentbolagsstruktur, med mer självständiga bolag och tydligare fokus på lönsamhet och tillväxt. Vi kunde notera resultatlyft och tillväxt för första gången på många år och hoppades förstås att vändningen inte skulle vara en tillfällighet.

OCH VILKET STEG vi tog 2020. Koncernens resultat förbättrades återigen, nu med News och Books som draglok. News satsning på journalistik och digitala prenumerationer och Books framgångar med BookBeat pekar dessutom ut två starka tillväxtområden för flera år framåt.

Efter den kostsamma omställningen 2019 har Adlibris kommit ur startblocken och börjat leverera, inte bara böcker

utan också finansiella resultat. SF Studios visade starka siffror, trots en mycket utmanande situation med det viktiga biografönstret stängt under en stor del av året.

Fastigheter har flera spännande utvecklingsprojekt på sin huvudmarknad Stockholm. Bolaget har dessutom fortsatt uppbyggnaden av beståndet i Uppsala och har tagit ett strategiskt viktigt kliv in i bostadssektorn som komplement till kontoren. De centrala kostnaderna för bland annat huvudkontoret har trimmats ytterligare.

BOLAGEN HAR PÅVERKATS i olika grad av pandemin men vi har hittills kommit igenom väl jämfört med många andra företag som drabbats svårt och som inte haft möjlighet att parera. Koncernens medarbetare har efter sina respektive förutsättningar gjort enastående prestationer och levererat över alla förväntningar med fokus på resultat och tillväxt.

VI HAR ÄNNU en bit kvar innan lönsamheten i alla våra bolag är på en betryggande nivå, men planerna framåt inger förhoppningar om att resan fortsätter i rätt riktning.

Finanserna har stärkts ytterligare och vår historiskt sett stora nettokassa ger betydande utrymme för framtida ny-satsningar.

Mitt i uppgiften att få ordning på kort-siktiga fundamenta är långsiktigheten viktig. Hur vill vi se ut om tre till fem år – och hur tar vi oss dit? Här finns många viktiga och intressanta frågeställningar för ledning och styrelse i Bonnier Group att hantera tillsammans med våra bolag. Vår framtid styrs av de beslut vi tar i dag – och det är både uppfordrande och inspirerande!

Bengt Braun, styrelseordförande

Erik Haegerstrand och Bengt Braun.

Håkan Rudels,
vd Bonnier Books.

BONNIER BOOKS

”Fler än tidigare läste och lyssnade på böcker”

I STÄLLET FÖR KRIS blev 2020 ett succéår. Bonnier Books tog marknadsandelar, gjorde tre förvärv och presenterade ett stort hållbarhetsarbete.

När den värsta virusoron lagt sig visade det sig snart att det skulle bli ett oväntat bra år för Bonnier Books.

– I våras befarade vi att vi skulle tappa omkring en miljard kronor i intäkter, men i stället fick vi en fantastisk skjuts. När folk fick mer tid läste och lyssnade de mer på böcker än tidigare, säger **Håkan Rudels**, vd på Bonnier Books. Försäljningen ökade på alla marknader där Bonnier Books är verksamt, med undantag för den brittiska.

Under året förvärvade Bonnier Books 100 procent av Strawberry Publishing i Sverige och Danmark och 70 procent i Norge.

UNDER 2020 arbetade Bonnier Books också vidare med de mål som hade satts upp: etablering av förlagsverksamhet i Danmark, tillväxt i BookBeat (160 000 nya kunder) och inte minst lansering av ett omfattande hållbarhetsarbete som föregåtts av 18 månaders research.

– Vi trycker 100 miljoner böcker om året och har verkligen gått på djupet och kartlagt hur stort vårt koldioxidavtryck är. Målet är att minska utsläppen med 25 procent fram till 2025, säger Håkan Rudels.

BONNIERS NYA governancemodell har varit ett lyft för Bonnier Books.

– I stället för att söka efter gemensamma nämnare i koncernen har vi fokuserat på vad som är bäst för Bonnier Books. Det är en förutsättning för att

överleva när vi har så många duktiga konkurrenter som bara fokuserar på streaming eller bokutgivning.

UNDER 2021 handlar det om att försöka förstå hur bokmarknaden kommer att se ut i kölvattnet av pandemin.

– Bonnier Books har tagit marknadsandelar under året. Även om folk får mindre tid och konsumerar färre böcker ser det bra ut för oss. 2021 handlar vårt jobb också om traditionellt förläggarsarbete, där vi kombinerar bra data med en stor skopa magkänsla. Sedan ska vi förstås slå en massa nya rekord med BookBeat också.

OMSÄTTNING
6,1 [5,8] miljarder SEK

EBITA
392 [250] MSEK

422 818

betalande BookBeat-användare 2020.

134,7 miljoner

sålda böcker i alla format.

7

Så många länder är Bonnier Books verksamt i.

13,7 miljoner

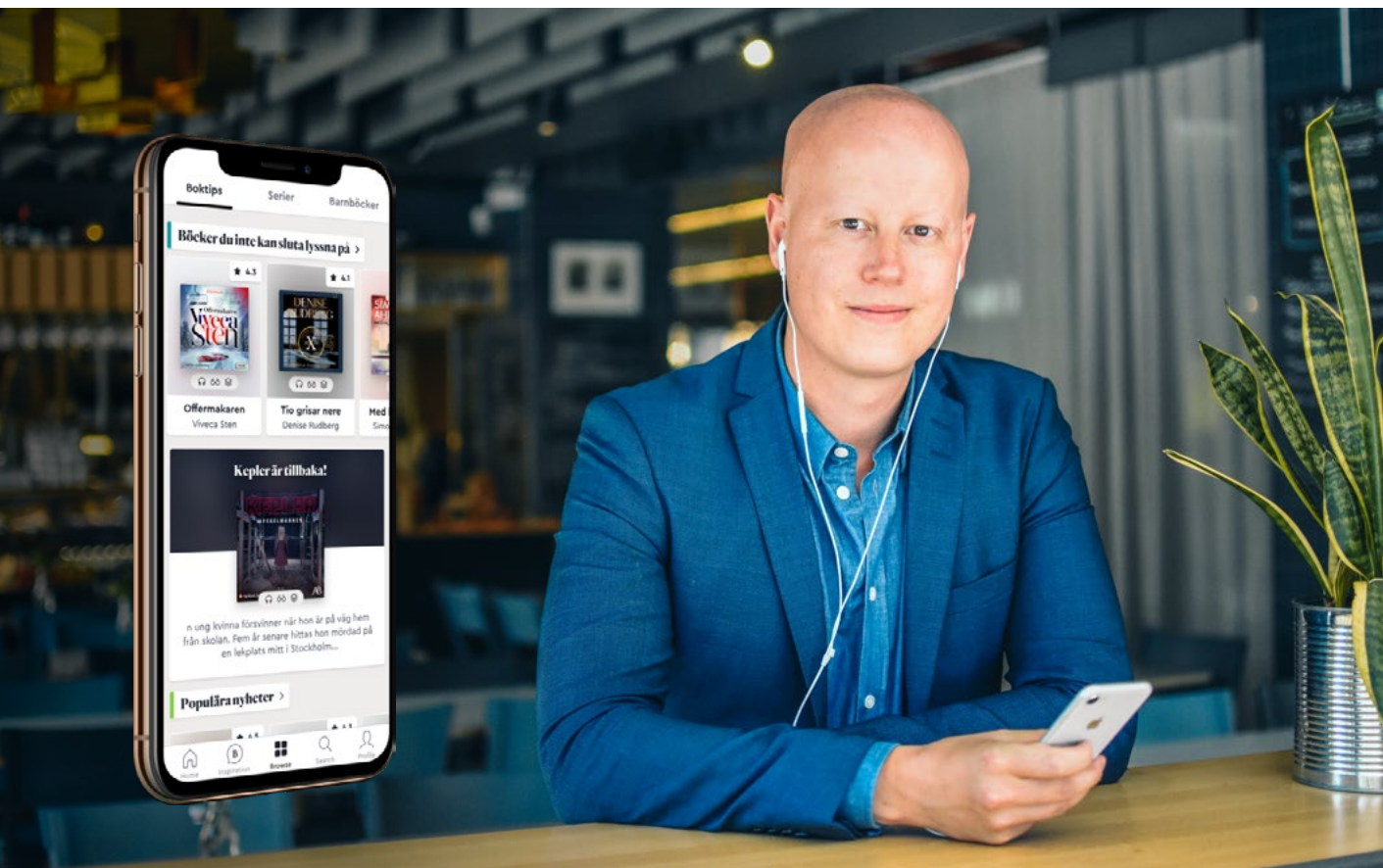
Under året konsumerade BookBeats kunder så många böcker.

Bonnier Books – hållbarhet

FÖR BONNIER BOOKS ÄR det av största vikt att vara en aktiv del av samhället och ta ansvar för en hållbar utveckling. Förlagen inom bolaget arbetar med att främja läsglädje, yttrandefrihet och inkludering. Ett särskilt fokusområde är att minimera klimatpåverkan, med löpande förbättringar i alla delar av verksamheterna ur ett miljömässigt perspektiv.

UNDER HÖSTEN 2020 förband sig bolaget att minska utsläppen i linje med Parisavtalet. Alla förlagshus inom Bonnier Books måste efter sina förutsättningar bidra till det övergripande målet att minska hela bolagets utsläpp med 25 procent till 2025, jämfört med 2019 års nivå.

ARBETET PÅGÅR på flera fronter, bland annat genom val av tryckerier, användning av papper med minsta möjliga avtryck och klimatsmarta val för resor och transporter. De utsläpp inom Bonnier Books som inte kan undvikas idag klimatkompenseras i certifierade projekt. Utöver det investerar Bonnier Books ytterligare 20 procent i kompensationsprojekt. Totalt kompenserar förlagsgruppen för 120 procent av sina CO₂-utsläpp. Kompensationen är dock inte ett mål i sig, utan ett sätt att minska klimatpåverkan tills de långsiktiga målen har nåtts. En nödvändig investering för framtiden. Vår framtid.



Niclas Sandin, vd på BookBeat. Foto: Andreas Carlfors

BookBeats vd:

”Inget kunde stoppa det momentum vi byggt upp”

FÖR BOOKBEAT var 2020 ett år av passerade milstolpar och nya rekord vad gäller bland annat antal användare, in-täkter och läsande timmar.

– 400 000 betalande använder vår tjänst i snitt 25 timmar per månad. Mätt från dag ett är vi nu uppe i över 200 miljoner lästa och lyssnade timmar och vi har haft över 500 miljoner kronor i in-täkter under året. Det är så klart otroligt roligt att se att inget kunnat stoppa det momentum vi byggt upp, ens under ett så speciellt år, säger **Niclas Sandin**, vd på BookBeat.

Ökat i användning under året

Lyssnarnas beteendemönster har förändrats under året – men totalt sett ändå landat i ett ökat användande.

– Den största gruppen bland våra nya kunder brukar vara de mellan 30 och 45 år. I år har vi i stället sett den största ökningen bland kunder under 25 år och kunder som är 65 plus. Och allt pekar på att vi får behålla de användarna även framöver. Analyser visar att när kunden väl etablerat ett ljudboks- eller e-boksanvändande tenderar det att fortsätta.

”Vill ha läsning som räcker länge”

Också vad och när användarna läser har förändrats.

– I år är det de långa serierna som gått bäst. Användarna vill ha läsning och lyssning som räcker länge. Vi har också sett en större spridning av lyssnandet över dygnet. Tidigare var topparna vid

morgon- och eftermiddagspendling. Under 2020 ökade lyssnandet på luncher och kvällar.

Stark tillväxt

BookBeat finns på 28 europeiska marknader. Inför 2020 låg fokus på tre av dem: Sverige, Tyskland och Finland.

– I Sverige har vi vuxit ungefär lika mycket som tidigare, med den skillnaden att tillväxten skett mer jämnt fördelat över året. I Tyskland nådde vi målen som vi satt upp och i Finland slog vi alla våra mål. Endast fyra år efter lanseringen på den finska marknaden konkurrerade BookBeat 2020 med Finlands största bokhandel om att vara de finska förlagens största kund. Resultatet överträffar vida våra förväntningar.



Rekordår för barnböcker i Tyskland

CARLSEN VERLAG ÄR marknadsledande när det gäller barnboksutgivning i Tyskland. Förlaget ger varje år ut över tusen titlar och har i sin katalog både framgångsrika inhemska författare och internationella storsäljare som *Harry Potter* och *Twilight*-serien.

”Ibland undrar jag hur vi lyckades”

Trots stora utmaningar blev 2020 ett framgångsrikt år. Under året ökade förlaget marknadsandelen inom sitt segment med 16 procent jämfört med 2019, som också var ett väldigt starkt år.

– Ibland undrar jag hur vi lyckades. Vilka superkrafter har våra medarbetare egentligen? Trots en global pandemi och emellanåt totala nedstängningar, med bland annat stängda bokhandlare och inställda evenemang, så lyckades vi slå flera rekord, säger förläggaren Renate Herre.

– Vi bestämde oss tidigt för att inte gå ner i arbetstid eller skjuta fram några utgivningar. Vi ville också försöka genomföra så många event som möjligt digitalt. Det tror jag var en starkt bidragande orsak till att allt gick så bra. Strax innan pandemin utkom vår författare Marc-Uwe Kling till exempel med sin bilderbok *The Neinhorn*, som blev en



Renate Herre, förläggare på Carlsen Verlag. Foto: Ulrich Perrey

formidabel succé. Den sålde i mer än 500 000 exemplar vilket är unikt för en bilderbok.

Digital satsning i organisationen

Skolor och förskolor har i perioder varit stängda i Tyskland. Dessutom har fritidsaktiviteter varit inställda.

– Det har gjort att barnen har tillbringat mer tid hemma och också att föräldrar fått ta ett större ansvar för barnens utbildning och fritid. Där har så klart böcker fyllt ett stort behov, säger Renate.

Viktigt för Carlsen Verlags lycka är var också satsningen på digitala arbetssätt som inleddes innan pandemin slog till.

– Vi inledde redan 2019 en satsning på att introducera Office365 och Teams som prioriterade arbetssätt. De två första månaderna av 2020 implementerades detta brett i organisationen. Så vi var helt enkelt väl förberedda för jobb hemifrån och andra ändrade förutsättningar, egentligen helt utan att ha en aning om vad som skulle komma. Men ibland måste man få ha lite tur också!



Lydia Sandgren, författare och Augustprisvinnare. Foto: Björn Larsson Rosvall

Lydias debutroman fick Augustpriset

DEN 23 NOVEMBER var det dags: årets Augustprisvinnare skulle utses. Efter som galan var digital satt **Lydia Sandgren**, som till vardags jobbar som psykolog på en mottagning i Göteborg, på sitt arbetsrum och försökte distrahera tankarna med lite administrativt jobb.

– Jag har inget internet hemma så jag var tvungen att vara på jobbet. När telefonen väl ringde och jag fick beskedet om att jag hade vunnit infann sig en slags känsla av överklighet. Det är ju väldigt speciellt när något man drömt om hela livet faktiskt inträffar i verkligheten, säger hon.

”Nu kunde jag inte göra det bättre”

Lydia Sandgrens bok *Samlade verk* gavs ut våren 2020. Då hade hon jobbat med manuset i över tio år, eller som hon säger, i hela sitt vuxna liv.

– Den där manushögen hade fått växa helt i sin ensamhet, utan att möta någon annan läsare än mig. Men en dag kände jag bara att jag var färdig. Nu kunde jag inte göra det bättre.

Lydia skickade manuset till ett par förlag och det dröjde inte länge innan hon fick ett positivt svar från **Lotta Aquilonius**, förläggare på Albert Bonniers förlag.

– Om Lydia har jobbat med manuset i hela sitt vuxna liv så kan man säga att jag hade väntat hela mitt liv på att få läsa just ett sådant manus. Jag var fast redan från första raden, säger Lotta.

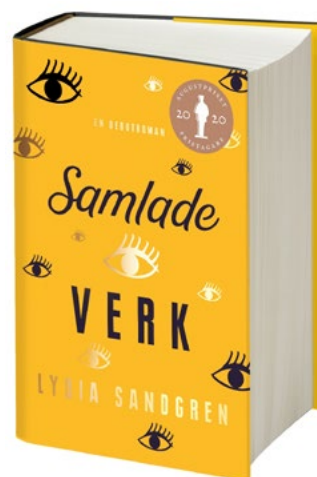
Tionde upplagan

Samlade verk fick fina recensioner och stor uppmärksamhet för att vara en debutbok. Men för att en bok ska kunna beskrivas som en succé krävs det självklart också läsare.

– Det här är ändå en bok på nästan 700 sidor. Den tar 29 timmar att lyssna på. Men det var som om läsarna på samma sätt som jag längtat efter att få kliva in i den här fantastiska romanvärlden, för boken började sälja enormt bra nästan direkt, säger Lotta.

Nu är *Samlade verk* inne på sin tionde upplaga och fortsätter att sälja. Men Lydia har redan gått vidare.

– Jag har skrivit sedan jag kunde hålla i en penna och jag skulle inte kunna tänka mig en tillvaro utan att göra det. Jag har skrivit på bok två sedan dagen jag skickade in manuset för *Samlade verk*. Vad det blir av det går inte att säga nu. Men jag hoppas att det inte tar tio år till innan jag är färdig.



Anders Eriksson,
vd Bonnier News



BONNIER NEWS

”Bra journalistik har lönat sig”

PANDEMIN SLOG HÅRT mot Bonnier News. Men efterfrågan på god och relevant journalistik var starkare. Den digitala transformationen till och med accelererade.

Bonnier News gick in i år 2020 med vind i seglen. Den digitala resan gick enligt plan, liksom förflyttningen till en mer renodlad prenumerationsmodell.

MEN UNDER VÅREN överrumplade pandemin Sverige. Det blev månader som **Anders Eriksson**, vd för Bonnier News, aldrig kommer att glömma. En normal månad är annonsintäkterna cirka 200 miljoner kronor. Men på bara en vecka i mars tappade Bonnier News 50 miljoner kronor.

Under våren hade ledningsgruppen dagliga krismöten vid niotiden på kvällarna.

– Vi var tvungna att säkerställa att

vi höll medarbetarna friska och kunde upprätthålla vår journalistik, inte minst avseende det enorma informationsbehovet som uppstod kring pandemin, säger Anders Eriksson.

EKONOMISKT INNEBAR pandemin att medarbetare korttidpermitterades, konsultkontrakt sades upp och 75 chefer gick ner i lön med 20 procent.

Men pandemin förde också, hur konstigt det än kan låta, något gott med sig.

– På två, tre månader hände det vi trodde skulle ske under två, tre år. Vi tappade annonsintäkter, men fick stark tillväxt i den digitala läsaffären. Lite oväntat så fick vi mer fart i processen.

Även den nya governancemodellen gjorde skillnad för arbetet.

– Med journalistiken som kärnvärde har den nya styrmodellen skapat förut-

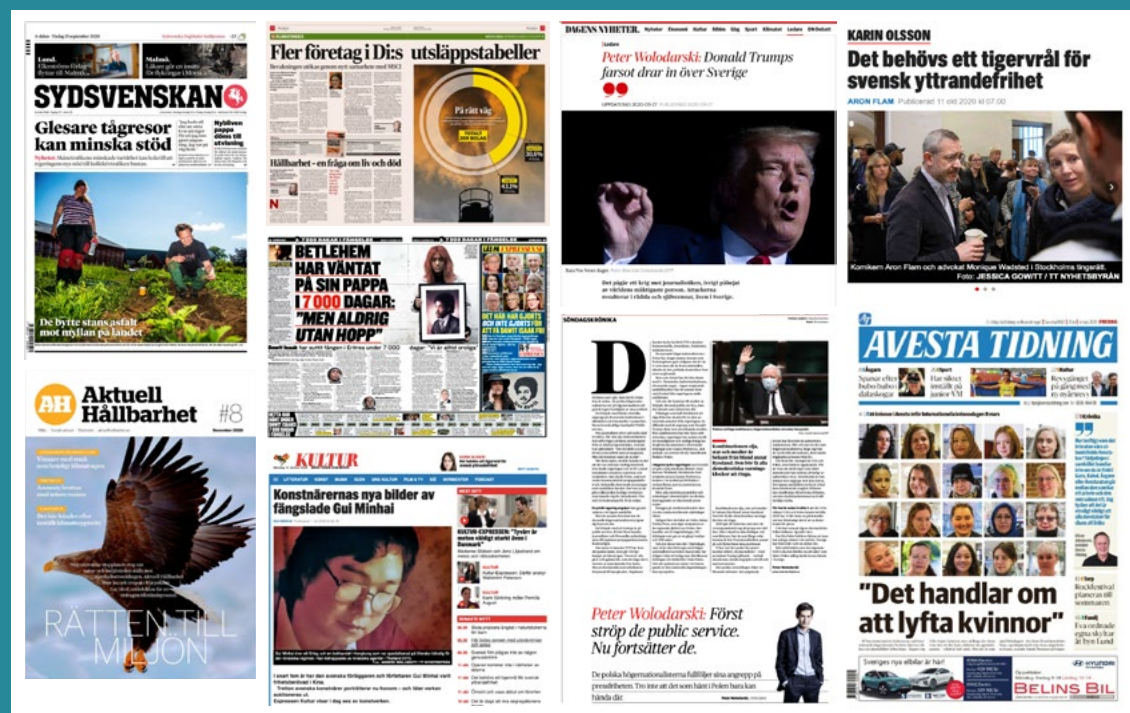
sättningar för Bonnier News att bli ännu mer konkurrenskraftigt. Som självständigt bolag har verksamheten drivits mer snabbt med fokus på digital tillväxt.

NÄR ANDERS ERIKSSON summerar 2020 tycker han att målen har uppnåtts. Arbetet med att göra användarupplevelsen enklare och bättre har gått framåt. Investeringar i att förbättra den tekniska strukturen har gjorts. Antalet digitala prenumeranter har ökat. Han lyfter särskilt fram Dagens Nyheter:

– Tidningen har haft en fantastisk utveckling i år. DN har haft en stark tillväxt i antalet prenumeranter och gör dessutom ett fantastiskt resultat. Satsningen på bra journalistik och en tydlig profil har lönat sig.

OMSÄTTNING
7,7 (7,6) miljarder SEK

EBITA
647 (211) MSEK



Bonnier News – hållbarhet

HÅLLBARHETSFRÅGORNA HAR VARIT centrala på flera sätt under året, inte minst journalistiskt för Bonnier News drygt 50 redaktioner runt om i landet. Klimatjournalistiken blir allt viktigare och covid-19 konsekvenser för miljö, rese- och konsumtionsmönster och näringslivets affärsmodeller är fortsatt givna ämnen för nyheter, debatter och opinionsbildning.

HÅLLBARHET I BREDARE bemärkelse är även en viktig del av Bonnier News övergripande strategi och ett givet nyckelord i företagets vision; "Vi drivs av att stärka det fria ordet och bidra till ett demokratiskt, hållbart och inkluderande samhälle."

– Vårt viktigaste avtryck och bidrag till ett mer hållbart samhälle är det vi gör genom vår journalistik och vårt engagemang i yttrandefrihets- och andra hållbarhetsrelaterade frågor, säger **Lotta Edling**, publicistisk direktör och ansvarig för hållbarhetsarbetet på Bonnier News.

– Utöver klimatbevakningen, där till exempel DN, Di och danska Børsen tagit spännande initiativ under året, genomsyrar det engagemanget allt från Expressens kamp för frigivandet av **Dawit Isaak** och **Gui Min-hai** till lokaltidningarnas betydelse för demokratin och hållbara samhällen.

Hållbarhetsstrategin bygger på fyra fokusområden, vart och ett kopplat till FN:s globala mål för hållbar utveckling:

- Yttrandefrihet och försvar av det fria ordet
- Affärsetik
- Jämställdhet och inkludering
- Miljö- och resurseffektivitet

Under året har Bonnier News även genomfört en mätning av företagets egen påverkan på miljön i syfte att kartlägga verksamhetens klimatavtryck. Mätningen är gjord enligt GHG-protokollet (Greenhouse Gas Protocol) som är den internationellt mest erkända standarden för klimatberäkningar och omfattar avtryck längs hela värdekedjan för utsläppsintensiva områden som tryck, distribution, tech, energi och resor.

– Tanken är att mätningen ska göras varje år och vara ett verktyg i vårt arbete för att över tid reducera avtrycket, säger Lotta Edling.

– Bonnier News största miljöpåverkan ligger i tryck och distribution. Där kommer den digitala transformationen att sänka vårt avtryck över tid. Redan nu har vi dock satt offensiva mål i just distributionsverksamheten och förflyttar oss snabbt mot fossilfritt bränsle i alla våra transporter.

Lokaljournalistik ger tillväxt – och stärker svensk yttrandefrihet



Mikael Nestius, affärsområdeschef, och Pia Rehnquist, publicistisk chef för Bonnier News Local.
Foto: Andreas Elgstrand, Peter Jönsson

VÅREN 2020 INTENSIFIERADES Bonnier News satsning på lokal journalistik. Den 25 februari stod det klart att bolaget hade förvärvat Hall Media, med ett tiotal publikationer i Småland, Kronoberg och Skaraborg. Tätt inpå detta bildades Bonnier News Local som samlar omkring 50 titlar.

– Att Bonnier News nu satsar på att leda konsolideringen av lokaltidningsmarknaden i Sverige är viktigt både för att säkra Bonnier News tillväxt och för att säkerställa att vi har en stark lokal journalistik som beskriver och bevarar hela Sverige. Det behövs i en tid där angreppen på yttrandefrihet och demokrati blir allt mer påtagliga och skrämmande, säger affärsområdeschefen **Mikael Nestius**.

Satsningen på lokal journalistik har genomförts tillsammans med norska Amedia vars strategi står som modell för Bonnier News Locals arbete för digital transformation. Strategin är att ansvaret för tidningarnas innehåll decentraliserats, vilket lett till att Bonnier News Local under 2019–2020 har utsett ett 20-tal nya chefredaktörer.

– Skolor, äldreomsorgen, infrastruktur och trygghet – de flesta frågor som ligger nära folk är lokala. Om vi inte bevakade dem skulle det mesta förbli oskrivet. Därför är det fantastiskt att se vilken kraft som finns ute på våra redaktioner och vilken hög kvalitet det är på journalistiken, säger **Pia Rehnquist**, publicistisk chef för Bonnier News Local.

”Fantastiskt att se vilken kraft som finns ute på våra redaktioner”

Nya prövningar och klassisk journalistik

Den 31 januari 2020 konstaterades det första fallet av covid-19 i Sverige. Spridningen accelererade snabbt och 40 dagar senare deklarerade WHO att det nya coronaviruset nått pandemistatus. Med stigande dödssiffror och världens börser i fritt fall fick Bonnier News publicister en ny verklighet att förhålla sig till. Och det klassiska uppdraget – att sprida trovärdig journalistik – blev viktigare än någonsin. Här berättar chefredaktörerna för Expressen, Dagens industri, Dagens Samhälle och Dagens Nyheter om hur krisen hittills har påverkat deras verksamheter.

Grannarna Mona Gustafsson och Lill Khasal bröt sin påtvingade ensamhet med en coronafika på behörigt avstånd i trapphuset. Bilden som är tagen av Anette Nantell publicerades i DN i april 2020.



Peter Fellman, Dagens industri

”När världens börser kollapsade i det inledande skedet av pandemin visste ingen vilka de ekonomiska effekterna skulle bli. Som förmedlare av nyheter och analys är Dagens industri aldrig så viktig som under sådana tider. Läsarna strömmar till och vill veta hur utvecklingen påverkar dem som företagsledare och placerare. Vår goda prenumerationsutveckling är det bästa beviset på att vi lyckats möta den växande efterfrågan.”

Christina Kennedy, Dagens Samhälle

”Suget efter den träffsäkra journalistik som produceras i vår branschredaktionella familj i Di-gruppen har aldrig varit större. Beslutsfattare inom vitt skilda områden som sjukvård, hållbarhet, handel och många fler områden har alla försökt hitta fotfästet i den nya verkligheten. Med Dagens Samhälle, Market och Dagligvarunytt som nya titlar täcker vi numera lejonparten av svenskt samhälls- och näringsliv.”



Klas Granström, Expressen

”Expressens nyhetsredaktion jobbade direkt fram ett regelverk för hur vi skulle bedriva det journalistiska arbetet på redaktionen och ute i fält på ett säkert sätt. Det gav oss möjligheter att genomföra alla granskningar och reportage som gett Expressens publik unik insikt i hur det politiska styret kämpat mot viruset, hur de svagaste drabbats och hur insidan av vården sett ut under pandemin.

Jag är mest stolt över att vi har gett röst till dem som glömdes bort och en brutal men ärlig bild av världens kamp. Och att vi har upprätthållit Expressens uppdrag som folkuniversitet genom att dygnet runt ge direkt tillgång till samhällsviktig information och publiken möjlighet att få svar på sina frågor genom interaktion med redaktionen och experter.”



Peter Wolodarski, Dagens Nyheter

”Coronapandemin medförde en unik prövning för det svenska samhället. Under en sådan kris spelar journalistiken en central roll, genom att sprida kunskap, spegla olika perspektiv och att stundtals ställa svåra frågor till de ansvariga.

Jag är stolt över att DN redan i februari valde att göra vår journalistik tillgänglig även för dem som inte prenumererar. Det är särskilt viktigt under en kris. Beslutet att ’låsa upp’ vår sajt ledde till en kraftig ökning av antalet besökare. Totalt under 2020 har ungefär 300 000 svenskar anmält sig för en sådan gratisprenumeration. Av dem valde mer än var fjärde att börja prenumerera på riktigt efter provperioden. DN valde också tidigt att ifrågasätta den svenska coronastrategin, som tillät en högre smittspridning än våra grannländer. Inte minst under en nationell kris måste tidningar behålla ett kritiskt perspektiv – det är vår demokratiska uppgift.”



Tomas Hermansson,
vd Bonnier Fastigheter

BONNIER FASTIGHETER

”Vi har blivit starkare på många sätt”

UTMANANDE, LÄRORIKT och framgångsrikt. Så sammanfattar Bonnier Fastigheters vd **Tomas Hermansson** år 2020.

– Vårt nya affärsområde Bostäder är ett viktigt steg för oss som samhällsutvecklare, säger han.

Tomas Hermansson blickar tillbaka på ett år som präglats av utveckling.

– Vi har blivit starkare på många sätt. Finansiellt gör vi ett väldigt bra resultat i år, och operativt har vi har lärt oss mycket av de tuffa krav som pandemin ställt.

DET VAR FÖRVÅNANSVÄRT enkelt att ställa om till ett digitalt arbetssätt, anser han.

– Mycket tack vare en positiv inställning hos våra medarbetare. Vi har också utvecklat mer tydliga och strukturerade arbetsprocesser.

En annan stor förändring är att Bonnier Fastigheter har etablerat sitt nya affärsområde Bostäder, som innebär att utveckla och förvalta hyresbostäder till privatpersoner.

– Därmed tar vi ett större grepp som samhällsutvecklare – ett stort och viktigt steg. De nya arbetssätt som pandemin medfört kommer att ställa nya krav på både kontor och privata bostäder. Den utvecklingen vill vi vara med och påverka i hållbar riktning.

BOLAGET HAR också integrerat sitt hållbarhetsarbete fullt ut 2020.

– Vi jobbade i många år med miljöfrågor som en separat del. I dag är miljö- och hållbarhetsfrågorna sammanvävda med hela verksamheten: från arbetssätt och nyproduktion till finansiering och affärsmål.

FÖR TREDJE ÅRET i rad placerar sig Bonnier Fastigheter på en fin andra plats i klassen storbolag i Fastighetsbarometern* som mäter hur nöjda hyresgästerna är.

– Våra medarbetare har varit lyhörda och försökt hitta lösningar i nära dialog med våra hyresgäster, som haft det tufft i år. Ett arbete som gjort mig extra stolt.

2021 ser Tomas Hermansson fram emot den planerade byggstarten i Värtahamnen där en ny stadsdel kommer att växa fram.

– Vi bygger kontor i tre kvarter, totalt cirka 80 000 kvadratmeter kontorsyta, i Stockholms kanske mest spännande byggprojekt!

*CFI Group och Fastighetsägarna Sveriges årliga analys av svenska hyresgästers uppfattning om sin hyresvärd.

OMSÄTTNING
740 (712) MSEK

EBITA
506 (474) MSEK

79%

av fastigheterna är miljöcertifierade.

200 000
kvadratmeter uthyrningsbar yta.

2:a

plats bland Storbolag för tredje året i rad i Fastighetsbarometern Kontor som mäter hur nöjda hyresgästerna är.

Bonnier Fastigheter – hållbarhet

BONNIER FASTIGHETER HAR SOM mål att utvecklas genom lönsam, hållbar tillväxt. Med en portfölj där ett flertal av fastigheterna är över hundra år gamla krävs kreativitet för att öka hållbarheten och samtidigt bevara de historiska värdena.

För att klara det målet har Bonnier Fastigheter under 2020 uppdaterat sin hållbarhetsstrategi och delat in den i tre fokusområden: Kvarteret, Relationer och Portföljen.

– Inom varje del pratar vi om vad, hur och varför. Till sammans ger det oss ett helhetsgrepp på vårt hållbarhetsarbete, säger Sara Björnberg, chef för hållbar utveckling.

MÅLET FÖR BONNIER FASTIGHETER är att miljöcertifiera hela fastighetsbeståndet och vid slutet av 2020

var 80 procent certifierat. Från och med 2020 redovisas också företagets utsläpp av växthusgaser utifrån GHG*-protokollet. Framför allt är det uppvärmningen av fastigheterna som ger upphov till störst utsläpp. Arbetet med att minska denna påverkan kommer att intensifieras under 2021.

– Vår styrka är att vi har ett långsiktigt perspektiv. Det är lättare att göra de investeringar som krävs i hållbarhet när du jobbar för nästa generation snarare än nästa kvartal, säger Sara Björnberg.

* Greenhouse Gas Protocol, utvecklades av World Resources Institute (WRI) och World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) som en global standard för mätning, hantering och rapportering av växthusgasutsläpp.

Här skapas moderna arbetsplatser i gammal cykelfabrik

En gång i tiden var det norra Europas största cykelfabrik. Nu skapas attraktiva arbetsplatser där. Mitt i krisen köpte Bonnier Fastigheter ett helt kontors-kvarter i Uppsala.

Under första delen av 1950-talet var Nymbolagen i Uppsala Europas största cykeltillverkare med 1300 anställda. Varje år tillverkades 150 000 cyklar, som exporterades både till grannländerna och Sydamerika.

En av de mest klassiska modellerna var Crescents "Världsmästarcykeln", som började serietillverkas i Uppsala 1954.

Men ett samgående mellan Nymbolagen och konkurrenten Monarkkoncernen, framtvingat av krympande vinstmarginaler, blev början till slutet. 1963 monterades den sista cykeln i Uppsala.

Förvärvades mitt i pandemin

Fastigheten består av fyra byggnader och två byggrätter och utgör ett helt kvarter. I Uppsala kallas den fortfarande "cykelfabriken" i folkmun.

Mitt under coronakrisen förvärvades fastigheten av Bonnier Fastigheter som sedan 2018 även äger de välkända fastigheterna Stationsgallerian och Muninhuset i Uppsala. Det finns flera anledningar till att studentstaden är intressant.

– Vi gick in där för några år sedan eftersom Uppsala håller på att växa ihop med Stockholm. Där finns också hög utbildningsnivå och ett fungerande näringsliv med inte minst läkemedelsindustrin, säger **Björn Boestad**, transaktionsansvarig på Bonnier Fastigheter.

Det var självklart att lägga ett bud på cykelfabriken.

– Det är en otroligt hård konkurrens på fastighetsmarknaden. Så fort ett bra objekt dyker upp till försäljning är det strid på kniven, säger han.

Historien kopplad till kvarteret gjorde affärsmöjligheten extra intressant.

– Det är spännande att kunna bibehålla den karakteristiska industrikänslan, samtidigt som vi väcker det här ganska slumrande kvarteret till liv igen, säger **Lars Skoglund**, marknadsområdeschef Uppsala på Bonnier Fastigheter.

"Någonting vi är duktiga på"

Läget i östra innerstaden är också intressant. De senaste åren har tyngdpunkten i Uppsala alltmer flyttats dit samtidigt som det bara är drygt 500 meter från centralstationen och Resecentrum med bussar och tåg.

När den fyrspåriga järnvägen mellan Stockholm och Uppsala är klar kommer pendlingstiden dessutom att förkortas ytterligare.

Cykelfabriken passade också Bonnier Fastigheter bra av ett annat skäl.

– Att utveckla ett helt fastighetskvarter är någonting som vi är duktiga på, säger Björn Boestad.

Ett av husen, hus A, totalrenoveras och beräknas vara helt klart om 18–24 månader. I december flyttade den första hyresgästen Uppsalahem in här i helt nyrenoverade lokaler. Under 2021 kommer utveckling och strategiarbete för kvarteret att fortsätta.

– Sedan återstår mycket arbete med övriga byggnader. Jag tror att det kommer att ta ungefär fem år att komma dit vi vill, säger Björn Boestad.

"Kontoret är en kulturbärare"

Rent allmänt ser Bonnier Fastigheter ljusst på framtiden, trots den osäkerhet som pandemin har inneburit.

– Även om folk kommer att jobba mer hemifrån behövs det gemensamma kontoret för att kunna mötas och utvecklas. Kontoret är en kulturbärare i ett bolag, säger Björn Boestad.



*Visionsbild av kvarteret
Cykelfabriken i Uppsala
framtagen av White
Arkitekter.*



Nyproduktion av bostadsfastighet i Barkarbystaden – projekt Fyrklövern. Visionsbild framtagen av ByggVesta.

Bonnier Fastigheter satsar på ännu fler hyreslägenheter

Bonnier Fastigheter fortsätter sin offensiv för att bli en allt viktigare samhällsbyggare. I år växte innehavet med två nya bostadsfastigheter i Stockholmsområdet.

Bolaget har länge ägt och förvaltat kommersiella fastigheter. Men 2019 togs ett viktigt steg efter ett beslut om hyresbostäder som ett nytt affärsområde. Det gjordes genom ett samarbetsavtal med

bostadsutvecklaren ByggVesta och bildandet av det samägda bolaget HållBo.

Under året har två nya fastigheter förvärvat. En i Tyresö med 76 lägenheter och en i Bagarmossen med 32 lägenheter. Det gör att totalt 307 lägenheter ägs av HållBo. Vidare har nyproduktionen av 260 bostadslägenheter i Barkarby påbörjats.

De investeringar som inletts 2020, och kommer att sträcka sig till och med

2025, uppgår till cirka 4,9 miljarder kronor.

Bonnier Fastigheter har ambitiösa målsättningar inför framtiden.

År 2025 ska 20 procent av fastighetsportföljen bestå av bostadsfastigheter. På längre sikt är målet 25 procent och att det också ska finnas helägda bostadsfastigheter bland innehaven. Fokus ligger i dagsläget på Stockholm och Uppsala.



Visionsbild framtagen av Tengbom i samråd med konstnären Jens Fänge.

Snyggare och tryggare med konst på gatan

Bonnier Fastigheter bidrar till en mer levande och tryggare stadsmiljö i Stockholm. I år flyttade konsten ut på gatan.

Många upplever sträckan mellan Sankt Eriksplan och Norra Bantorget i Stockholm som både tråkig och otrugg. Men under 2020 har en rejäl uppgradering skett av gaturummet.

En av förbättringarna som länge planerats i samarbete mellan Bonnier Fastigheter och Stockholms stad är att skapa en platsbildning på Torsgatan och samtidigt en mer lättillgänglig och tilltalande entré till populära Vasaparken.

En del i arbetet har varit att under året skapa markkonst på Torsgatan.

Projektet är unikt och innebär att konsten bokstavligen har flyttat ut på gatan. Två nya konstverk i form av stenbeläggningar finns nu framför entréerna till Bonnierhuset och Bonniers Konsthall.

De är skapade av Jens Fänge, konstnären som debuterade som målare på 1990-talet. På senare år har han arbetat alltmer med textil, färg, trä och objekt som gör ingrepp i rummet.

Jonas Karlén,
vd Adlibris

ADLIBRIS

”Den fysiska boken har fått en renässans”

2020 VAR KONTRASTERNAS år för Adlibris och vd:n Jonas Karlén.

– Samtidigt som pandemin medförde lidande och svårigheter för hela samhället präglades vår verksamhet av framåtanda, gemenskap och tillväxt. Vi ökade med hela 19 procent under året, vände till vinst och förbättrade resultatet med 266 miljoner kronor, berättar han.

Jonas Karlén tillträdde som vd i november 2019.

– Som företag var vi i ganska god form inför 2020, efter en pressad situation åren innan. Vi hade ändrat vår strategi till att bli mer bokcentrerade och avyttarat eller lagt ner verksamheter där vi inte varit framgångsrika.

Fokus på boken samt att effektivisera processer och erbjuda fler leveransalternativ blev ett framgångsrecept 2020.

– Vi gick starkt hela året för att nå all-time-high i december som blev bästa månaden i Adlibris drygt 20-åriga historia.

ADLIBRIS ÄR EN AV Nordens ledande nätbutiker och står i dag för drygt 60 procent av bokförsäljningen online i Sverige, 40 procent i Finland och 20 procent i Norge.

– E-boken och ljudboken växer, men även den fysiska boken ökade 2020 efter en period av vikande försäljning. Många har haft mer tid att läsa under pandemin och pappersboken har fått något av en renässans.

JONAS KARLÉN HAR känt sig stolt över sina cirka 500 medarbetare många gånger under året.

– Kronan på verket var när jag beställde en bok klockan 13 den 23 december och fick hem den på julaftons morgon. Det var många personers insatser bakom att vi kunde hålla öppet och leverera en vecka längre än våra konkurrenter inför julen.

I DECEMBER FÖRVÄVADE Adlibris Campusbokhandeln som säljer både ny och begagnad kurslitteratur.

– Hållbarhetsfrågan är en anledning till köpet. Vi vill erbjuda hela spektrat av böcker, från ljudbok till begagnad bok, och prioritera hållbarhet i alla led.

OMSÄTTNING

2,7 (2,3) miljarder SEK

EBITA

50 (-217) MSEK

Boken som inte ville bli läst

av David Sundin var årets mest sålda bok.

55,1
miljoner

besök på Adlibris hemsida i Sverige under 2020.

1

bok per sekund sålde Adlibris på Black Friday.

400%

Så mycket ökade försäljningen av *Lär dig spela schack: 35 lätta och roliga övningar* i samband med sverigepremiären av Netflix serie *The Queens Gambit*.

Adlibris – hållbarhet

TRANSPORTERNA STÅR FÖR en betydande del av utsläppen av växthusgaser. I Sverige handlar det om cirka 40 procent enligt Trafikverket. Det här är en viktig utmaning, inte minst för e-handelsföretagen. Under 2020 har Adlibris därför gjort stora satsningar på mer klimatsmarta leveranser för att minska sitt avtryck. Ett exempel är ett samarbete med Instabox, en transporttjänst som använder fossilfria drivmedel i sina fordon för minskade utsläpp.

För e-handeln innebär lådor av standardformat problem. Innehållet får ofta skickas i onödigt stora kar-

tonger, vilket resulterar i att färre försändelser får plats i lastbilarna. 2020 har Adlibris därför investerat i en förpackningsmaskin som anpassar wellpappen precis efter innehållets storlek. Det bidrar till färre transporter och lägre utsläpp.

2020 ÅRS SATSNINGAR går i linje med Adlibris hållbarhetsarbete som utgår från FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling, den så kallade Agenda 2030. Ambitionen är att hela tiden hitta nya sätt att minska klimatpåverkan och bidra till en bättre värld.

Nya ”Boken i fokus”-strategin gav tydlig försäljningsökning

2020 präglades av nya vägval för Adlibris-gruppen. En helt ny strategi och ett förvärv som bland annat stärkte satsningen på hållbarhet var några av nyheterna.

Under våren formulerades den nya strategin ”Boken i fokus”. Efter några år där riktningen varit ett bredare utbud, det vill säga inte bara böcker, ville man ta ett steg tillbaka mot det som en gång var kärnverksamheten.

– Tanken med att bredda utbudet var att förbereda oss för att möta Amazons insteg på den svenska marknaden. Men det visade sig vara svårt att få kunderna att associera oss med något annat än böcker samtidigt som en del av leveranslogistiken var utmanande att få ihop. Så efter två förlustår beslutade vi oss för att vi behövde byta strategi och sätta böckerna i fokus igen, säger **Veronica Fras**, Adlibris-gruppens Chief Customer Officer.

Omfattande kundundersökningar gjordes och strategin förfinades utifrån de resultat som kom fram.

– Det kunderna efterfrågade var övergripande mer inspiration. De ville också ha mer hjälp att välja läsning, både till sig själva och när de skulle ge bort böcker.

Försäljningsökning under hösten

I juni kommunicerades den nya strategin ut i bolaget och under andra halvan av 2020 jobbade man för att implementera den.

– Vi har sålt eller lagt ner ett antal kategorisajter och gjort om utseendet på adlibris.se. Vi har skapat fler topplistor och större utrymme för medarbetarnas lästips samt kundrecensioner. Vi rullade

också ut en marknadsföringskampanj i många olika kanaler, i tv och radio, på stortavlor, och i en egen tidning som fokuserar på boken och inspiration. Vi har ju ungefär 11 miljoner titlar så det är klart att kunderna efterfrågade en tydligare guidning, säger Veronica Fras.

En tydlig försäljningsökning under senhösten visade att strategin var rätt väg att gå.

– Vi fick snabbt väldigt bra respons från kunderna, vilket så klart är jättekul. Men arbetet fortsätter, bland annat med att öka användningen av kunddata, personalisera sajttupplevelsen och utöka våra leveransalternativ. Kundupplevelsen är central och avgör hur vi prioriterar i vår verksamhetsutveckling.

Steg mot ökad hållbarhet

I december 2020 förvärvade Adlibris-gruppen Campusbokhandeln, som ett steg i att ytterligare öka utbudet och stärka hållbarhetsarbetet. Campusbokhandeln är en bokhandlarkedja som grundades 2005 och är specialiserad på studentlitteratur.

Butikerna ligger i nära anslutning till campusområden men man har också en stor andel e-handel. Fokus har sedan starten legat på begagnad kurslitteratur men under senare år har även en ökad nyboks-försäljning varit viktig för utvecklingen.

– Campusbokhandeln har varit en konkurrent till oss och vi har följt dem länge, imponerade över deras utveckling med en mångdubblad försäljning de senaste åren. Förvärvet passar verkligen oss som handen i handsken! Vår strategi är ju att kunna erbjuda kunderna hela ekosystemet inom böcker och dessutom att bli ännu bättre på hållbarhet. Där är

Campusbokhandeln exemplarisk, säger **Sakari Luovio**, försäljningschef Adlibris B2C Sverige, Norge och Finland.

Vilka fördelar har affären för era kunder?

– Tillsammans blir vi starkare. Vi kan dra nytta av våra kompetenser inom bland annat utbud och logistik och erbjuda ännu snabbare leveranser, flera leveransalternativ och större utbud inom begagnat. Affären kommer helt enkelt att leda till stor kundnytta på många plan.

”Kundupplevelsen är central och avgör hur vi prioriterar i vår verksamhetsutveckling.”



Veronica Fras, Chief Customer Officer Adlibris-gruppen. Foto: Juliana Wiklund



Strategin som Adlibris satte under våren 2020 visade sig vara rätt väg att gå. Försäljningen ökade nämligen under senhösten. Foto: Anna Frykberg Källåker

Jesper Buchvald,
vd Bonnier Publications

OMSÄTTNING
1,1 (1,2) miljarder SEK

EBITA
86 (142) MSEK

BONNIER PUBLICATIONS

”Imponerande hur motiverade medarbetarna var”

TROTS TURBULENSEN i samhället 2020 har satsningen på de digitala prenumerationerna fortsatt för Bonnier Publications. Krisen har visat att suget efter kvalitetsjournalistik är stort.

Planen inför 2020 var att fortsätta lansera nya digitala prenumerationer, utan på att jobba smartare med de redan befintliga.

– ”Gör det själv” är ett exempel, där arbetar vi i dag mycket med video och inte bara som förut med steg-instruktioner i print. Tidskrifter har de senaste åren inte förändrats lika mycket digitalt som nyheter och böcker, men där hoppas jag vi kan vara med och driva utvecklingen, säger **Jesper Buchvald**, vd på Bonnier Publications.

DEN NYA governancemodellen har också varit positiv för Bonnier Publications.

– I stället för att vara en del av en större grupp har det blivit ett ökat fokus på vår egen affär, där vi jobbat mycket med strategifrågor.

Ekonomiskt gick det bättre för Bonnier Publications än vad som kunde befaras i våras. Visserligen rasade annonsförsäljningen de tre första kvartalen, men sedan vände det.

– Det fjärde kvartalet hade vi högre intäkter på digitala kanaler än motsvarande period 2019.

NÄR DET MEST AKUTA coronaläget hade passerats kände Jesper Buchvald en enorm stolthet över sina medarbeta-

re. När Danmark stängt ner flyttade de anställda över en natt hem sina kontor, anpassade sig efter situationen och jobbad på enligt plan.

– Jag är imponerad av hur snabbt det gick och hur motiverade alla var. Dessutom är jag stolt över att vi under året har bidragit med bra information om pandemin.

ÅRET HAR VISAT ATT suget efter kvalitetsjournalistik fortfarande är stort.

– I krisen blev det tydligt att människor söker information inte bara från sociala plattformar, utan även från traditionella medier som man kan lita på, säger Jesper Buchvald.

Foto: Thomas Dahl



Elisabeth Halmø, Executive Vice President & Chief Content Officer på Bonnier Publications. Foto: Stine Østby

Från tidningsutgivare till modernt mediehus

Bonnier Publications befinner sig mitt i en intensiv resa från traditionell tidningsutgivare till ett förlag med multiplattformar. Kärnan är dock densamma: innehåll med kvalitet, berättelser som läsarna kan lita på.

Bonnier Publications har en lång och stolt historia, med gränsöverskridande utgivning som specialitet. I takt med medieindustrins snabba utveckling har bolaget dessutom förnyat sig och fokuserar i dag allt mer på nya plattformar.

– Det innebär att vi expanderar, skapar fler ben att stå på och gör om många affärsmodeller till en digital bas. Det är ett måste för att lyckas i en bransch där marginalerna pressas och konsumenterna ägnar allt mindre tid åt tryckta medier, säger **Elisabeth Halmø**, Executive Vice President & Chief Content Officer på Bonnier Publications huvudkontor i Köpenhamn.

”Skapat det egna varumärket Wype”

På kort tid har Bonnier Publications lanserat digitala prenumerationer baserade på tre av bolagets största varumärken Illustrerad vetenskap, Historia och Gör det själv.

– Vi har även skapat det egna varumärket Wype, en tjänst som gör det en-

kelt att läsa allt innehåll var som helst, när som helst. Planen för att rulla ut nya, digitala prenumerationer är dessutom ambitiös.

Allt detta innebär en stor investering, men även omfattande förändringar i det redaktionella arbetet. Tidigare var det den tryckta tidningen som var källan till det digitala innehållet. I dag är ordningen omvänd, utgångspunkten är den digitala upplevelsen.

– I centrum för allt innehåll står berättelserna och de anpassas till de olika kanalerna. Det är berättelserna som ger mest värde för läsarna och för att få mer tid till dem arbetar vi så mycket som möjligt i mallar och moduler, säger Elisabeth Halmø.

Miljötänket är fortsatt viktigt

Även om de digitala plattformarna tar allt mer plats är tidskrifter fortfarande viktiga för läsarna. För att minska papperets miljöpåverkan har produktionsprocessen optimerats och det trä som används för att framställa bolagets mest frekventa papper kommer från 100 procent miljöcertifierat skogsbruk. Alla prenumerationstidningar är dessutom Svanenmärkta.

BONNIER CORPORATION



David Ritchie,
vd Bonnier Corporation

Omvälvande år för Bonnier Corp.

Amerikanska Bonnier Corporation erbjuder nischade tidskrifter, evenemang, upplevelser och tjänster. Under 2020 genomfördes stora förändringar. Vd David Ritchie berättar mer.

Vilka var de viktigaste milstolparna för Bonnier Corp. under 2020?

– Det var det mest omvälvande året sedan företaget grundades. Vi introducerade stora förändringar i ledningen, genomförde riktade uppsägningar och permitteringar, lämnade mycket snabbt praktiskt taget alla hyresavtal och omförhandlade eller sade upp de flesta företagsavtalen. Vi började också sälja av olönsamma varumärken och genomförde två betydande avyttringar under tredje kvartalet. Sammantaget ledde de åtgärderna till att vi kunde avsluta året med positiva kassaflöden från den löpande verksamheten, och att vi har en stark position när vi går in i 2021.

Berätta om några lärdomar från hanteringen av de pågående utmaningarna?

– Vi lärde oss att så länge vi har en fantastisk personal kan vi leverera ett utmärkt innehåll och mycket goda resultat.

Michael Porseryd,
vd SF Studios

SF STUDIOS

”Positivt resultat trots stängda biografer”

TROTS STÄNGDA BIOGRAFER och flyttade filmproduktioner ser **Michael Porseryd**, vd på SF Studios, 2020 som ett inspirerande år.

– Vi har blivit mer sammansvetsade, säger han.

I början av året kom nyheten att Michael Porseryd utsetts av tidningen Variety till en av världens 500 mest inflytelserika personer inom medie- och underhållningsindustrin.

– På ett par år har vi femdubblat vår produktion. Vi levererar innehåll till aktörer som Netflix och HBO samtidigt som vi distribuerar de största bolagens filmer via biografer, dvd/Blu-ray och streamingtjänster. Vi är Nordens ledande filmbolag, men vi spelar också en betydande roll i branschen globalt.

Pandemin har skakat om det mesta i bolaget. Två av de största filmpro-

duktionerna 2020 – *Utvandrarna* och *Sagan om Karl-Bertil Jonssons julafton* – skulle till stora delar spelas in utomlands.

– Vi fick blixtnabbt ställa om och flytta inspelningarna till Norden och anpassa dem till restriktionerna. Det var förstas en utmaning, men båda inspelningarna är färdiga nu.

Michael Porseryd känner en väldig stolthet över sina medarbetare.

– De har kämpat i motvind och gjort en fantastisk insats hela året. Trots in-täktstappen på grund av stängda biografer gör vi dessutom ett positivt år resultatmässigt på 19 miljoner.

DIGITALA TJÄNSTEN SF Anytime har haft ett starkt år. Dessutom har SF Studios skapat ett nytt affärsområde fokuserat på rättigheter.

– Som exempel har vi förvärvat Sandrew Metronomes svenska filmkatalog och tagit över distributionen av cirka 100 svenska filmklassiker.

UNDER ÅRET HAR en ny styrning etablerats, som innebär att SF Studios styrelse kan agera mer självständigt gentemot Bonnier Groups styrelse.

– Beslutsvägarna är snabbare nu, vilket förenklar och förbättrar verksamheten.

När Michael Porseryd tillträdde som vd 2016 startade han ett värderingsarbete med alla medarbetare. Tillsammans tog de fram de värderingar som i dag genomsyrar företaget – som transparens och samarbete.

OMSÄTTNING
1,9 (1,9) miljarder SEK

EBITA
20 (36) MSEK

1800

Så många film- och tv-serietitlar äger SF Studios i sin rättighetskatalog.

35%

växte SF Anytimes konsumentplattform med under 2020.

16

Antalet film- och tv-serieinspelningar som SF Studios lyckades genomföra under 2020 trots pandemin.

1,7 miljoner

personer såg under en månad filmen Jönssonligan som såldes exklusivt till C More.

SF Studios – hållbarhet

FÖR SF STUDIOS HANDLAR hållbarhet mycket om sociala frågor, där engagemanget i metoo-rörelsen och uppropet #tystnadtagning är två tydliga exempel. Under 2020 fortsatte arbetet med att förbättra arbetsmiljön och verka för andra nödvändiga förändringar i film- och tv-industrin, bland annat i samarbete med Svenska Filminstitutet och de fackliga organisationerna. Målet: att alla ska mötas med samma respekt.

SF Studios strävan efter att minimera klimatavtrycket har också genomsyrat 2020, såväl i det dagliga arbetet som de strategiska beslutsprocesserna. Det be-

tyder att det ska vara självklart att välja miljövänliga produkter, att använda anläggningar och resurser på ett hållbart sätt, att öka medvetenheten kring resor och följa gällande regelverk.

STÖDET TILL ORGANISATIONER som gör insatser för barn och unga är fortsatt prioriterat för SF Studios, men har under året också kompletterats med engagemang för äldre. När isoleringen var som värst erbjöds alla över 70 år i Sverige att se klassiska filmer gratis via SF Anytime.

Ett sätt att sprida ljus och glädje i utmanande tid.

Nytolkning av Utvandrarna fick spelas in i Sverige



Foto: Mauricio Molinari

SF Studios spelade 2020 in en nytolkning av Vilhelm Mobergs klassiker *Utvandrarna*, den här gången med Kristina som huvudkaraktär. För producenten Fredrik Wikström Nicastro var det ett drömprojekt som äntligen gick i uppfyllelse. Men vägen dit var lång och krokig.

De flesta är bekanta med Vilhelm Mobergs epos *Utvandrarna* – bokserien i fyra delar där läsaren får följa Kristina och Karl-Oskars färd från bondgården i Småland mot det stora landet i väster. Den svenska utvandringen till USA under 1800-talet var minst sagt massiv. Med stora fartyg korsade närmare 1,5 miljoner svenskar Atlanten i hopp om ett bättre liv.

Nygammal adaption

Fredrik Wikström Nicastro är filmproducent och ansvarig för SF Studios internationella produktioner. Idén om att filmatisera *Utvandrarna* på nytt har grott i honom i många år.

– Böckerna berörde mig väldigt starkt när jag växte upp. Det är en berättelse som många älskar. Men jag tyckte det var synd att den redan hade filmatiserats.

Det var Jan Troell som i början av 1970-talet skrev manus och regisserade *Utvandrarna* och *Nybyggarna*. Filmerna blev stora framgångar och var sammantaget nominerade till fyra Oscars i USA.

2015 bestämde sig Fredrik för att se om filmerna. Han upptäckte plötsligt en ny möjlighet.

– Det är uppenbart att det är Karl-Oskars berättelse, med Max von Sydow som tydlig huvudperson. Men för mig har Kristina alltid varit den mest

komplexa och intressanta karaktären. Filmerna är dessutom barn av sin tid, ganska långsamma i berättandet. Jag kände starkt att tiden var mogen för en ny adaption med Kristina som huvudperson.

Ett synopsis började ta form och Fredrik fick kontakt med Vilhelm Mobergs barnbarn som äger rättigheterna.

– Vi presenterade idén och de tyckte mycket om den. Framför allt kände de att berättelsen har en annan politisk angelägenhet i dag. Då var det mer en historisk beskrivning av Sverige på 1800-talet. Nu får den en viktig migrationskontext, säger han.

Kraftig omställning i pandemin

När allt slutligen var på plats bokades inspelning sommaren 2020 i Tjeckien, ett av många europeiska länder som har fördelaktiga villkor för att locka utländska storproduktioner. Men redan i mars insåg man att den eskalerande pandemin skulle grusa planerna. Man fick tänka om. Snabbt.

– Vi genomförde en kreativ rekognosering i Sverige för att se om vi kunde få ihop miljöerna och addera vissa effekter efteråt. Det visade sig vara fullt möjligt.

Men det skulle också innebära stora extra kostnader att flytta hem produktionen till Sverige. Genom att förlägga inspelningen till Alingsås och Munkedal fick SF Studios med sig Film i Väst att ytterligare investera i projektet. Även Svenska Filminstitutet ville bidra med extra finansiering för att man skulle kunna flytta hem produktionen och säkerställa att inspelningen kunde genomföras under 2020.

Filmen spelades in från september till december 2020 med Lisa Carlehed

i rollen som Kristina och Gustaf Skarsgård som Karl-Oskar. Popstjärnan Tove Lo debuterar som skådespelare i rollen som Ulrika. Liv Ullman, som spelade Kristina i 1970-talsfilmerna, skulle egentligen ha spelat Kristinas mamma i nytolkningen. Men coronariskan gjorde att hon fick hoppa av projektet.

Storfilm med mycket känslor

Utvandrarnas budget var drygt 100 miljoner kronor och 200 personer arbetade med filmen bakom kameran. På bioduken syns 40 skådespelare och flera tusen statister.

Fredrik Wikström Nicastro menar att beslutet att flytta hem produktionen till Sverige var det bästa som kunde hända. Kulturminister Amanda Lind besökte inspelningen och använder redan *Utvandrarna* som ett positivt case.

– Kan man få ekonomin att gå ihop är det förstås mycket bättre för branschen, infrastrukturen, miljön och arbetstillfällena att producera i Sverige. Jag hoppas att det här projektet kan bidra till den politiska debatten om att införa bättre skattevillkor och produktionsincitament även här, säger Fredrik Wikström Nicastro.

Han beskriver *Utvandrarna* som ”en riktig storfilm med mycket känslor”. Med premiär på juldagen 2021 kommer det dessutom att vara en episk biopplevelse.

– Jag hoppas att den ska uppfattas som modern och fräsch med energi och realism, trots att den utspelar sig på 1800-talet. Vi har även stora förhoppningar på USA, särskilt med tanke på de tidigare filmernas framgångar. Berättelsen är minst lika relevant för den amerikanska publiken.



Max von Sydow och Liv Ullman som Karl-Oskar och Kristina i Jan Troells "Utvandrarna" från 1971. Foto: SF



Gustaf Skarsgård och Lisa Carlehed som Karl-Oskar och Kristina. Foto: Baldur Bragason

BONNIER VENTURES

”Innovationskraften växte under krisen”

TIDIGT UNDER VÅREN 2020 fick Bonnier Ventures lite överraskande ett bud från Storytel på ljudboksbolaget Kitab Sawti. Affären gick igenom under sommaren.

– Det var något vi jobbade med under våren och som blev en fin exit för oss, säger **Ulrika Saxon**, vd för Bonnier Ventures. I och med att byrånätverket Real Agency Group såldes tillbaka till grundarna senare under året har Bonnier Ventures verksamhet renodlats till startup-investeringar.

ÅRET HAR PRÄGLATS av ett starkt fokus på att hjälpa de bolag som redan fanns i portföljen.

– Vi har fått många frågor från entreprenörerna och hjälpt till med åtstramning, övervintring och nytt kapital som de behövt under den här tuffa tiden.

– Dessutom har vi investerat i nya bolag som Winningtemp och Future Ordering.

SAMTIDIGT HAR coronapandemin också drivit fram innovationer. Ett exempel är fertilitetsappen Natural Cycles som kunde användas för att spåra coronarelaterade symptom.

Trots turbulensen har tillväxten i några av bolagen varit stark. Det gäller förutom Natural Cycles särskilt Acast, Doktor.se och design- och marknadsplatsen Pamono.

– Vi har också utökat vårt investeringsmandat, vilket gör att vi kan följa med våra vinnare i portföljen i en senare fas när vi hunnit lära känna dem.

Bonnier Ventures har under året också knutit kontakter med fondpart-

ners i Berlin, London, New York och San Fransisco för att lättare kunna göra investeringar även utanför Norden.

DEN NYA governancemodellen har också inneburit positiva förändringar.

– Under året har vi fått nya styrelsemedlemmar och ett advisory board som bidrar med kompetens och stort investeringskunnande.

Mycket har även handlat om att försöka lyfta blicken och förstå vad som händer efter pandemin.

– Vi har just nu ett särskilt intresse för health tech, food tech, fin tech och green tech. Vidare fortsätter audio tech att vara ett spännande tillväxtområde, där vi redan har flera intressanta innehav.

Vi inleder 2021 med en väldigt intensiv pipeline av investeringsmöjligheter.

Brutto IRR* 22% Netto IRR 19%

*Internal Rate of Return, kapitalavkastningsränta

I Bonnier Ventures bolagsinnehav är

33%

av grundarna kvinnor.

Gröna biltvättsföretaget Woshapp använder mindre än

1 liter

vatten per tvätt. I en vanlig biltvätt används mer än 150 liter.

acast



Blok



FUTURE ORDERING

Heja

LAVENDLA BEGRAVNING & JURIDIK



PAMONO

PILLOXA



Storykit

SULAPAC

we are voice



WOSHAPP

Winningtemp

Ventures – hållbarhet

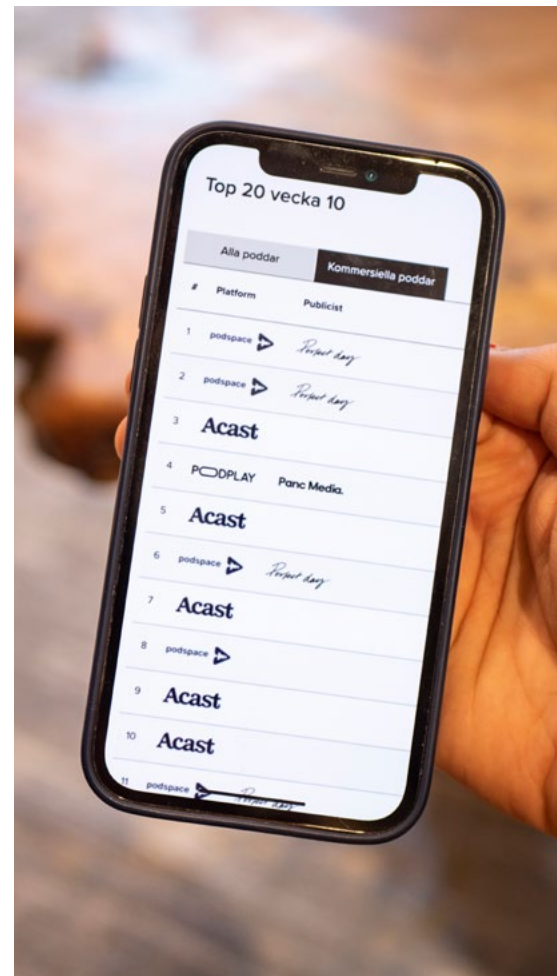
BONNIER VENTURES HAR SOM ambition att investera i hållbara bolag. Under 2020 har man bland annat satsat på bolagen Sulapac och Woshapp.

Sulapac grundades av två finska biokemister med målet att skapa ett hållbart alternativ till plast. Resultatet är ett komposterbart material, gjort enbart på förnybara råvaror och miljöcertifierat trä. Det kan ersätta plast i de flesta produktkategorier, bland annat i en av de stora miljöbovarna – sugrör. Sulapacs variant mjuknar inte på samma sätt som vissa papperssugrör, samtidigt som de bryts ner om de skulle hamna i naturen.

WOSHAPP ÄR EN HELT NY slags biltvätt där tvätten kommer till bilen i stället för tvärtom. Kunden beställer tjänsten via en app, sedan cyklar en medarbetare från Woshapp ut till kundens bil och tvättar den med hjälp av mikrofiberdukar och en särskild nanoformula i sprayflaska. Metoden sparar in 99 procent av det vatten som används vid en traditionell biltvätt, samtidigt som man garanterar att de skadliga ämnen i smutsen inte rinner ner i dagvattnet.



Johan Billgren, medgrundare och CPO på Acast. Foto: Freddie Boston



Investeringsansvarig på Ventures: ”Jämställda bolag presterar bättre”

BONNIER VENTURES jobbar medvetet med mångfald, och har valt att lyfta en fråga lite extra.

– Vi arbetar aktivt med jämställdhet mellan könen, både i vårt interna arbete och i de bolag vi investerar i, säger **Elisabet Ålander**, investeringsansvarig på Bonnier Ventures.

Varför har ni valt att satsa på just jämställdhet?

– Förutom att vi tycker att det borde vara en självklarhet i alla bolag så finns det också en ekonomisk aspekt. Forskning visar att en större jämställdhet

inom bolagen ökar lönsamheten, de presterar helt enkelt bättre. Så det var ett enkelt val.

Aktivt sökande

I dag startas en tredjedel av alla företag i Sverige av kvinnor. Samtidigt går 93 procent av allt riskkapital till bolag som grundats av män.

– Det här är självklart något vi i branschen har ett ansvar att förändra. Bonnier Ventures jobbar hårt för att hitta företag grundade av kvinnor att investera i.

Hur gör ni det?

– Vi träffar alla kvinnliga investerare som kontaktar oss och söker också själva mycket aktivt för att hitta start-ups grundade av kvinnor. Vi sponsrar och deltar också i flera branschinitiativ, bland annat eventet Female Founders som drivs av Di Digital. Något som också särskiljer Bonnier Ventures från andra VC-bolag är att vi har en jämn könsfördelning både i vårt interna investeringsteam och i vår styrelse.

I dag har 33 procent av bolagen som Bonnier Ventures investerat i minst en kvinna i grundarteamet.

– Eftersom det fortfarande är mindre än 50 procent så kan vi inte vara nöjda, men det är ändå mycket bättre än många andra riskkapitalisters portföljer. Och flera av de företag, grundade av kvinnor, som vi har investerat i går väldigt bra, bland annat Natural Cycles och Pamono.



Elisabet Ålander, investeringsansvarig på Bonnier Ventures. Foto: Calle Elf

Acasts medgrundare: ”Vi ställde om snabbt under pandemin”

I **BONNIER VENTURES** satsning på audio tech ingår bland annat Acast, All Ears och We Are Voice. **Johan Billgren**, medgrundare och CPO på Acast, har sett ett år med många förändringar och förändrade lyssnarmönster.

– Vi började året starkt med samma höga ambitioner som vanligt. Sen vändes ju världen upp och ner. Under mars och april såg vi en viss försiktighet från annonsörerna. Men tack vare att vi har en kultur och ett arbetssätt som på många sätt visade sig redan vara anpassade efter de nya förutsättningarna lyckades vi snabbt ställa om.

Acast, som är en global podcastplatt-

form, hittade nya betalande annonsörer inom segment som gynnades av hemarbete och nedstängningar och på det stora hela lyckades de otroligt bra med tanke på pandemin.

– Det blev så bra just tack vare snabbheten i organisationen, sett i backspejgeln blev året en riktig v-kurva.

Nya teman i topp

Också beteendet hos Acasts användare har förändrats mycket under 2020.

– Vi har sett ett mycket större lyssnande och även mönstret för hur och när våra användare lyssnar är annorlunda. Tidigare har vi sett tydliga toppar mor-

gon, eftermiddag och kväll, det vill säga kopplat till pendling. Nu är lyssnandet betydligt mer spritt över hela dagen.

Under året har även nya teman, där lyssnarna inhämtat nyheter och information, klättrat upp på topplistorna.

– Med pandemin och ett turbulent amerikanskt val så har kategorin News and politics stuckit ut extra mycket. Podcasts har länge gått lite under radarn när det gäller jämförelser med andra medier, men i år har vi sett att allt fler använder poddar som primär källa för att ta del av nyheter och annan samhällsinformation. Det mönstret hoppas vi så klart ska hålla i sig även efter 2020.



”Sprida, icke döma”

Albert Bonnier
1820–1900

Berättelsen om Sveriges första moderna förläggare

Albert Bonnier var bara 17 år när han började ge ut böcker. Den lika moderne som omstridde förläggaren, född i Köpenhamn och med familjerötter i Dresden, gav ut romaner av både svenska och utländska författare, av alla från August Strindberg och Selma Lagerlöf till Charles Dickens och Émile Zola. ”Hans liv visar att det som uppfattas som genuint svenskt ofta är en mosaik av impulser, fenomen och erfarenheter utifrån”, skriver Per T Ohlsson, författare till ”Albert Bonnier och hans tid” som gavs ut hösten 2020 i samband med 200-årsminnet av Albert Bonniers födelse.

NÅR SVENSKA POLITIKER då och då grips av nationalistisk yra, som under Almedalsveckan för några år sedan, dyker det ofta upp hänvisningar till vad som brukar benämnas en litterär kanon, det vill säga en förteckning över böcker som anses normerande för svensk kultur.

Kandidaterna framstår som självklara, till exempel August Strindbergs ”Hemsöborna”, Selma Lagerlöfs ”Nils Holgerssons underbara resa genom Sverige” och Vilhelm Mobergs utvandrarepos.

Men det är något som inte stämmer, något som skaver. För om det verkligen existerar en blågul kanon, så möjliggjordes den av en invandrad jude med familjerötter i Dresden, som hans far, Gerhard Bonnier, hade lämnat för den för judar mer toleranta miljön i Danmarks huvudstad Köpenhamn.

Denna omständighet speglar det bedrägliga med oreflekterad nationalism. För vad som framställs och kanske allmänt uppfattas som ”genuint svenskt” visar sig vid närmare betraktande bottna i en mosaik av impulser, fenomen och erfarenheter utifrån, det må sedan gälla litteratur, tekniska innovationer eller politiska idéer.

BERÄTTELSEN OM Albert Bonnier utgör en tydlig illustration av detta dynamiska växelspel mellan det yttre och det inre, mellan omvärld och nation. Tillsammans med sina bröder Adolf och Felix bar Albert Bonnier med sig en centraleuropeisk kulturtradition, förankrad i judiska erfarenheter, som skulle bidra till vitaliseringen av svensk litteratur och publicistik. I denna brödratrio blev Albert den i särklass mest framgångsrike, inställd på att inte upprepa de misstag som

hade underminerat faderns bokhandels- och förlagsverksamhet i Köpenhamn och tvingat fram en omstart på andra sidan Öresund.

I OKTOBER 2020 inföll tvåhundraårsminnet av Albert Bonniers födelse, början på ett långt och rikt liv som lade grunden till mycket av vår moderna offentlighet. Och utan honom är det svårt att föreställa sig det breda, publika genombrottet i Sverige för den genre han främst förknippas med: romanen. Knappt femton år gammal, i september 1835, anlände Albert Bonnier från Köpenhamn till Stockholm, där han skulle arbeta som biträde i storebror Adolfs boklåda i Gamla stan. Två år senare gav han ut sin första bok, en från franska översatt satir med titeln ”Bevis att Napoleon aldrig har existerat”. Det blev inledningen på en fantastisk resa.

NÅR ALBERT BONNIER gick ur tiden i juli år 1900 var han Sveriges främste förläggare av skönlitteratur.

Förlagets katalog framstår som en mindre encyklopedi över den svenska 1800-talslitteraturen: Viktor Rydberg, August Strindberg, Verner von Heidenstam, Oscar Levertin, Gustaf Fröding, Selma Lagerlöf med flera.

Inslaget av utländska författarnamn var, som sig bör, även det imponerande: Charles Dickens, Émile Zola, Lev Tolstoj. Men Albert Bonniers ambition var, nästan från första stund, att lyfta fram sitt nya hemlands litteratur. Ambitionen blev närmast pompöst övertydlig genom dedikationen i den litterära kalender, ”Svea”, som han började ge ut 1844 och sedan fortsatte att personligen redigera fram till sin död: ”Den ädla och högsinnade Svenska Nationen egnas detta försök till en folkläsnig af utgifvaren.”

Idén till kalendern, som vanvördigt uttryckt skulle fungera som testbana för litterära talanger, hade Albert fått under sin bildnings- och praktikresa till bokhandlare i Leipzig, Wien och Pest i början av 1840-talet. Utan att förringa sin judiska identitet eller sin danska bakgrund ville Albert Bonnier uppfattas och respekteras som svensk även i en tid då den lilla judiska minoriteten i det strängt lutheranska Sverige omgärdades av snäva restriktioner om allt från bosättningsort till giftermål.

I DE INOMJUDISKA diskussionerna, där bevarad särart ställdes mot assimilering, befann sig Albert Bonnier fullt och fast på den assimileringlinje som slutligen segrade när riksdagen i februari 1870 fattade sitt historiska beslut om judarnas medborgerliga emancipation. Redan 1847 höll han ett anförande inför sina trosfränder i föreningen Israelitiska Intressen, II, där han uppmanade dem att bygga relationer med ”De Christne”: ”Hvarje sådant vänskapsförhållande, är en större, en viktigare eröfring än om det skulle lyckas intaga hela Canaans land.”

DETTA BLEV EN FUNDAMENTAL princip i Albert Bonniers förläggargärning.

I en kaotisk och oreglerad bokbransch, där förbindelserna mellan författare och förlag var tämligen promiskuösa, var han först med att knyta varaktiga band och kontakter. Många av hans författare blev nära vänner till honom, bland dem Viktor Rydberg och finlandssvenske Zacharias Topelius, två av förlagets affischnamn. I ett patriarkalt tidevarv lade han sig vinn om att lyfta fram kvinnliga författare.

Denna kombination av litterär och social kompetens var huvudskälet till att Per I. Gedin försåg Albert Bonnier med det berättigade epitetet Sveriges

”Under några nervösa dagar såg det ut som om Albert Bonnier, i egenskap av boktryckare, skulle kunna hamna i fängelse”

”första moderna förläggare” i biografen över Alberts son och arvtagare Karl Otto Bonnier, ”Litteraturens ortagårdsmästare”.

MEN DERAS ÖNSKAN att bli assimilerade ledde till att bröderna Bonnier och andra judar blev föremål för hänfulla utfall i en tid med grasserande antisemitism. Det var en av anledningarna till att Albert hade svårt att personligen tåla August Strindberg, förlagets mest omsusade författare.

Periodvis var det nära en brytning mellan dem, vilket bland annat berodde på ironiskt nedlåtande formuleringar som dessa i Strindbergs ”Det nya riket”: ”Det finns icke något av den gamla världens folkslag, som omfattat den svenska nationen med sådan uppriktig och ihållande välvilja, man skulle kunna säga kärlek, som judarne, eller Moses, som de med sin vanliga humor älska att kalla sig.”

Sådana antisemitiska giftpilar från Strindberg lät Albert mestadels passera; Strindbergs obestridliga kvaliteter som författare kom i första hand. Ibland kan man rent av spåra ett drag av galghumor i Alberts reaktioner. Som när han läste manus till Strindbergs mustiga dikt ”Lokes smädelser”: ”Tidens gudar, som jag smädat, smäda vill jag än en gång!”

Albert vände sig till Karl Otto, som beundrade Strindberg gränslöst, och frågade om det inte borde stå ”Tidens judar”.

AUGUST STRINDBERG intar en central roll i berättelsen om Albert Bonnier. Det beror inte enbart på Strindbergs betydelse för förlagets utveckling eller på att den lynnige ”Titanen” gav sin förläggare vackrast tänkbara betyg: ”Jag tog Er, för att Ni var oräddast.” En annan förklaring till det besvärliga men ändå nästan symbiotiska förhållandet mellan Strindberg och Bonnier var dramatiska episoder som blivit en del av den svenska litteraturhistorien. Mest berömd är hädelseprocessen 1884 med anledning av Strindbergs novellsamling ”Giftas”, som innehöll en vidunderlig men för samtiden provocerande drift med nattvarden: ”Det oförskämda bedrägeriet som spelades med Högstedts Piccadon à 65 öre kannan och Lettströms majsoblater à 1 kr. skälp., vilka av prästen utgavos för att vara den för över 1800 år sedan avrättade folkuppviglaren Jesus av Nazarets kött och blod.”

Under några nervösa dagar såg det ut som om Albert Bonnier, i egenskap av boktryckare, skulle kunna hamna i fängelse, eftersom Strindberg, i självvald exil i Schweiz, gav oklara besked om han ämnade inställa sig i rådhusrätten i Stockholm och ta ansvaret. Till sist, efter ett blixtpbesök av Karl Otto i Schweiz, reste Strindberg hem – och friades.

Det var en oerhörd lättnad för Albert Bonnier, men vad han inte räknade med var att uppståndelsen kring ”Giftas” tände en pyrande eld under honom. Den skulle senare flamma upp i en rasande brand med inslag av jude-

”Läskunnigheten breddades och fördjupades och nya folkliga rörelser utmanade gamla konventioner”

hat. Albert Bonnier skulle aldrig bli sig riktigt lik efter upplevelsen. Det handlar emellertid inte om det omskrivna och skandalösa åtalet mot Gustaf Fröding och dennes diktsamling ”Stänk och flikar” från 1896, då Albert Bonnier återigen tvingades löpa gatlopp, jagad med uttryck som ”judgubben” och ”bordellpoetförläggaren”. Istället rör det sig om ett brutalt och lite förbisett mellanspel i den så kallade sedlighets-

debatten, en kokande moralpanik som delvis hade underblåsts av ”Giftas”. Den skulle, med Karl Otto Bonniers ord, ”tillfoga min far ett sår, så djupt, att det aldrig sedan kunde läkas”.

ANDRA HÄLFTEN av 1800-talet var en på många sätt omtumlande epok i ett länge stillastående Sverige. Ny teknik som järnvägar och telegrafi revolutionerade kommunikationerna, näringsfrihet infördes och ogifta kvinnor gavs möjlighet att bli myndiga. Representationsreformen blev en misräkning för mer radikala reformvänner, men den gjorde slut på ståndsriksdagen. Industrialisering och urbanisering började ta fart. Det var moderniserande förändringar som Albert Bonnier på olika sätt ville bistå i sin utgivning, från de första handböckerna för resande i Sverige till förlagets kassako, Handelskalendern, först redigerad av Rudolf Wall, Dagens Nyheters grundare.

LÄSKUNNIGHETEN BREDDADES och fördjupades och nya folkliga rörelser utmanade gamla konventioner och därmed också den oskarianska dubbelmoralen, vars vänner samlades kring värnet av den så kallade sedligheten.

Främst ungdomar ansågs stå under inflytande från en moraliskt tvivelaktig och samhällsomstörtande litteratur, som därför måste bekämpas. En särskild tidskrift med detta syfte, Sedlighetsvännen, började utkomma 1879. Udden var riktad mot ”sådan litteratur, som uppenbart måste leda till sedefördärf och dermed till samhällets olycka”.

Efter några ”osedliga incidenter” bland gymnasister i Stockholm framträdde prästen och kristendomslektorn John Personne i februari 1887 med en pamflett som väckte stor uppmärksamhet, ”Strindbergs-litteraturen och osedligheten bland skolungdomen”. Personne, senare biskop i Linköping, gick

till angrepp mot praktiskt taget hela den författargeneration som kallades ”Det unga Sverige” och det ”sedelösa skriftställer, hvilket grasserar ibland oss”.

DE GRÖVSTA PÅHOPPEN sparade Personne dock för Albert Bonnier, August Strindbergs förläggare. Albert beskyldes för att ge ut Strindbergs böcker i utbyte mot att den senare ”låter ’Moses’ vara i fred”: ”Förläggaren Bonnier har då gjort sig till martyr för juden Bonnier.” Personne fortsatte med att likna Albert vid ”en tjuvköpare eller bordellförestånderska”.

Albert Bonnier hade vid det laget varit ordförande i branschorganisationen Svenska Bokförläggareföreningen i nästan tio år, ett hedersuppdrag som bekräftade att han nått en aktad ställning. Personne betonade detta förhållande, vilket spädde på en växande konflikt i föreningen mellan Albert Bonnier och Norstedts direktör Gustaf Holm.

MOTSÄTTNINGARNA MELLAN Albert och Gustaf Holm hängde samman med deras diametralt olika syn på förlagsverksamhet. Alberts inställning var frisinnad och tolerant; han var livet igenom inspirerad av franska revolutionens upplysningssidéer. Han kunde dessutom vara oförblommerat kommersiell. Holm, chef för landets största förlag, var däremot en stockkonservativ jurist, fixerad vid föreställningar om litteraturens moraliska uppbygglighet. Han avskydde följaktligen den nya litteratur som John Personne attackerade.

Redan i början av 1880-talet hade Holm gjort en framstöt om en stadgeändring som skulle göra det möjligt att ur föreningen utesluta medlemmar som spred ”uppenbart osedligt eller eljest brottsligt innehåll”. Det hade avisats; Alberts mer tillåtande hållning var solitt förankrad i föreningen. Men efter Giftasprocessen ändrades opinionsläget. När Personne hade tänt brasan skred Gustaf Holm till verket.

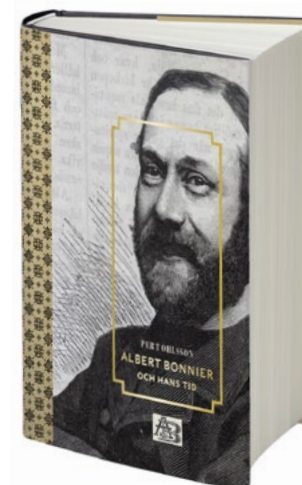
DEN 4 APRIL 1887 föredrogs en skrivelse, författad av Holm, vid Svenska Bokförläggareföreningens vårmöte:

”Då vi icke gilla de grundsatser, på hvilka föreningen är bygd, och då vi icke se oss i stånd att åstadkomma en förändring i den riktning, vi önska, se vi oss föranlåtna att nu ur föreningen träda.” Genom manövrerande i bakgrunden fick Holm med sig flera andra förläggare, däribland Alberts och Karl Ottos gode vän och trosfrände Hugo Geber. Bokförläggareföreningen hade sprängts.

Några veckor senare bildade Gustaf Holm och frondörerna en egen organisation, Nya Bokförläggareföreningen, vars stadgar slog fast att en medlem som utgav skrifter ”för tukt och sedlighet sårande” skulle kunna uteslutas.

Albert Bonniers första impuls var att omedelbart lämna ordförandeskapet, men efter vädjanden från förläggarevänner som stannat kvar hos honom i den ursprungliga föreningen valde han att dröja med sin avgång till september, då det hade förflutit jämt tio år sedan hans tillträde. Föreningarna återförenades inte förrän 1912.

DET VAR ETT SVÅRT SLAG för Albert Bonnier, men med tiden också en pyrrhusseger för den litterära riktning som Gustaf Holm företrädde: den framstår idag som repressiv och fantasilös. Kanhända går det också att i detta drama spåra vissa rötter till rivaliteten mellan



Boken ”Albert Bonnier och hans tid” författad av Per T. Ohlsson gavs ut hösten 2020 i samband med 200-årsminnet av Albert Bonniers födelse.

Sveriges två ledande förlagsfirmor, Bonniers och Norstedts.

MEN FRAMFÖR ALLT medverkade den kanonad av ovet och invektiv som Albert Bonnier utsattes för till en dämpning av hans en gång så frejdigt orädda entusiasm. Konservativa Stockholms Dagblad välkomnade Bokförläggareföreningens sprängning som en yttring ”af den sårade sedlighetskänslans själf försvar”: ”Herr Strindberg har skrivit, herr Albert Bonnier har utgifvit och Sveriges publik har med nyfikenhet mottagit den ena volymen efter den andra af detta nya evangelium, som egentligen består i utplånande af de tio budorden.”

Albert Bonnier drog sig för att offentligt åberopa sin ”konfession”, det uttryck han brukade använda om sin judiska tillhörighet, men när det gällde bakgrunden till konflikten var han tydlig i sina privata kontakter. Till vännen, litteraturkritikern och trosfränden Karl Warburg skrev han: ”Att bl. andra snygga motiv äfven judehat och afund varit med är otvivelaktigt.”

Det gjorde speciellt intryck på Albert Bonnier att Zacharias Topelius, med åren allt mer reaktionär, var kritisk till förlagets utgivning och särskilt förbindelsen med Strindberg. En bekymrad Albert skrev till Topelius och bedyrade att han ”blifvit försigtigare (...) ty jag vill på intet vis riskera att förlora en så gammal och värderad vänskap som din”.

ALBERTS SON KARL OTTO, som mot slutet av 1800-talet tog mer aktiv del i förlagets skötsel, var i sina minnen kritisk till vad han uppfattade som faderns ”undfallande” reaktion. Må så vara. Men Albert Bonnier höll fast vid sin publicistiska grundidé – sprida, icke döma – även när det just hade stormat som mest kring honom i sedlighetsfrågan.

I ett brev till Topelius vid årsskiftet 1887–1888 avgav han ett slags programförklaring, intrikat vänlig men stursk i tonen. Budskapet kan sammanfattas Albert Bonniers gärning: ”En förläggare – synnerligen af den gren,



som betecknas med ordet skönlitteratur – kan och bör väl dock ej heller tillmätas obetingad rätt att sjelf alltid sätta sig till doms och utöfva censur – ty hvem ger oss absolut visshet att somligt som vi idag klandra, ogilla eller fördöma äfven af en framtid skall bedömas annorlunda.”

Genom den inställningen hos en hårt prövad judisk invandrare skapades alltså väsentliga delar av det som twittande partiledare numera envisas med att kalla Sveriges litterära kanon. Möjligen är det en liten detalj värd att reflektera över så här tvåhundra år efter Albert Bonniers födelse.

Per T Ohlsson

Författare, journalist, Senior Columnist
i Sydsvenskan samt hedersdoktor vid
humanistiska fakulteten, Lunds universitet.

Artikeln är tidigare publicerad
i Dagens Nyheter i september 2020.



*”Jag tog Er, för att
Ni var oräddast.”*

August Strindberg 1884 i ett brev till
sin förläggare Albert Bonnier



*Interiörer från Albert
Bonniers förlag strax
efter sekelskiftet 1900.*



Betty och Albert
med barnen.

Investeringsverksamheter

BONNIER GROUP innehar olika typer av investeringar, dels helägda bolag, dels placeringar i form av aktier och fonder samt placeringar av överlikviditet. Bonnier Skog äger och förvaltar skogsfastigheter i Dalsland som omfattar cirka 3 500 hektar.

CLIO är ett bolag som säljer digitala läromedel för grundskolan. Kursmaterial levereras via en egenutvecklad plattform anpassad för att användas både i klassrum och för distansundervisning. Clio är idag marknadsledare i både Danmark och Sverige.

BONINVEST äger noterade svenska aktier och har investeringar i private equ-

ity, venture capital och hedgefonder. Delar av innehaven förvaltas i egen regi, medan externa förvaltare svarar för investeringar i mer nischade tillgångar. Utöver placeringar i Boninvest och Bonnier Ventures har Bonnier Group under året investerat i onoterade aktier och fonder, till exempel Klarna, InFarm och Messagebird.

Under 2020 tecknades avtal att avyttra det 30 procentiga innehavet i Bishode och aktierna frånträdde i januari 2021. Delar av Bonnier Groups överlikviditet placeras i företagscertifikat och företagsobligationer.

Rörelseresultatet för Bonniers verksamheter mer än tredubblades 2020

Bonniers rörelseresultat har utvecklats på ett sätt som överträffar förväntningarna det speciella året 2020. EBITA förbättras med 1 miljard SEK för jämförbara enheter till 1,4 miljarder med oförändrad intäktsnivå. Det operativa kassaflödet förbättras med 1,7 miljarder till 2 miljarder. Koncernen är nu skuldfri.

Bonnier Groups vd Erik Haegerstrand:

”Vår arbetsform sedan några år med starka och mer självständiga bolag har visat sig framgångsrik med lönsamhetsförbättringar på bred front. Snabba anpassningar till årets utmaningar imponerar och efterfrågan på journalistik och berättelser, inte minst i digitala format, inger tillförsikt. Starka finanser ger förutsättningar för framtida investeringar.”

BONNIER BOOKS PRESTERAR ett mycket starkt 2020. Omsättningen uppgår till 6,1 (5,8) miljarder SEK, där ökningen i huvudsak är hänförlig förlagsverksamheten samt ljud- och e-bokstjänsten BookBeat. Året karaktäriseras av ett förbättrat EBITA som uppgår till 392 (250) MSEK och ett motsvarande operativt fritt kassaflöde, trots ökade marknadsinvesteringar i BookBeat. Under ett pandemipräglat år är det förlagsledet som står särskilt starkt och når en EBITA-marginal om över 12 procent förklarad av ökade marknadsandelar, accelererad försäljning av digitala format samt genomgående omkostnadsreduceringar.

I förlagsledet når verksamheterna i Tyskland nya toppnoteringar med sin högsta omsättning och sitt bästa resultat någonsin. Även Werner Söderström i Finland når ett rekordresultat och svenska Bonnierförlagen ökar mot föregående år och belönas litterärt bland annat med Augustipriset. I den brittiska verksamheten redovisas ett positivt resultat trots kraftiga nedstängningar av samhället till följd av pandemin. Det hälftenägda Cappelen Damm i Norge presenterar ett stabilt resultat där framför allt allmänlitteratur och utbildning ser en positiv utveckling medan den under året avyttrade bokhandelskedjan Tanum fortsatt visar förlust. Naturligt slår effekterna av pandemin hårdast mot en redan utsatt fysisk detaljhandel där Pocketshops omsättning viker markant. Även Akademiska Bokhandeln i Finland lider försäljningsmässigt men lyckas förbättra resultatet mot föregående år.

Under året lanserar Bonnier Books ett omfattande hållbarhetsarbete med högt ställda klimatmål, etablerar en ny förlagsverksamhet i Danmark, förvärvar Strawberry Publishing i Sverige och Danmark. Ett stort investeringsfokus ligger liksom föregående år på BookBeat som bibehåller sin planerliga tillväxttakt såväl omsättnings- som abonnentmässigt, och marknadsnärvaron utökas till Danmark och Polen. Antalet betalande medlemmar för tjänsten uppgår vid årets slut till drygt 420 000, en ökning med 167 000.

BONNIER NEWS OMSÄTTNING för 2020 uppgår till 7,7 (7,6) miljarder SEK,

varav nytillkomna Hall Media utgör 280 MSEK. EBITA uppgår till 647 (211) MSEK, där Hall Media svarar för 3 MSEK.

Coronapandemin har negativ påverkan på verksamheten under 2020, och drabbar framför allt annonsintäkter, lösnummerförsäljning och event- och utbildningsverksamheterna. Totalt tappar Bonnier News Sverige 22 procent av annonsintäkterna och 12 procent av lösnummerförsäljningen jämfört med föregående år. En del av minskningen i annonsintäkter hanteras genom lägre kostnader i annonsverksamheten, vilket medför att bidragsmarginalen i annonsaffären upprätthålls.

Samtidigt medför coronapandemin en ökad takt i digitaliseringen, vilket har en positiv påverkan på den prenumererade läsareffären. Totala antalet prenumeranter ökar med 7 procent mot föregående år, drivet av en ökning inom de digitala produkterna som ökar med 26 procent.

Under 2020 fortsätter verksamheten driva den digitala transformationen, vilket innebär fortsatta satsningar på den tekniska plattformen och minskade kostnader för bland annat tryck och distribution. Kostnadsminskningar drivs framför allt av effektiviseringar.

Bonnier News fortsätter minska kostnadsbasen i nyförvärvade och nyligen integrerade verksamheter, såsom MittMedia, Hall Media och Bonnier Magazines & Brands. Både MittMedia och Hall Media vänder under 2020 till tillväxt i antal prenumeranter och vinst efter flera år av minskande upplagor och förluster.

Den internationella B2B-verksamheten påverkas av coronapandemin på liknande sätt som den svenska. Healthcare-verksamheten dock inte i samma utsträckning som Media & Services-verksamheten, tack vare hög aktivitet i hälsovårdssektorn. Kostnadsbesparingsåtgärder som initieras under våren medför att resultatet från verksamheten kan bibehållas i nivå med fjolåret, trots minskade intäkter.

Under 2020 utökas tillfälligt de statliga stöden för allmänna nyhetsmedier i Sve-

rige till följd av de stora intäktstappen från coronapandemin. Lokaltidningstitlarna är de huvudsakliga mottagarna av stöden, medan Dagens Nyheter och Dagens industri avstår.

Under året genomförs tre förvärv: Hall Media som är en lokal utgivare i sydöstra Sverige, Estate Media en norsk/dansk verksamhet inom fastighetsmedia samt Hakon Media med fokus på detaljhandel.

BONNIER FASTIGHETER REDOVISAR ett stabilt resultat för år 2020. Omsättningen ökar till 740 (712) MSEK med en EBITA om 506 (474) MSEK. Positiva värdeförändringar på fastigheter uppgår till 703 (824) MSEK, varav 219 MSEK realiserade. Marknadsvärdet på fastigheterna bedöms vid utgången av året till 14 miljarder SEK. Bonnier Fastigheters finansiella ställning är fortsatt mycket god, med en belåningsgrad om 21 (25) procent.

Bonnier Fastigheter fortsätter att växa i Uppsala och förvärvar det centralt belägna kvarteret Kvarngärdet 27:2, ”Cykel fabriken”, som kompletterar bolagets befintliga fastighetsinnehav i staden. Under året avyttras industrifastigheten Vanda 3 i Akalla.

Bonnier Fastigheter har ett fortsatt stort fokus på egen projekt- och fastighetsutveckling. Under året påbörjas bland annat Bonnier Fastigheters första nybyggnadsprojekt i Uppsala – Munin NXT. Projektet omfattar 3 600 kvm kontor i södra delen av city och väntas bli inflyttningsklart till sommaren 2022.

Bonnier Fastigheter planerar för flera projekt i Värtahamnen och kan nu ta nästa steg i utvecklingen av dessa då stadsbyggnadsnämnden i slutet av året godkännt den första nya detaljplanen för stadsutvecklingen där.

Verksamheten i HållBo AB som ägs tillsammans med ByggVesta, utvecklas enligt plan. Två ytterligare bostadsfastigheter förvärvas under året och HållBo AB äger nu totalt 307 lägenheter. Därtill startas bolagets första gemensamma nybyggnadsprojekt i Barkarbystaden, omfattande totalt 260 lägenheter där projektet beräknas färdigställt under våren/sommaren 2022.

BONNIER VENTURES FOKUSERAR på minoritetsinvesteringar i digitala snabbväxande startups. Bolagen har stor närvaro i Norden och en ambition att växa globalt. Innehaven i dessa företag värderas till över 900 MSEK i slutet av 2020. Sedan starten 2014 har investeringarna haft en genomsnittlig värdeökning om 22 procent per år före förvaltningskostnader och 19 procent efter förvaltningskostnader.

Under 2020 investerar Bonnier Ventures 78 MSEK i existerande portföljbolag, främst i Acast och Doktor.se. I tillägg görs tre nyinvesteringar om totalt 65 MSEK – We Are Voice, digital körapp, Winningtemp, plattform för att stärka medarbetares välmående och engagemang och Future Ordering, molntjänst för restaurangbeställningar. I och med försäljningen av byrånätverket Real Agency Group har Bonnier Ventures verksamhet renodlats till startup-investeringar. Bonnier Ventures avyttrar även under året innehaven i Abios, Kitab Sawti samt ingår avtal att sälja alla aktier i Refunder.

SF STUDIOS PÅVERKAS hårt av pandemin, vilket får konsekvenser för resultatet. EBITA uppgår till 20 (36) MSEK. Verksamheten drabbas av restriktioner främst kopplade till biografier vilket påverkar möjligheten att lansera film. De främsta titlarna som distribueras under året är Tenet och Greenland. Omsättningen av fysiska produkter som dvd och Blu-ray ökar jämfört med 2019, vilket främst beror på att SF Studios nu även distribuerar Warners titlar. Under året har avtal slutits med de amerikanska filmbolagen Sony och Universal för distribution av fysiska produkter i Norden och Baltikum.

Produktionsverksamheten har hög aktivitet och under året har samarbetet med Netflix utökats och FLX samarbetar med nya partnern discovery+. Starka titlar som produceras under året, trots utmaningar och anpassningar till pandemin, är exempelvis Utvandrarna, Sagan om Karl-Bertil Jonssons julafton och den danska produktionen Margrete den första, och även tv-serier som Badehotellet i Danmark och Snabba cash för Netflix i Sverige. Under året levereras den första internationella produktionen, Horizon

Line. Delägda FLX levererar sitt bästa år hittills, där det främst är den stora efterfrågan på tv- och streamingproduktioner som påverkar. Streamingtjänsten SF Anytime utvecklas starkt.

ADLIBRISGRUPPEN gör en stor lönsamhetsförbättring under 2020. Omsättningen uppgår till 2,7 miljarder SEK, vilket är en ökning med 19 procent jämfört med föregående år. Bokförsäljningen ökar med 22 procent och drivs främst av privatkunders ökade digitala inköp i samband med pandemin samt ökad satsning på marknadsföring i digitala kanaler.

Även försäljningen av andra artiklar än böcker ökar under året med 4 procent där garn, sällskapsspel och pussel på Adlibris-sajterna, trädgårdsprodukter på Odlanu och gåvokort via Morot & Co utmärker sig. EBITA för året uppgår till 50 MSEK, vilket är en förbättring med 267 MSEK jämfört med 2019 och förklarar främst av en högre försäljning, förstärkt marginal, lageroptimering och effektivare logistikkedja.

I december 2020 förvärvas Campusbokhandeln som erbjuder begagnad och ny kurslitteratur via e-handel och på campusområden i Sverige.

BONNIER PUBLICATIONS, LEDANDE nordisk utgivare av specialmedia, redovisar en EBITA om 86 MSEK, vilket är lägre än föregående års 142 MSEK. En fortsatt hög lönsamhet i traditionell tryckt media möjliggör en högre nivå för investeringar i digitala produkter. En omorganisation medför kostnadsbesparingar redan från år 2021 som bas för ett än mer fokuserat arbete. EBITA-marginalen uppgår till 8 procent jämfört med 12 procent föregående år. Efterfrågan på tryckt media minskar vilket påverkar marknaden för magasin. Omsättningen för Bonnier Publications uppgår till 1,1 (1,2) miljarder SEK för år 2020.

Under året lanseras ytterligare ett varumärke – Gör det själv – i digital utgåva och arbetet med digitala utgåvor av magasinstitlarna fortsätter. Även om pandemin påverkar årets resultat negativt har krisen också visat att det finns ett intresse och en betalningsvilja för den typen av digital kvalitetsjournalistik

som Bonnier Publications erbjuder.

ÖVRIGT OMFATTAR DELS ett antal mindre verksamheter som Bonnier Skog, Clio och Bonnier Corporation, dels koncerngemensamma aktiviteter och funktioner. Kostnaderna för centrala funktioner fortsätter att reduceras, under 2020 med cirka 250 MSEK jämfört med föregående år.

Delar av verksamheten inom Bonnier Corporation, titlar med utgivning i New York och Kalifornien, avyttras under året.

Avtal tecknas om avyttring av Bonnier Groups 30 procentiga innehav i Bisnode till Dun & Bradstreet, vilket genererar en vinst om 1,2 miljarder SEK. Investeringar i fonder och tillväxtbolag som Klarna, Infarm och MessageBird om cirka 300 MSEK görs under 2020.

Pensionsskulder amorteras med 1,4 miljarder SEK under året och uppgår till 0,6 vid årets slut. Nettoskulden uppgår till 0 (1,2) miljarder SEK och inkluderar redovisningsmässig skuld hänförlig till hyrda lokaler om 1,4 miljarder SEK.

NETTOOMSÄTTNING PER BOLAG [MSEK]	2020	2019
Bonnier Books	6 112	5 770
Bonnier News	7 655	7 582
Bonnier Fastigheter	740	712
Bonnier Ventures	197	386
SF Studios	1 876	1 899
Adlibris	2 705	2 282
Bonnier Publications	1 080	1 208
Övrigt och elimineringsar	406	833
Bonnier Group totalt	20 771	20 671

OPERATIVT RESULTAT (EBITA) PER BOLAG [MSEK]	2020	2019
Bonnier Books	392	250
Bonnier News	647	211
Bonnier Fastigheter	506	474
Bonnier Ventures	-35	-6
SF Studios	20	36
Adlibris	50	-217
Bonnier Publications	86	142
Övrigt och elimineringsar	-234	-486
Bonnier Group totalt	1 432	402

RESULTATRÄKNING, BONNIER GROUP [MSEK]	2020	2019
Nettoomsättning	20 771	20 671
EBITA	1 432	402
EBIT	2 325	3 697
Finansnetto	1 240	180
Resultat före skatt	3 565	3 816
Årets resultat	3 338	4 221

BALANSRÄKNING, BONNIER GROUP [MSEK]	2020	2019
Goodwill	2 793	2 576
Byggnader och mark	15 444	15 052
Materiella och immateriella anläggningstillgångar	1 342	1 575
Film- och programrättigheter	389	379
Working Capital	-2 778	-2 037
Övrigt	3 483	1 408
Operativt kapital	20 673	18 953
Nettoskuld	32	1 232
Eget kapital inklusive minoritet	20 640	17 721
Finansiering av operativt kapital	20 673	18 953

Jämförelseåret 2019 avser jämförbara enheter och exkluderar Bonnier Broadcasting

Styrelse

Hösten 2018 ändrades styrningen inom Bonnier med självständiga bolag och tydligare fokus på lönsamhet och tillväxt. Bonnier Group renodlades som ägarbolag till de operativa bolagen, bland annat Fastigheter, Boninvest och Ventures, till de medierelaterade verksamheterna i Books, News, SF Studios, Publications och Adlibris. Bonnier Group fick en ny styrelse med **Bengt Braun** som ordförande och **Erik Haegerstrand** som vd.

BENGT BRAUN, STYRELSEORDFÖRANDE

Kom till börsnoterade Tidnings AB Marieberg som vd 1989, efter två decennier inom Procter & Gamble, varav halva tiden internationellt. Var 1998 och fram till 2008 vd och koncernchef i Bonnier, efter Bonnierföretagens förvärv av Marieberg. Bengt sitter i dag också bland annat i styrelserna för Storskogen AB och Mertzig Asset Management AB.

GUN NILSSON, STYRELSELEDAMOT

Vd för Melker Schörling AB sedan 2017. Innan dess hade Gun en karriär som finanschef på börsbolag som Sanitec och Duni samt var vd för Gambro Holding. Sina operativa roller har hon kombinerat med tunga styrelseposter. Är i dag ordförande i Hexagon och styrelseledamot i AAK, Hexpol, Einar Mattsson och Kollegiet för svensk bolagsstyrning.

ULRIKA AF BURÉN, STYRELSELEDAMOT

Ulrika af Burén är Managing Director på Patricia Industries, en del av Investor AB. Hon var tidigare Head of Group M&A strategy på SEB och har haft liknande positioner i AFRY, Saab och Gambro. Styrelseledamot i Vectura och Synchron. Hon har även varit styrelseledamot i Wallenbergstiftelsens kapitalförvaltningsbolag FAM.

ERIK ENGSTRÖM, STYRELSELEDAMOT

Sedan 2009 vd för RELX Group, informations- och analysföretag, som om-sätter runt 90 miljarder SEK och är noterat på börserna i London, New York och Amsterdam. Erik har tidigare bland annat varit operativ chef för Random House, världens största engelskspråkiga bokförlag, och varit aktiv inom private equity.

JENS MÜFFELMANN, STYRELSELEDAMOT

Investerare bosatt i New York. Var digitalchef på Axel Springer då de digitala intäkterna växte från 30 miljoner till 2 miljarder dollar; sedan vd för Axel Springer Digital Ventures och nyckelperson bakom bolagets utveckling till Europas ledande digitala medieaktör. Styrelseordförande i Bonnier Ventures och Bonnier Corporation.

ANDERS FORSSTRÖM, STYRELSELEDAMOT OCH PERSONALREPRESENTANT

Anders har arbetat som bland annat bostads-, krim- och ekonomireporter på Dagens Nyheter sedan 1993. Är ordförande i Dagens Nyheters journalistklubb sedan 2011 och personalrepresentant i Dagens Nyheters och Bonnier News styrelser.

FELIX BONNIER, STYRELSELEDAMOT

Är i dag chef inom analys och affärsutveckling på Hennes & Mauritz där han har arbetat sedan 2009, bland annat som försäljningschef i Sydkorea. Han har en magisterexamen från Handelshögskolan, och är styrelseledamot i Bonniers Konsthall.

PEDER BONNIER, STYRELSELEDAMOT

Medgrundare och tidigare vd för den stilbildande digitala och datadrivna publicisten KIT. Är nu vd och medgrundare för snabbväxande videoplattformen Storykit. Peder har även varit digitalchef för Bonnier Tidskrifter. Han har en kandidatexamen i ekonomi från London School of Economics och en MBA från Stanford Graduate School of Business.

MARTIN HARRIS, STYRELSELEDAMOT OCH PERSONALREPRESENTANT

Säljare på Bonnierförlagen med inriktning på specialsälj och affärsutveckling samt redaktör/projektledare för vissa barnböcker på Bonnier Carlsen. Han har lång erfarenhet av fackliga uppdrag och är personalrepresentant även i Bonnier Books styrelse.



Bengt Braun



Erik Engström



Felix Bonnier



Gun Nilsson



Jens Müffelmann



Peder Bonnier



Ulrika af Burén



Anders Forsström



Martin Harris

Foto: Peter Jönsson



Ylva Lindgren, Emelie Rosén



Emanuel Karlsten



Jacob Hård

Foto: Pontus Englund, Monster/Paal Wilhelm Næsset



Johanna Bäckström Lerneby



Henrik Evertsson



Ida Idaida



Fathia Mohidin

Foto: Christofer Dracke och John Guthed

Prestigepriset som hyllar journalistiken

När Bonnier instiftade Stora Journalistpriset var det inte många som anade att det drygt 50 år senare skulle vara viktigare än någonsin. I dag är priset en institution i mediebranschen och ett sätt att hylla den bästa journalistiken.

Bonnier delade ut Stora Journalistpriset för första gången 1966. Det är det mest prestigefyllda priset i den svenska mediebranschen, inte minst idag när det är viktigare än någonsin att lyfta fram goda exempel på oberoende kvalitetsjournalistik. Mediebranschen utmanas inte bara av partiska och sociala medier, utan också av maktbärande som, när de granskas, gömmer sig bakom "fake news"-begreppet.

Stora Journalistpriset är indelat i fem kategorier: Årets berättare, Årets för-

nyare, Årets röst, Årets avslöjande och Lukas Bonnier Stora Journalistpris.

Jury hade mycket att välja på Bonnier är instiftare av och möjliggör priset, men det är juryn som utser vinnarna. Den består av tolv ordinarie ledamöter och tre suppleanter.

Trots att mediebranschen ibland utmålas som en krisbransch hade juryn mycket att välja på när 2020 års bästa journalistik skulle utses.

Pristagarna har granskat allt från varför Estonia sjönk till vad som sker under ytan i gamingvärlden. Eller vad som händer när en familj styr en hel stadsdel, vilket är vad **Johanna Bäckström Lerneby** skriver om i sin reportagebok *Familjen*. För den fick hon Stora Journalistpriset i kategorin Årets röst.

Ur juryns motivering:

"Med mod och integritet har hon fått oss alla att föra ett nödvändigt samtal om släktbandens roll i den grova kriminaliteten."

Vinnare av Stora Journalistpriset 2020 Årets berättare:

Emelie Rosén och **Ylva Lindgren**, Sveriges Radio.

Årets förnyare:

Emanuel Karlsten, frilans.

Årets avslöjande:

Henrik Evertsson, frilans.

Årets röst:

Johanna Bäckström Lerneby, SVT
Lukas Bonniers Stora Journalistpris:

Jacob Hård, SVT.

Rummet där konsten får kraft att tolka samtiden

Sedan Bonniers Konsthall öppnade dörrarna 2006 har den förutsättningslöst gett rum åt samtidskonsten och konstnärers arbete. Dialogen med konstnärerna ger verksamheten och huset sin egen nerv, och konstens arbetsmetoder står i centrum för konsthallens verksamhet.

2020 präglades av coronaviruset, men trots det kunde Bonniers Konsthall presentera flera uppmärksammade utställningar. Året inleddes med *Träden står ljus gröna* som blev en favorit bland konsthallens besökare och slog nytt publikrekord. Genom att sedan ställa om verksamheten kunde **Éva Mags** utställning *Det finns en plan för det här varsam* öppna i slutet av april. Utställningen fick stor uppmärksamhet och älskades av recensenterna som tyckte att den på många sätt fångade det vi var med om under våren. Samma aktualitet fanns

också i höstens stora utställning *Sorgearbete* som visade verk som uppkommit i eller ur ett sorgearbete. Under året utvecklades Bonniers Konsthalls digitala närvaro och en ny publik fick möjlighet att del av allt ifrån livevisningar i form av "5 min konst" till längre fördjupande konstnärssamtal.

Hittills största stipendiatutställningen Konsthallen har sitt ursprung i Maria Bonnier Dahlins stiftelse som grundades 1985 av **Jeanette Bonnier** till minne av dottern **Maria** och som varje år delar ut stipendier till unga svenska konstnärer. Arbetet med och utvecklandet av stipendiet drivs av Marias kusin, styrelseordföranden **Christel Engelbert**. 2020 års stipendiater är **Ida Idaida** och **Fathia Mohidin** som förutom att de tog emot 100 000 kronor var visade sina verk i den hittills största stipendiatutställningen på konsthallen.

– Maria Bonnier Dahlins stipendium har under de senaste trettio åren utvecklats till ett av de viktigaste för unga svenska konstnärer, säger **Theodor Ringborg**, konstnärlig ledare för Bonniers Konsthall.

– Det känns därför naturligt att även låta utställningen växa i skala och att den nu får ta hela konsthallen i besittning. Ett fortsatt engagemang i det lokala kulturlivet och unga konstutövare är dessutom särskilt viktigt just nu med tanke på den kris svenskt kulturliv går igenom.

– Större delen av min karriär har handlat om att skapa förutsättningar för konstnärligt arbete. Samtidskonsten står inför en rad utmaningar i ett förändrat landskap. Hur Bonniers Konsthall tar sig an dessa blir min främsta uppgift, säger **Ellen Wettmark**, ny verksamhetschef för Bonniers Konsthall.

Så vill Bonnier bidra till ett hållbart samhälle

DET ÄR GENOM ATT bidra till att göra samhällen öppnare och intressantare som Bonnier kan göra störst avtryck inom hållbarhet.

Som ett familjeägt bolag med en mer än 200-årig historia är långsiktighet en utgångspunkt för hur vi driver våra verksamheter. Vi har ett ansvar för den påverkan vi har på omvärlden, och vi vill vara en positiv kraft i de samhällen där vi finns.

VI VILL BIDRA TILL ETT HÅLLBART SAMHÄLLE. Världen står inför stora utmaningar kopplade till bland annat hälsa, jämlikhet och klimatförändringar. FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling visar vägen framåt avseende de tre dimensionerna av hållbar utveckling: den ekonomiska, sociala och miljömässiga.

Givet vår traditionella kärnverksamhet känner vi dessutom ett särskilt ansvar att göra våra samhällen öppnare, intressantare, roligare och mer välinformerade. Det är där Bonnier kan göra störst nytta inom hållbarhet.

Vi har identifierat fem områden som är centrala i Bonniers arbete med hållbarhet och långsiktig samhällsnytta.

Det första området pekar på en unik skyldighet för Bonnier. Vi har burit frågan med oss under hela bolagets historia, men den har under de senaste åren blivit ännu viktigare och mer uppmärksammasad.

YTTRANDEFRIHET. Bonnier ska vara en ledande aktör för en vidsträckt yttrandefrihet och för fria medier. Yttrandefrihet och högt i tak ska även prägla våra interna företagskulturer.

De andra fyra områdena delar vi med de flesta framåtlutade bolag.

MILJÖ- OCH RESURSEFFEKTIVITET. Även om Bonniers miljöpåverkan är relativt begränsad och varierar mellan de olika verksamheterna ska vi arbeta för att minska vår direkta påverkan där det är relevant i vår värdekedja.

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.

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.

GOVERNANCE. Som ett familjeägt bolag är vi måna om att våra verksamheter bedrivs på ett långsiktigt sätt, med förankrade etiska riktlinjer och fungerande larmsystem om riktlinjerna skulle brytas.

Vi ser öppna samhällen och det fria ordet som avgörande hållbarhetsfrågor. Där har Bonnier stora möjligheter att göra skillnad. Där gör vi också störst avtryck.





Redaktör och projektledare
Magnus Janson

Biträdande projektledare
Elin Eriksson

Korrektur
Anders Hvidfeldt

Produktion
Bonnier News Brand Studio

Foto
Ida Borg, John Guthed, Peter Jönsson

Bonnier Group
113 90 Stockholm
Tel. 08-736 40 00
www.bonnier.com



www.bonnier.com