

BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämma hålls torsdagen den 17 maj 2001, klockan 09.30 på Gamla Stans Bryggeri, Tullhus 2 på Skeppsbrokajen, Stockholm.

Aktieägare som önskar delta i bolagsstämman ska dels vara införda i den av Värdepapperscentralen, VPC, förda bolagsstämмоaktieboken, registreringen hos VPC ska vara verkställd senast måndagen den 7 maj 2001 för att kunna ingå i den aktiebok som VPC ombesörjer, dels hos bolaget anmäla sin önskan om deltagande senast måndagen den 14 maj 2001, klockan 13.00. Vid anmälan måste följande anges: aktieägarens namn, personnummer (organisationsnummer), adress och telefonnummer eventuella biträden. Anmälan ska ske via MTGs webbsida, www.mtg.se, eller fax nummer 08-20 50 74 eller telefon 08-562 000 50 eller under adress

Modern Times Group MTG AB
Box 2094
SE-103 13 Stockholm

KALENDARIUM

Kvartalsrapport 1	25 april
Bolagsstämma	17 maj
Kvartalsrapport 2	6 augusti
Kvartalsrapport 3	24 oktober
Bokslutskommuniké 2001	februari 2002

INNEHÅLL

VDs kommentar	2	Årsredovisning	51
Koncernöversikt	4	Förvaltningsberättelse	52
Året som gått	6	Koncernens resultaträkning	53
Åren som gått	7	Koncernens balansräkning	54
Styrelsen	8	Koncernens kassaflödesanalys	56
Företagsledningen	10	Moderbolagets resultaträkning	57
Ekonomisk översikt	12	Moderbolagets balansräkning	58
Viasat Broadcasting	13	Moderbolagets kassaflödesanalys	60
New Media	23	Noter	61
MTG Radio	27	Revisionsberättelse	77
Publishing	31	Adresser	78
Modern Interactive	35		
SDI Media	39		
Modern Studios	43		
MTG i fem år	47		
MTG-aktien	48		
Analytikerlista	50		

VDS KOMMENTAR

Det enklaste för ett mediebolag hade varit att ha dem som tema på omslaget redan på den första årsredovisningen när MTG blev ett självständigt börsbolag för fyra år sedan. Men vi har valt att vänta till nu med mediebranschens mest publika ansikten — stjärnorna.

Efter att i tur och ordning ha hyllat entreprenörerna som skapade MTG, säljarna som representerar våra intäkter, samt våra kunder i form av läsare, lyssnare, tittare och köpare, är det dags för branschens mest exponerade kategori.

MTG, som för 13 år sedan bröt statsmonopolen och startade de första kommersiella TV-kanalerna i Skandinavien, har bidragit till att begreppet TV-stjärna fått en bredare betydelse. Jag tänker på dokusåpan "Baren", en originalidé av vårt produktionsbolag Strix Television. När "Baren" hade premiär på TV3 i Sverige och på den svenska delen av Internetportalen Everyday.com våren 2000, var det världens första helt interaktiva dokusåpa.

När de första tio deltagarna kom till sändningsstarten var de helt okända för de flesta. Det skulle snabbt ändras. Deltagarna fick stjärnstatus. Våra stjärnor är alltså inte längre enbart programledarna i TV och radio, eller huvudrollsinnehavarna i inköpta TV-serier. "Baren" är det mest tydliga beviset på att vi lyckats med vår strategi att skapa format för såväl TV som Internet och andra interaktiva medier för en global marknad.

Före utgången av år 2000 hade "Baren" exporterats till Norge, Danmark, Australien, Italien, Portugal, Argentina och Tyskland. I dessa länder föds nya stjärnor.

"Baren" var en del av det händelserika 2000. Det började med en dramatisk expansion av Metro-konceptet. Under årets första månad lanserades Metro på fyra nya platser och för första gången i Nord- och Sydamerika. Det ledde fram till det naturliga beslutet av den ordinarie bolagsstämman i maj, att dela ut samtliga aktier i Metro International S.A. till MTGs aktieägare. Metro är numera noterat på Stockholmsbörsen och på Nasdaq i New York. Därmed följer vi en tradition inom Kinnevik-sfären. På samma sätt blev MTG eget börsbolag 1997, genom att aktierna delades ut till Kinneviks aktieägare.

Vi investerade 500 miljoner kronor i starten av Metro. Det resulterade i en notering av ett bolag värt 6,4 miljarder när handeln avslutats första dagen på börsen. Och i en renodling av MTG. Vi fokuserar ytterligare på existerande verksamhet, och på att bygga ny.

Årets viktigaste händelse efter Metro var övergången till digital-TV. Så länge det gick att öka antalet analoga abonnenter via olika premiumpaket och därmed tjäna pengar på analog TV gjorde vi det. För digital-TV ville vi vänta på sänkta distributions- och dekoderkostnader. Det var klokt. Ett tekniskifte, som det handlar om, tar längre tid än de flesta vill medge.

När vi kommit igång har det gått snabbt. Alla våra premium-kunder har erbjudits gratis digital-TV-dekoder. När bokslutskommunikén skickades ut i februari 2001 hade 285.000 dekodrar levererats.

Vi har också dominerat nyförsäljningen av digitala TV-abonnemang i Norden. Den första mars hade vi sålt över 105.000 dekodrar. 79 procent av köparna valde Viasat Guld,



vårt största paket.

Digitaliseringsprojektet fortsätter för fullt. Under 2000 tillkom en rad nya kanaler, som BBC World, Travel Deals Direct och RTL. Tio digitala radiokanaler skapades. Med TV1000 och Cinema Multichoice startar filmerna tre gånger per kväll med en timmes förskjutning. Genom Goal Show kan du samtidigt titta på huvudmatchen i Champions League och se målen i de andra matcherna.

Under våren 2001 tillkommer interaktiva tjänster på den digitala plattformen under det nya varumärket Everyday.TV. Det, liksom Internetportalen Everyday.com, har samlats i ett nytt affärsområde, New Media. Det fokuserar på den rad av nya strömmar av intäkter som uppstår inom nya medier. Det gäller såväl reklam- som avgiftsfinansierat innehåll och tjänster, inte bara för interaktiv digital-TV och Internet, utan också för mobiltelefoni genom nystartade Everymobile. Affärsområdet ska göra MTGs innehåll tillgängligt inom nya medier. Det handlar om redan etablerade plattformar, som text-TV, Internet och SMS för dagens mobiltelefoni, och om dem som öppnas inom nästa generations mobiltelefoni, UMTS (Universal Mobile Telecommunications System).

MTG finns med som innehållsleverantör till Telez som under år 2000 fick UMTS-licenser i Sverige och i Norge.

Ett flertal viktiga händelser ägde rum under året:

- Lanseringen av PIN24, en digital kanal för direktförsäljning via TVn.
- Förvärvet av TV1000 från Kinnevik.
- En framgångsrik syndikering av en kredit om 900 miljoner kronor för övergången till digital-TV.
- Konsolidering av radion i Finland. MTG är nu minoritetsdelägare i Radio Nova, landets ledande kommersiella radionätverk.
- Genom att ta tillvara på existerande synergier inom Viasat Broadcasting kunde vi till låg kostnad skapa en kompletterande kanal i Norge, Viasat+, samtidigt som TV3-formatet för första gången togs utanför vårt geografiska kärnområde, till Centraleuropa, genom Viasat3 i Ungern. Med färre anställda än som normalt krävs för att sända en kanal i ett land driver vi nu 18 TV-kanaler i åtta länder.

Vi ska producera innehåll av hög kvalitet till lägre kostnad än våra konkurrenter för att skapa ökad lönsamhet.

För helåret 2000 ökade omsättningen med 21 procent, till 5,4 miljarder kronor. Rörelseresultatet efter avskrivningar ökade med 123 procent, till 450 miljoner.

Det fanns flera skäl till detta:

- Inom affärsområdet Viasat Broadcasting hade TV3 ett rekordår. Försäljningen i Sverige ökade med 18 procent. ZTV, 3+ och TV6 gick med vinst, jämfört med en förlust på 66 miljoner föregående år.
- Inom affärsområdet Modern Studios fördubblade Strix Television sin omsättning och Sonet Film hade stora framgångar. De två bolagen omsatte 357 miljoner kronor, rörelseresultatet efter avskrivningar var 44 miljoner. Sonet Film är det dominerande svenska filmbolaget. Sonet distribuerade i fjol "Tillsammans" som med 850.000 besök blev den mest besökta filmen i Sverige, före amerikanska storfilmer som "American Beauty", "Sjätte sinnet" och "Gladiator".

- Affärsområdet Publishing visade, trots utdelningen av Metro, på en imponerande tillväxt. Omsättningen slutade på 214 miljoner, en ökning med 67 procent, genom ett framgångsrikt ökat fokus på finansiellt innehåll. Finanstidningen var under året Sveriges snabbast växande dagstidning.

Besvikelsen under året var TV-Shop, där vi reagerade för sent på de höga mediekostnaderna innan vi omfokuserade verksamheten mot mer kostnadseffektiv digital distribution.

Vi har nya utmaningar framför oss, i linje med en önskan att vilja utmana klassiska produktionsmetoder. Medier har traditionellt varit organiserade efter vilken plattform innehållet distribuerats; TV, radio eller tidningar.

Med allt fler plattformar genom nya medier är det dags att fokusera på en strategisk utveckling av verksamheten, med en fullständig integration genom värdekedjan.

Vi ska tänka innehåll, distribution och försäljning istället för TV, radio och tidningar. Innehåll distribueras och säljs via multipla mediefönster.

Och vi organiserar oss därefter. Vi om några har förutsättningarna. Speciellt med våra anställda som har stor förändringsvilja. Avsikten är en fortsatt god lönsamhetsutveckling. Grunden finns.

Under år 2000 såg vi också inledningen på något vi får se mer av under 2001 och framöver, Victory Challenge-syndikatets satsning mot America's Cup i segling 2003. Det är den största enskilda sportsatsningen någonsin i Norden. Att vi är med som huvudsponsor är självklart. När kampen om våra titlare, lyssnare och läsare i en allt mer fragmentiserad mediavärld tilltar är det innehåll som är viktigt. Och America's Cup är innehåll.

Detta är den första årsredovisningen med mig som VD. Jag efterträdde Pelle Törnberg i samband med utdelningen av Metro. Han tvingades välja VD-post och han valde Metro. Han hade då varit ansvarig sedan 1993 för det som idag är MTG och initierat flera av de olika verksamheter som utgör denna mediekoncern. Jag tackar honom och önskar honom lycka till med Metros fortsatta expansion. Samtidigt är jag tacksam för att han valts in i MTGs styrelse, så vi kan fortsätta ta del av hans kompetens.

Jag vill tacka aktieägarna för deras förtroende och alla anställda, inte minst våra stjärnor, för deras hårda jobb. Och sluta med att påminna om vår devis som är; "Sales, showmanship and cost control".



HANS-HOLGER ALBRECHT
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR



KONCERNÖVERSIKT

HISTORIK

För 13 år sedan etablerade Industriförvaltnings AB Kinnevik den första kommersiella TV-kanalen i Sverige och senare för Skandinavien. Detta var starten till det som idag är Modern Times Group MTG AB. MTGs 13-åriga historia har präglats av entreprenörskap och snabb tillväxt, där de bolag som idag utgör MTG också i allt väsentligt startats av MTG. Koncernen har varit ledande i att bryta monopol och oligopol inom mediesektorn och är idag etablerad som ett ledande internationellt medieföretag. Det är ett av de största i norra Europa.

1995 bildades underkoncernen MTG inom Kinnevik. Den ordinarie bolagsstämman i Kinnevik beslutade den 23 maj 1997 att dela ut MTG till aktieägarna i Kinnevik. Bolaget noterades den 18 september 1997 på Nasdaq National Market i New York och på Stockholm Börsinformation, SBI.

I Stockholm är MTG-aktien sedan den 3 maj 1999 noterad på Stockholmsbörsens O-lista.

Samma år som MTG blev en underkoncern inom Kinnevik lanserades den gratisutdelade och annonsfinansierade dagstidningen Metro i Stockholm. Framgången ledde till expansion till såväl Göteborg och Malmö som utomlands, först i Prag och Budapest, därefter Holland och Helsingfors. I januari 2000 kom de första utomeuropeiska etableringarna.

Den ordinarie bolagsstämman i MTG beslutade den 25 maj 2000 att dela ut samtliga aktier i Metro International S.A. till aktieägarna i MTG. Bolaget noterades den 18 augusti 2000 på Nasdaq National Market i New York och på SBI. I Stockholm är Metroaktien sedan den 8 februari 2001 noterad på Stockholmsbörsens O-lista. Metro gav vid årsskiftet ut dagliga gratistidningar i 17 editioner i 13 länder på tre kontinenter. MTG innehar ett konvertibelt förlagslån, som efter full utspädning motsvarar 17 procent av kapitalet i Metro.

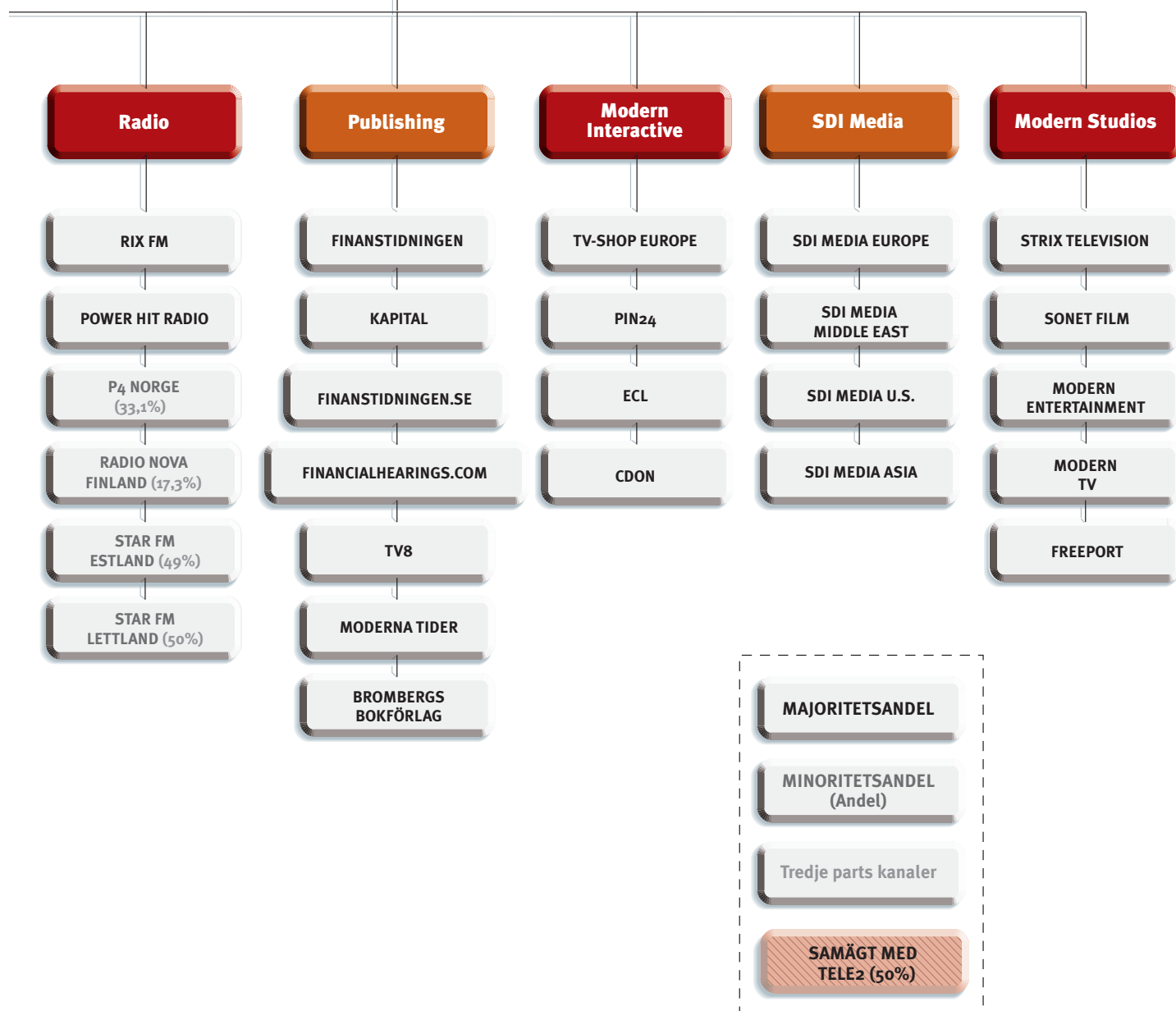
Inom MTG etablerades den nuvarande operativa strukturen med sju affärsområden vid årsskiftet 2000/2001:

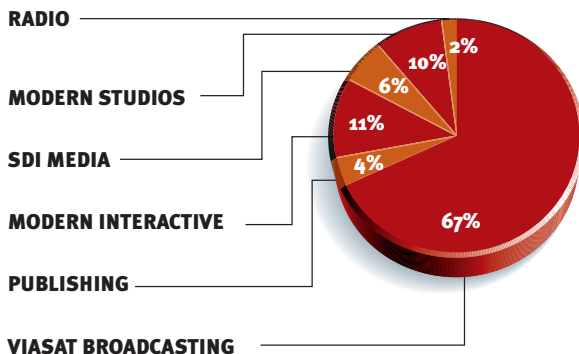
Broadcasting, New Media, Radio, Publishing, Modern Interactive, SDI Media samt Modern Studios. All TV-verksamhet, såväl reklam- som abonnemangsfinansierad, har samlats under namnet Viasat Broadcasting. Under år 2000 inleddes inom Viasat övergången från analog distribution till en digital satellit-TV-plattform.

New Media är ett nytt affärsområde med innehållsansvar för den interaktiva TV-portalen Everyday.TV som är en del av utbudet på den digitala TV-plattformen. Inom New Media har också Everymobile.com startats för innehåll och tjänster för mobiltelefoni. Där finns vidare ansvaret för MTGs del i Internetportalen Everyday.com, liksom text-TV, under namnet Everytext.

Inom ramen för Radio har verksamhet i Finland konsoliderats genom avyttring av två mindre radionätverk som ersattes med förvärv av en minoritetsandel i Finlands ledande kommersiella radionätverk, Radio Nova. MTG äger sedan tidigare Sveriges största kommersiella radionätverk, RIX FM, Power Hit Radio i Stockholm och Göteborg, samt är största ägare i Norges enda nationella kommersiella radionätverk, P4 Radio Hele Norge.





ANDEL AV OMSÄTTNINGEN

I affärsområdet Publishing återfinns, efter utdelningen av Metro, Finanstidningen, samt en rad finansiella tjänster; webbsajten www.finanstidningen.se, affärsmagasinet Kapital, analytikerträffar genom financialhearings.com och ansvaret för produktionen av TV8. Där ligger också Moderna Tider och Brombergs Bokförlag.

Affärsområdet Modern Interactive ansvarar för alla delar inom elektronisk handel; från traditionell homeshopping genom TV-Shop, till e-Commerce Logistics för distributionsdelen och e-handel via Internet. För digital satellit-TV har

kanalen PIN24 startats.

Koncernen verkar inom ett flertal mediefönster såsom TV, radio, tidningar och Internet. Ett flertal bolag som producerar tjänster till andra medieföretag ingår också. SDI Media är världens största leverantör av översättning och textning för TV, video, film, DVD och Internet. I Modern Studios samlas bolag för produktion och distribution av långfilm för bio, musik- och TV-produktion samt för ägande av film- och TV-rättigheter.

MTGs huvudsakliga intäktskälla är reklamintäkter och abonnemangsintäkter.

MÅL

MTGs mål är att bereda vinst åt aktieägarna genom att öka företagets värde.

AFFÄRSIDÉ

Affärsidén för MTG är att vara bäst på att kapitalisera på de konsumentkontakter som gruppens medier dagligen skapar. Detta uppnås genom paketering av produkter på ett sätt som attraherar de målgrupper som annonsörerna efterfrågar och som konsumenterna dessutom är beredda att betala för i form av abonnemangsavgifter. Därutöver ska MTG driva andra medierelaterade företag i den mån de antingen producerar tjänster mer effektivt än externa leverantörer eller ger

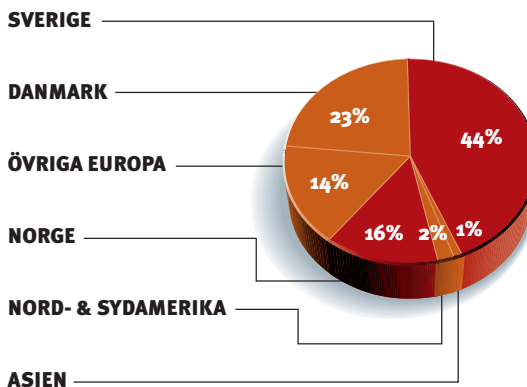
ÅRET SOM GÅTT

- Bara under januari månad lanseras Metro på fyra nya platser, och de första etableringarna av tidningen utanför Europa sker. De nya städerna är Santiago, Chile, Newcastle, Storbritannien, Philadelphia, USA och Zürich, Schweiz. I april tillkännages också att distributionsavtal tecknats för Metro i Rom.
- Den ordinarie bolagsstämman den 25 maj beslutar att dela ut samtliga aktier i snabbväxande Metro International S.A. till aktieägarna i MTG. Noteringen äger rum på Stockholm Börsinformation, SBL och Nasdaq National Market i New York den 18 augusti. Då har lansering av tidningen också skett i Toronto, Kanada.
- I samband med noteringen av Metro väljer Pelle Törnberg, VD och koncernchef för MTG sedan starten, att bli VD och koncernchef för Metro International S.A. Till ny VD och koncernchef för MTG utses Hans-Holger Albrecht, Chief Operating Officer för MTG och tillika chef för affärsområdet Broadcasting.
- Hela verksamheten i TV1000 Sverige AB förvärfvas under året från Kinnevik. TV1000 och TV1000 Cinema har sedan tidigare opererats och distribuerats i Norden inom ramen för Viasat Broadcasting.
- Internetportalen Everyday.com lanseras i Danmark, Norge, Estland, Tyskland, Schweiz, Österrike, Italien, Finland, Luxemburg och Spanien. Everyday samägs med Tele2 i Norden, utanför opereras portalen genom franchiseavtal.
- Modern Entertainment, tidigare MTG Media Properties, blir genom förvärf från minoritetsägare ett helägt rättighetsbolag inom det nya affärsområdet Modern Studios.
- Strix Television, som ingår i Modern Studios, skapar det egna formatet "Baren", en dokusåpa som gör succé på TV3 i Sverige och på den svenska delen av Everyday.com. Under året sker också lansering av "Baren" i Norge och framgångarna leder till vidare försäljning till Danmark, Portugal, Australien, Tyskland och Argentina.
- Modern Merchandising startar. Som första produkter märks "Baren-spelet", "Barens drinkbok" och en "Baren"-CD.
- Viasat3 startar i Ungern. Tittarna får en ny, bred underhållningskanal efter samma koncept som TV3. För första gången i historien är satellitkanalen TV3 i Sverige större än både Sveriges Televisions kanal 1 och kanal 2 hos de unga tittarna.
- TV-Shop inom affärsområdet Modern Interactive startar en ny digital TV-kanal, PIN24, för direktförsäljning på Sky TVs plattform i England.
- Övergången till digital-TV inleds av Viasat i Norden och Baltikum, med PIN24 som en del av det allt större utbudet. Premium-abbonenterna får successivt sina dekodrar utbyta gratis. Vid årsskiftet är 150.000 digitala boxar på plats, samtidigt överträffar nyförsäljningen förväntningarna, med 65.000 nya abonnenter.
- Tio radiokanaler lanseras på Viasats digitala TV-plattform.
- En minoritetsandel i Finlands ledande kommersiella radionätverk, Radio Nova, förvärfvas. Samtidigt avyttras ansvaret för att driva två mindre radionätverk. Därmed konsoliderar MTG sin radioverksamhet i Finland.
- Tele2 tilldelas licenser för nästa generations mobiltelefoni, UMTS, i Norge och Sverige. I båda länderna ska MTG vara innehållsleverantör. MTG startar Every-mobile för att satsa på innehåll till mobila tjänster, från SMS i dagens GSM-nät till bredare innehåll för nästa generationers mobiltelefoni.

extraordinära möjligheter till vinst eller värdetillväxt. Med affärsidén följer en strategi som innebär att MTGs produkter dels ska vara etablerade i geografiska reklammarknader med stark tillväxtpotential, dels positionerade i de delar av reklammarknaderna som växer mer än genomsnittet. Den huvudsakliga geografiska marknaden för MTGs produkter utgörs av Norden och Baltikum med en försiktig expansion av etablerade varumärken till Östeuropa. Lanseringen av TV3-konceptet genom Viasat3 i Ungern är ett exempel på det. Vissa koncept tillåts verka utanför kärnområdet: SDI Media som har global närvaro med textning och dubbning, Modern Interactive som finns över hela Europa med home-shopping via TV och e-handel via Internet, Modern Studios som genom Strix Television exporterat format för TV till såväl Tyskland som Italien, Portugal, Australien och Argentina. MTG strävar efter att finna avsättning för samma innehåll i många mediefönster och därmed öka avkastningen. Exempel på detta är olika applikationer för TV-format, Internet, SMS, merchandising med mera.

Genom att vara etablerad i flera medier och i flera segment av medierna har MTG en unik möjlighet att uppnå skalfördelar vid bland annat inköp av rättigheter, allokering av personal och utnyttjande av teknisk distribution. Viasat3 i Ungern är ett exempel även i detta avseende. Upplänk och sändningar för Viasat3 sker via Viasat Broadcast Centre utanför London. Det är bara en av många synergier som uppstår med TV3, ZTV, 3+, Viasat+, TV6, TV8, Viasat Sport och

ANDEL AV OMSÄTTNINGEN PER MARKNAD



TV1000, de övriga TV-kanalerna inom gruppen.

En ytterligare skalfördel som uppnås genom MTGs närvaro i ett flertal olika medier är etableringen av nya produkter och koncept till mycket låg kostnad. Everymobile.com, som levererar innehåll och tjänster till mobiltelefoni är ett exempel. MTG ingick följaktligen som leverantör av innehåll och tjänster när Tele2 sökte och tilldelades licenser för nästa generations mobiltelefoni, UMTS, i Norge och Sverige.

ÅREN SOM GÅTT

1987 På nyårsafton startade TV3s sändningar och därmed kommersiell TV i Sverige. Samma år startade utgivning av tidskrifter.

1988 Vid sändningsstarten kunde 1,2 miljoner se TV3, vid årsslutet 1988 var siffran 3,4 miljoner. Sändningarna utökades till Danmark och Norge. Fristående TV-produktion startade genom Strix.

1989 TV3 sände ishockey-VM för första gången, liksom tennis från Wimbledon. TV-Shop startade sin verksamhet med försäljning av varor och tjänster via TV3. Betal-TV-kanalen TV1000 lanserades.

1990 Satellit-TV etablerad som ny industri i Skandinavien, 45 procent av hushållen kunde se TV3 som tog 90 procent av TV-reklammarknaden. Majoriteten av aktierna i Svensk Text, numera SDI Media, förvärvades.

1991 TV3s första vinstår. TV1000 slogs samman med konkurrenten SF Succé. De första kommersiella radio-sändningarna startades. TV4 fick koncession till den tredje marksända TV-kanalen. Kinnevik blev under hösten aktieägare, med 30 procent av kapitalet. Viasat startade distribution av programkort för parabolmarknaden.

1992 ZTVs första år som egen kanal. Första året med positivt resultat efter finansnetto för hela affärsområdet TV & Media inom Kinnevik.

1993 P4 Radio Hele Norge fick koncession att driva rikstäckande kommersiell radio i Norge. I Sverige förvärvades de första koncessionerna för kommersiell radio. Text-TV-sändningarna på TV3 inleddes. Markbundna kanaler i Estland och Litauen startade.

1994 TV4 den största kanalen i Sverige. TV6 lanserades. Första projekten inom Internet startade med bland annat Everyday som varumärke.

1995 MTG bildades som en underkoncern inom Kinnevik. Metro grundades i Stockholm. En mindre post i Finanstidningen förvärvades. TV-Shop startade handel via Internet.

1996 Byte av satellitplattform från Astra till Norden-positionen. Genom sammanslagning bildades radionätverket RIX FM. ZTV och TV6 i Danmark slogs samman till 3+.

1997 MTG delades ut till aktieägarna i Kinnevik och noterades på Stockholm Börsinformation, SBI, i Stock-

holm och på Nasdaq National Market i New York. I Prag startade första utgivningen av Metro i utlandet. TV-Shop passerade kontakt med över 100 miljoner hushåll dagligen. Strix producerade som första bolag i världen dokusåpan "Expedition: Robinson" för Sveriges Television.

1998 TV3 förvärvade en lettisk TV-kanal för att därmed vara verksamt i sex länder. Viasat passerade en miljon parabolabonnenter. Radioverksamheten etablerades i Estland och Lettland. Metro startade i Göteborg och Budapest. Finanstidningen förvärvades. Flera nya Internettjänster lanserades, däribland skivförsäljning genom CDON. SDI fortsatte sin internationella expansion, genom förvärv i Hongkong, Taiwan, Japan och Thailand.

1999 Metro lanserades i Malmö, Helsingfors och Holland. I Sverige startade finansmagasinet Kapital. Internetportalen Everyday.com lanserades gemensamt med NetCom (numera Tele2), i Sverige, därefter i Holland och Frankrike. Ekonomikanalen TV8 förvärvades i Sverige. MTG Radio gick in i Finland. SDI Media expanderade till Israel, Frankrike och Singapore, förvärvade bolag i USA och lanserade översättningstjänst för Internet. MTG noterades på Stockholmsbörsens O-lista.



FÖR AKTIEÄGARE OCH FINANSMARKNAD.

JAN HUGO STENBECK (f. 42), är styrelseordförande i Industriförvaltnings AB Kinnevik, Millicom International Cellular S.A, Tele2 AB, Invik & Co. AB, Modern Times Group MTG AB samt Metro International S.A. Styrelseledamot i MTG sedan starten 1997.

STIG NORDIN (f. 43), civilingenjör med över två decenniers erfarenhet från skogsindustrin. Han kom till Kinnevik 1989 och byggde bland annat upp TV3 i London. Han blev vice VD för Kinnevik 1991 och var VD mellan 1992 och 1999. VD för Invik & Co. AB fram till andra kvartalet 2001. Han var även VD för Korsnäs mellan 1993 och 1998. Styrelseledamot i MTG sedan starten 1997.

PELLE TÖRNBERG (f. 56), VD och koncernchef för Metro International S.A. Startade 1987 Kinneviks första TV-produktionsbolag, Strix. Därefter etablerade och initierade han flera av de olika medieverksamheter som idag utgör MTG. Från 1993 ansvarade han för samtliga medieföretag inom tidigare Kinnevik, numera MTG. När Metro delades ut till aktieägarna i MTG i augusti 2000 valde han att bli VD och koncernchef för Metro. Styrelseledamot i MTG sedan 2001.

HANS-HOLGER ALBRECHT (f. 63), VD i Modern Times Group MTG AB.

LARS-JOHAN JARNHEIMER (f. 60), civilekonom. Har haft olika befattningar vid IKEA, Hennes & Mauritz och SARA Hotels samt varit VD för ZTV en kort

tid innan han kom till Comviq som vVD. Han var VD för Comviq 1993 till 1997. Ingick i Saab-Automobiles koncernledning med ansvar för Norden, Ryssland och Baltikum samt var VD för Saab Opel Sverige AB 1997 till 1998. Blev vid årsskiftet 1998/1999 vice VD i Industriförvaltnings AB Kinnevik och VD för Investment AB Kinnevik. Är sedan 1999 VD i Tele2 AB (tidigare NetCom AB). Styrelseledamot i MTG sedan starten 1997.

DAVID CHANCE (f. 57), BA i ekonomi, BSc i psykologi och MBA. Har varit vVD i det engelska medieföretaget Sky Television, BSKyB. Som ansvarig för övergripande strategier och affärsverksamhet gjorde han BSKyB till ett av de mest framgångsrika och lönsamma TV-företagen i världen. Har verkat inom BSKyB sedan 1989, då han värvades från Société Européenne de Satellites (SES) som äger och hanterar Astra-satelliten. Dessförinnan arbetade han i sju år inom den amerikanska TV-industrin. Idag är han aktiv i ett flertal medie-relaterade bolag. Styrelseledamot i MTG sedan 1998.

ASGER AAMUND (f. 40), är styrelseordförande för de danska dotterbolagen till MTG och Tele2. Han är huvudaktieägare i Bavarian Nordic Research Institute och NeuroSearch, vilka är noterade på Köpenhamns fondbörs. Har en mångårig erfarenhet som ledande befattningshavare och av styrelsearbete inom danskt näringsliv. Styrelseledamot i MTG sedan 2000.

JOHAN HAKELIUS (f. 67), suppleant, är chefredaktör för Finanstidningen dit han kom 1999 som tidningens förste politiske redaktör. Invaldes 2000.



FÖR VÄNNER OCH KONKURRENTER...



HANS-HOLGER ALBRECHT (f. 63), Dr. jur. VD och koncernchef för Modern Times Group MTG AB sedan augusti 2000 och chef för affärsområde Broadcasting. Verksam inom MTG sedan 1997 som ansvarig för betal-TV-verksamheten och fick, efter sammanslagningen av betal- och fri-TV, ansvaret för hela affärsområdet. Blev tillika chief operating officer för MTG i maj 2000. Har arbetat för Daimler-Benz och fem år för Luxemburg-baserade mediekoncernen CLT där han ansvarade för samtliga TV-aktiviteter samt utveckling i Tyskland och Östeuropa. Dessutom var han ansvarig för SuperRTL och CLTs digital-TV-projekt.

JOHAN LINDGREN (f. 57), civilekonom. Han har arbetat som auktoriserad revisor, med corporate finance, samt som ekonomidirektör. Från 1997 till 2001 var han ekonomidirektör. Han är nu vice VD i Modern Times Group MTG AB.

MIA BRUNELL (f. 65), civilekonom. Har arbetat inom MTG sedan 1992, som ekonomichef för TV1000, controller för affärsområdet betal-TV och controller för hela affärsområdet Viasat Broadcasting. Blev group controller för MTG vid senaste årsskiftet och ekonomidirektör i mars 2001.

ANDERS NILSSON (f. 67), Chief Operating Officer i MTG och tillförordnad chef för affärsområde Modern Interactive. Sedan 1992 har han arbetat med projektering, drift och utveckling av den kommersiella radiosatsningen inom MTG. Han har haft positioner som programledare, VD-assistent, teknikchef, projektledare, programchef och vice VD, med mera, innan han blev VD för MTGs radiosatsning 1997. Tillträdde som chef för affärsområde Publishing under första kvartalet år 2000. Blev COO i MTG under fjärde kvartalet 2000.

PETTER NYLANDER (f. 64), civilekonom. Chef för fri-TV inom affärsområdet Broadcasting. Var före akademiska studier under fem år verksam inom Fritidsresekoncernen, bland annat som Country Manager för Sportresor i Franska alperna. Har arbetat inom MTG sedan 1994, från början som management trainee i London. Han har därefter bland annat varit försäljningschef, vice VD och VD för TV3 Sverige. Tillträdde som chef för fri-TV under hösten 2000.

STEEN ULF JENSEN (f. 66), Cand. Merc. Chef för betal-TV inom affärsområdet Broadcasting. Har arbetat inom MTG i tio år. Började på analysavdelningen på TV3 Danmark, blev analyschef i London för hela TV3, fortsatte som VD för Viasat Danmark för att bli Chief Operating Officer för Viasat Broadcasting. Tillträdde som chef för betal-TV under hösten 2000.

JØRGEN MADSEN (f. 66), chef för det nya affärsområdet New Media samt för Viasat Sport. Har arbetat inom gruppen sedan 1994, bland annat som sponsransvarig för TV3 och som chef för Viasat Sport, först i Danmark, därefter för Skandinavien. Tillträdde som chef för New Media i slutet av år 2000.

SUSANNA BERVÅ (f. 59), chef för affärsområde Radio. Hon började inom MTG 1994, och har bland annat varit ekonomichef på Strix. Har arbetat inom radion sedan 1997 som ekonomichef, controller och vice VD. Tillträdde som chef för Radio i slutet av år 2000.

MICHAEL PORSERYD (f. 66), civilekonom. Chef för affärsområde Publishing. Har arbetat inom gruppen sedan 1994, ursprungligen som management trainee på TV3 i London, därefter bland annat som programchef och vice VD för TV3 och VD för ZTV, TV8 och Viasat Broadcasting Sverige. Tillträdde som chef för Publishing hösten 2000.

MARVIN BERCHIN (f. 62), Juris Doctor. Chef för affärsområde SDI Media. Är i grunden jurist med inriktning på medie- & underhållningsbranschen. Var vice VD och affärsansvarig för satellit-TV-bolaget Orbit Communications, baserad i Rom, mellan 1994 och 1999. Tillträdde sin befattning som chef för SDI Media hösten 1999.

CHRISTINA BELLANDER (f. 55), chef för affärsområde Modern Studios. Är journalist i grunden, har bland annat arbetat på Aftonbladet, och har kombinerat detta med studier på KTH. Har varit VD för Moderna Tider sedan 1992 och ansvarat för Brombergs Bokförlag. Ledde Stockholms omfattande Millenniefirande som initierades av MTG, NetCom (numera Tele2), Invik & Co. och Industriförvaltnings AB Kinnevik. Tillträdde som chef för Modern Studios i början av 2000.

ÖVRE RADEN FRÅN VÄNSTER: JØRGEN MADSEN, MARVIN BERCHIN, STEEN ULF JENSEN, MICHAEL PORSERYD. MELLERSTA RADEN: MIA BRUNELL, SUSANNA BERVÅ, CHRISTINA BELLANDER, PETTER NYLANDER. NEDRE RADEN: JOHAN LINDGREN, HANS-HOLGER ALBRECHT, ANDERS NILSSON

EKONOMISK ÖVERSIKT

Nettoomsättningen uppgick under 2000 till 5.431 Mkr, jämfört med 4.491 Mkr under samma period under 1999, en ökning med 21 procent. Rörelseresultatet före avskrivningar uppgick till 820 Mkr (421), en ökning med 95 procent. Rörelseresultatet efter avskrivningar uppgick till 450 Mkr (202), en ökning med 122 procent.

Aktierna i affärsområdet Metro International, inklusive den svenska och finska Metro-verksamheten i affärsområdet Publishing, delades ut till aktieägarna i MTG den 15 augusti 2000. Siffrorna redovisas exklusive Metro International, såväl för 2000 som i jämförelsetalen för 1999.

Resultatandelar i intresseföretag uppgick netto till 57 Mkr (43). Räntenettot och övriga finansiella poster uppgick till -43 Mkr (-24), inklusive kursvinster och förluster vid omräkning av finansiella fordringar och skulder i utländsk valuta, netto -8,8 Mkr (-1,6).

Resultat från dekonsoliderade verksamheter uppgick till 32 Mkr (-). Metros svenska säljbolag var tillika holdingbolag bland annat för koncernens aktier i Finanstidningen och kunde av bland annat skatteskäl inte ingå i utdelningen till aktieägarna. I stället har säljverksamheten i detta bolag överlåtits till ett nytt bolag i Metro-koncernen med verkan från den 1 juni 2000. Resultat för denna verksamhet under årets fem första månader konsolideras i MTG-koncernen, men ingår inte i de pro forma jämförelsetalen för 1999, och redovisas därför på separat rad.

MTGs kvarstående engagemang i Metro omfattar dels ett konvertibelt förlagslån om MUSD 23,5, dels ett kommersiellt lån om MUSD 23,5. Under fjärde kvartalet har 1/16 av detta lån konverterats till 1.000.000 aktier.

Antalet fast anställda i koncernen uppgick till 1.467 vid årets slut. Föregående år var siffran, exklusive Metro, 1.434. Av ökningen är 26 hänförlig till nytillkomna verksamheter under året, framförallt Viasat Ungern.

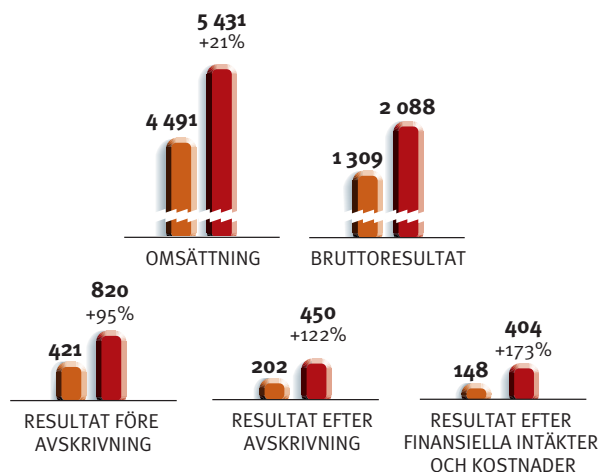
FINANSIELL STÄLLNING

SOLIDITET

Under året ökade eget kapital i koncernen, dels genom att innehavarna av det konvertibla förlagslånet konverterade hela lånet till aktier, dels genom en riktad nyemission till ett bolag i Kinnevik-koncernen i samband med förvärvet av TV1000.

Koncernens soliditet (definierad som koncernens eget kapital inklusive minoritetsintressen och konvertibelt förlagslån, i procent av tillgångarna) var 37% (36%) vid utgången av rapportperioden. Till detta kommer innehaven av aktier och konvertibelt lån i TV4, P4 och Metro vilka redovisas som anläggningstillgångar. Deras sammanlagda marknadsvärde per rapportdagen uppgick till 3.262 Mkr. Det sammanlagda bokförda värdet uppgick till 473 Mkr. Optionen att förvärva aktier i Millicom International Cellular S.A. överläts till Metro i samband med utdelningen. Balansomslutningen ökade till 6.652 Mkr, främst beroende på förvärvet av TV1000 samt investeringen i digitala dekodrar. Med hänsyn tagen till övervärden i marknadsnoterade aktier och latent skatt i dessa, uppgick soliditeten till 52% (46%).

EKONOMISK ÖVERSIKT (MSEK) 1999* 2000



* Pro forma, exklusive Metro International S.A.

LIKVIDITET

Koncernens likviditet, inklusive outnyttjade kreditlöften, uppgick till 514 Mkr (401) vid rapportperiodens slut.

NETTOUPLÅNING

Koncernens nettopplåning (definierad som räntebärande skulder exklusive konvertibelt förlagslån, minus räntebärande tillgångar) uppgick till 520 Mkr (14) vid periodens slut. Under perioden utökades koncernens kreditram med 900 Mkr till 1.600 Mkr, i syfte att finansiera investeringar i samband med digitaliseringen av TV.

NETTOUPLÅNINGAR

Koncernens investeringar under perioden uppgick till 1.032 Mkr (407), varav 555 Mkr på digitaliseringsprojektet och 305 Mkr på övriga kapitaliserade utvecklingskostnader.

AVSKRIVNINGAR

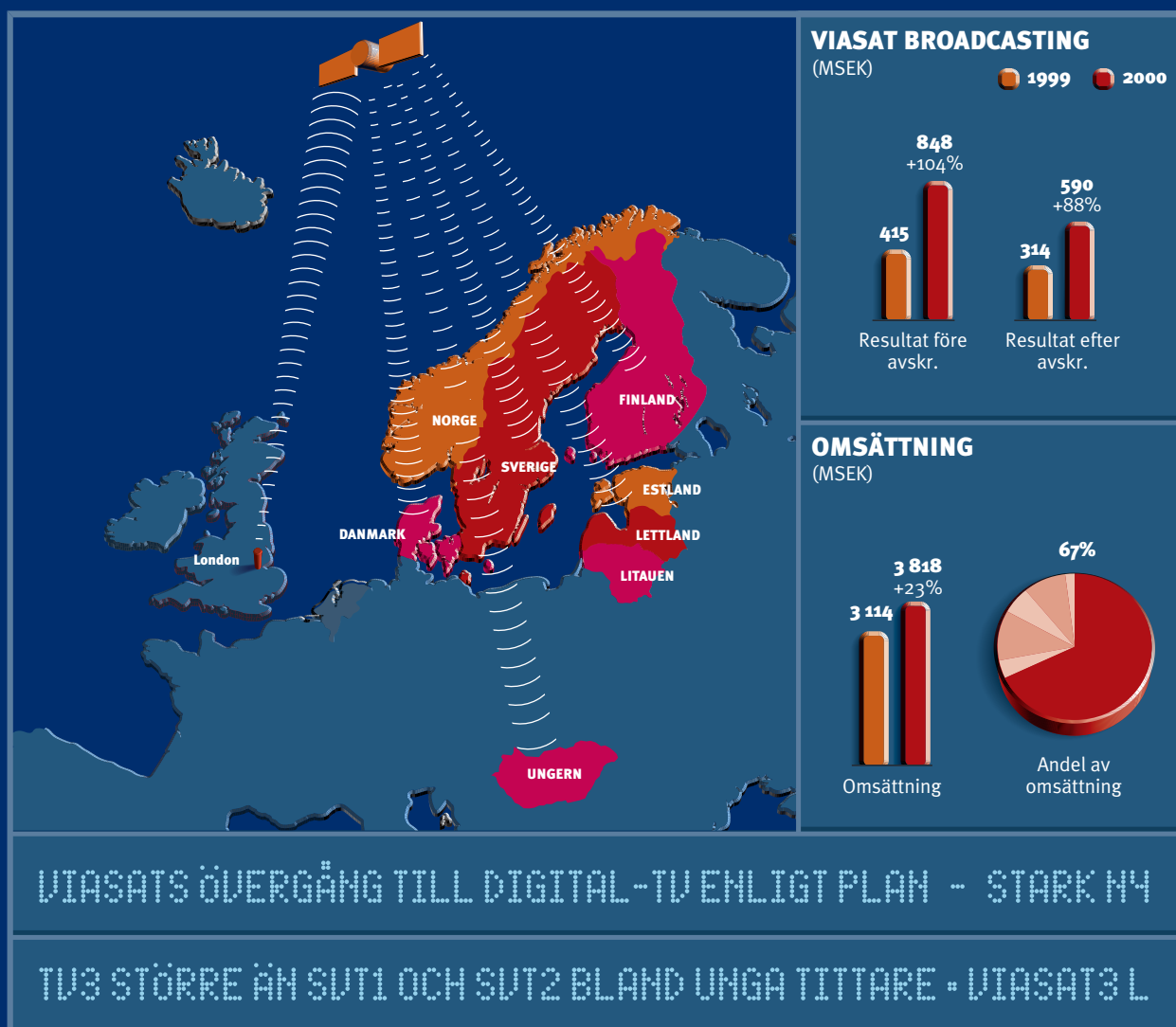
Koncernens avskrivningar uppgick till 370 Mkr (219).

RESULTAT PER AKTIE

Resultatet per aktie efter utspädning uppgick till 3,10 kr (1,33).

REDOVISNINGSPRINCIPER

Från och med räkenskapsåret 2001 tillämpas Redovisningsrådets nya rekommendationer. För detaljer hänvisas till Not 1, Redovisnings- och värderingsprinciper.



VIASAT BROADCASTING

Affärsområdet Viasat Broadcasting driver 17 egna fri- och betal-TV-kanaler i åtta länder, samt distribuerar tio tredjepartskanaler. Den lanserade digitala TV-plattformen innehåller också radiokanaler och rader av interaktiva tjänster

VIASAT BROADCASTING

Viasat Broadcasting opererar 17 fri- och betal-TV-kanaler i åtta länder samt distribuerar tio tredjepartskanaler. Totalt nås 21 miljoner människor av Viasat Broadcastings kanaler.

Intäkterna kommer från två olika källor: reklam och abonnemang. Därmed särskiljer sig Viasat från de flesta övriga TV-bolag, som vanligtvis får sina intäkter från endera av dessa källor.

Viasat Broadcasting har centraliserat stora delar av sin verksamhet till Viasat Broadcasting Centre utanför London. Där ligger huvudkontoret och därifrån sköts en stor del av verksamheten. Detta skapar stora fördelar; att inköp, tablåläggning, utsändning, produktion av promotion samt administration för kanaler i åtta länder finns på en och samma plats, är kostnadseffektivt, samtidigt som synergier i cross-promotion mellan kanalerna lätt uppnås. Detta säkerställer affärsmodellen som ger hög marginallönsamhet.

De lokala kontoren i respektive land hanterar reklamförsäljning, marknadsföring, programplanering samt relationer med medier. För att driva de 17 kanalerna i de åtta länderna behövs inte mer än totalt cirka 600 anställda. Organisationen är förhållandevis mycket liten och effektiv.

VIKTIGA HÄNDELSER UNDER 2000

Viasats digitala TV-plattform lanserades under året, vilket väsentligt minskar kostnaderna för distribution. Marknads-lansering skedde i oktober.

Alla marknader i Norden nås av de digitala sändningarna, vilket innebär klart förbättrad kvalitet av såväl ljud som bild, samt att utbudet av kanaler utökats och interaktiva tjänster kan introduceras.

Digitaliseringen ökar samtidigt penetrationen för TV3-kanalerna, som i Norden finns tillgängliga såväl för parabolhushåll, som för kabel-TV-tittare i stora och små nät.

En digital plattform lanserades också i de baltiska länderna under året, vilket innebär en utökning av det utbud som inletts med TV3s framgångar i regionen.

I mars beslutade MTG att utnyttja sin option att förvärva hela verksamheten i TV1000 Sverige AB från Industriförvaltnings AB Kinnevik.

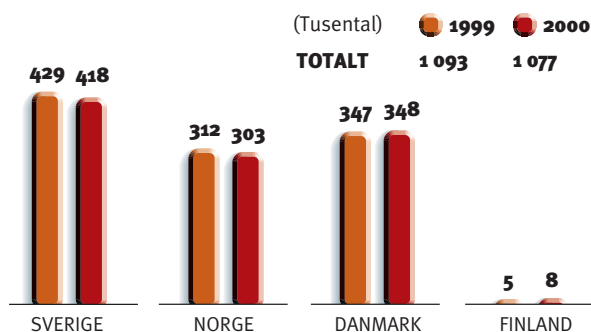
Verksamheten består av filmkanalen TV1000 och dess systerkanal TV1000 Cinema som sedan tidigare, i enlighet med managementavtal, opererats och distribuerats i Norden inom ramen för Viasat Broadcasting,

I oktober expanderade Viasat sin fri-TV-verksamhet till Ungern, genom att lansera Viasat3, en kanal som fokuserar på underhållning för hela familjen, efter samma koncept som TV3 i Norden.

En ny fri-TV-kanal, Viasat Plus, lanserades i Norge under andra kvartalet, som en systerkanal till existerande TV3 Norge.

Under år 2000 lanserade Viasat också framgångsrikt världens första helt interaktiva dokusåpa, "Baren", som tar tillvara på MTGs styrka; från produktionsbolaget Strix som skapade formatet, till TV3 och ZTV som står för TV-sändningarna till Internet-portalen Everyday.com med rader av interaktiva tjänster och utökat innehåll. Under hösten 2000 lanserades "Baren" också på TV3 Norge och på den norska delen av Everyday.com. I början av 2001 expanderade formatet till TV3 Danmark och den danska delen av Everyday.com.

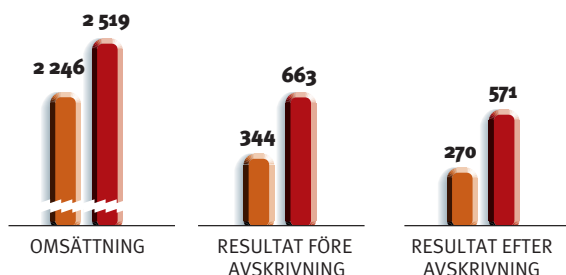
VIASAT – KORTINNEHAVARE



Varumärket Viasat har under åren stärkts genom att ta till vara på cross promotion-möjligheterna mellan fri-TV och betal-TV-kanalerna. Ytterligare synergier har utvecklats inom försäljning och mellan de två TV-formerna.

FRI-TV

(MSEK) 1999 2000



FRI-TV

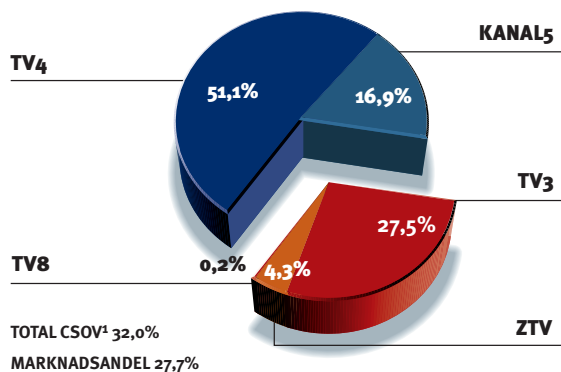
Den nordiska reklammarknaden är fortfarande mycket attraktiv eftersom TVs andel av de totala reklaminvesteringarna är lägre än de är på andra marknader. Fortsatta andelar tas från andra medier, som tidningar.

Förutom de storskalssfordelar som uppnås har Viasat Broadcasting flera konkurrensfordelar gentemot sina konkurrenter i Norden.

Att sändningarna sker från Storbritannien och därmed lyder under de brittiska ITC-reglerna är en fördel, en annan är de stora möjligheterna till cross promotion inom MTG i regionen.

Under lanseringen av den digitala TV-plattformen har Viasats fri-TV-kanaler varit mycket viktiga för att driva tillväxten av det utökade utbudet och de nya interaktiva tjänster som digital-TV erbjuder.

SVERIGE



¹ANDELEN AV TITTARE PÅ KOMMERIELLA TV-KANALER

FRI-TV SVERIGE (TV3 OCH ZTV)

Under år 2000 lyckades TV3 för första gången bli större än både Sveriges Televisions kanal 1 och 2 hos de unga tittarna. Bland Sveriges 15-34-åringar hade TV3 under året sitt bästa tittande någonsin, med hela 17 procent av tittartidsandelarna i den åldersgruppen av hela TV-befolkningen. Det är att jämföra med SVT2 som hade 14,8 procent i samma målgrupp och SVT1 som hade 16,1 procent. Detta



LITAUENS POPULÄRASTE

Med Ramune Peculiene och hennes kollega Algis Ramanauskas som programledare har "Be tabu", ett lokalt infotainmentprogram på TV3 Litauen, blivit landets populäraste TV-show.

– Jag värdesätter programmet väldigt mycket och det gör tittarna också, säger Ramune Peculiene som hade jobbat som skådespelerska när hon testades och blev antagen för att göra "Be tabu".

Premiären ägde rum för tre år sedan, med sändningar en gång i veckan och med Ramune Peculiene som ensam programledare. Andra året utökades sändningarna till fem kvällar i veckan och hon fick delat programledarskap med Algis Ramanauskas.

– Vi växlar sinsemellan med att vara programledare, tittarna vet inte i förväg vem av oss som ska vara med, det är en del av spänningen, säger Ramune Peculiene.

För den senaste säsongen har sändningarna utökats ytterligare, med ett lördagsprogram som sammanfattar vad som hänt i veckan, "Be tabu savaite". Där är båda programledarna med.

I Litauen, där TV3 är marksänt och når 98 procent av TV-hushållen, har "Be Tabu" i genomsnitt 600.000-700.000 tittare. Vissa avsnitt har över 900.000 personer sett. "Be tabu" är ett av huvudskälen till att TV3 Litauen under år 2000 fortsatte att vara marknadsledande, både vad gäller tittare och reklamintäkter.

Programmet blandar vardagshändelser med viktiga nyheter och presenterar dem med humor, ironi och kommentarer. Gästerna kan bestå av riksdagsledamöter, litauiska kändisar, utländska stjärnor eller okända som varit med om något speciellt.

– Jag gillar när vi tar upp ovanliga saker som hänt vanliga människor, säger Ramune Peculiene.

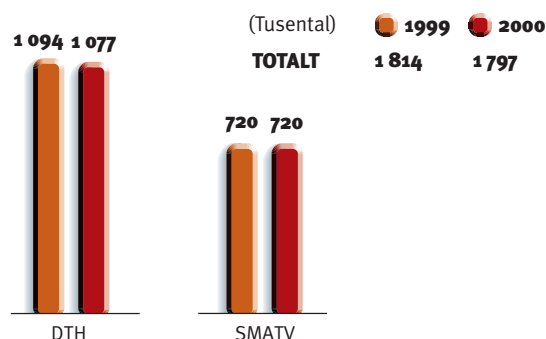
För de politiska betraktelserna har hon och hennes kollega assistans av två karaktärer, den politiske observatören Zbygniew och Stganislovas, som spelar galen doktor i statsvetenskap. Båda är spektakulärt utklädda, för att det ska stämma överens med karaktärerna.

Även Ramune Peculiene ser något annorlunda ut i TV mot hur hon gör när hon är ledig. I programmet är hon sminkad, har ibland peruk och är läckert klädd.

– Annars är jag osminkad och går i vardagskläder. Därför känner folk på gatan inte igen mig direkt, men ibland säger de att jag ser ut som programledaren i "Be tabu" och undrar om det är jag som är med på TV.

Hon är tacksam för att hon därmed slipper den massiva uppmärksamheten.

– Jag är egentligen rätt blyg, säger Ramune Peculiene som bor kvar tio mil utanför Vilnius och dagligen pendlar till huvudstaden.

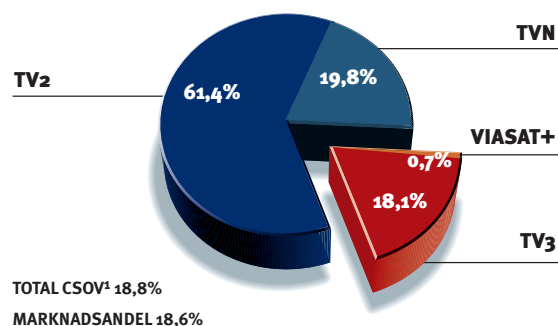
VIASAT (adresserbara hushåll)

ska ses i perspektivet att TV3 satellitdistribueras och når 60 procent av de svenska hushållen medan SVT marknads och når alla hushåll. TV3 hade också sin bästa kommersiella tittartidsandel någonsin med 27,5 procent (27,1) i åldersgruppen 15-49 år. En stor del av förklaringen till framgångarna är att allt fler unga kvinnor tittar på TV3 efter en rad lyckade satsningar som "Klassfesten", "Silikon", "Spårlöst försvunnen", "Efterlyst", "Baren", "Sex and the City" och "Felicity". Kvinnor är den mest attraktiva målgruppen för annonsörerna.

ZTV slog också rekord under året. ZTV blev år 2000 Sveriges snabbast växande kanal. Hos de unga tittarna i målgruppen 12-24 år hade ZTV en kommersiell tittartidsandel i satellituniversum på 8,3 procent, en ökning jämfört med året innan med 27,7 procent. ZTV är väsentligt mer populär än sin internationellt etablerade konkurrent MTV bland unga svenska tittare.

Reklamintäkterna i Sverige ökade med 18 procent, medan TV-marknaden växte med 15 procent. TV3s penetration var vid årsskiftet 60 procent (60) och ZTVs 44 procent (44).

Under året överfördes ansvaret för produktionen av TV8 till det nya affärsområdet Publishing.

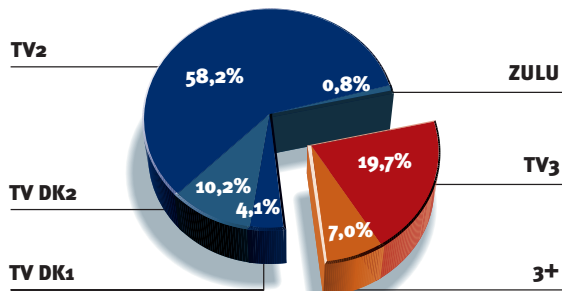
NORGE**FRI-TV NORGE (TV3 OCH VIASAT+)**

Efter ett första halvår med lägre tittande än väntat, återhämtade sig TV3 Norge med en stark höst med framgångsrika Strixproducerade program som "Expedition: Robinson", som slog TV3 Norges tittarrekord. 615.000 såg finalavsnittet. Även den helt interaktiva egenproducerade dokusåpan "Baren" lanserades under hösten vilket hjälpte TV3 att återta tittartidsandelar under andra halvåret. Den kommersiella tittartidsandelen uppgick till 18,1 procent (21,2) i åldersgruppen 15-49 år.

Penetrationen vid årsskiftet var 62 procent (62). Den norska reklammarknaden växte med 12,5 procent. TV3 växte med sju procent, med anledning av den svaga tittartidsandelen under första halvåret.

Viasat+ lanserades som en systerkanal till TV3 i mars 2000. Kanalen distribueras via alla de stora kabeloperatörerna och ingår också i basutbudet i Viasats kanalpaket. Viasat+ delar programrättigheter med TV3, vilket ger storskal fördelar i användandet av inköpta program. Tittandet på Viasat+ ökade snabbt under året och under hösten hade kanalen i genomsnitt 1,9 procent av de kommersiella tittartidsandelarna. För helåret var tittartidsandelen 0,7 procent. Viasat+ uppnådde under året cirka 50 procents penetration.

DANMARK



TOTAL CSOV¹ 26,7%

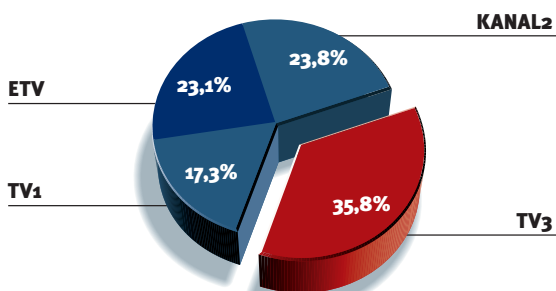
MARKNADSANDEL 26,2%

¹ANDELEN AV TITARE PÅ KOMMERSIELLA TV-KANALER

FRI-TV DANMARK (TV3 OCH 3+)

TV3 och dess systerkanal 3+ hade sitt näst bästa år någonsin, med en kombinerad kommersiell tittartidsandel på 26,7 procent (28,5) i åldersgruppen 15-49 år. En stark faktor bakom framgångarna var Strixproducerade "Expedition: Robinson". 1,3 miljoner såg finalavsnittet vilket innebar tittarrekord för TV3. Det egenproducerade "Skjulte Spor", inom genren kriminaldrama, fick både goda recensioner och bra tittarsiffror. 3+ lanserades som en systerkanal till TV3 1996. Sedan dess har antalet hushåll som kan se 3+ växt snabbt, med 65 procents penetration år 2000. 3+ har under de senaste åren utvecklats till den ledande sportkanalen i Danmark, med omfattande sändningar från dansk elitfotboll, Champions League och golf. Penetrationen vid årsskiftet var 70 procent (70) för TV3 och 65 procent (65) för 3+. Under året växte de sammanlagda reklamintäkterna i Danmark för fri-TV inom Viasat med fem procent, medan reklammarknaden växte med två procent.

ESTLAND



TOTAL CSOV¹ 35,7%

MARKNADSANDEL 53%

¹ANDELEN AV TITARE PÅ KOMMERSIELLA TV-KANALER

TV3 ESTLAND

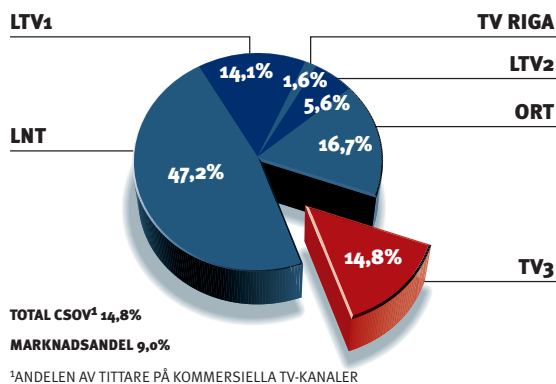
Trots en hård konkurrens mellan de fyra kommersiella TV-kanalerna i landet lyckades TV3 Estland konsolidera sin position som marknadsledande, från en marknadsandel om 50 procent 1999 till 53 procent 2000.

TV3 har varit den mest populära kommersiella TV-kanalen i sin målgrupp (åldrarna 15-49 år) sedan 1998. För första gången hade TV3 Estland under året också den högsta kommersiella tittartidsandelen i denna målgrupp, 35,8 procent

(33,3). Eftersom kanalen är marksänd, uppgick penetratio-
nen till 97 procent (97).

Efter stark nedgång i reklammarknaden i Estland 1999,
skedde en återhämtning med 10 procent under 2000. TV3
växte med 8 procent.

LETTLAND



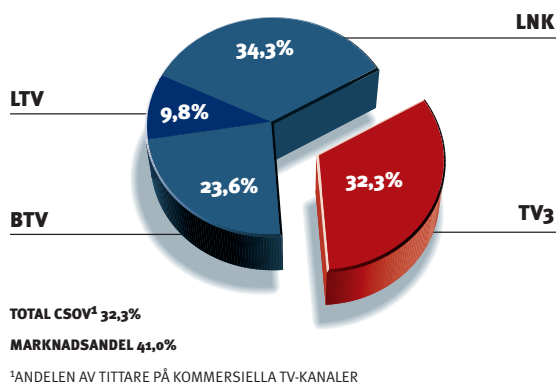
TV3 LETTLAND

I februari 2001 tilldelades TV3 en licens för rikstäckande
marksänd TV i Lettland. TV3 ökar därmed sin penetration från
72 procent av hushållen under 2000 till 95 procent och TV3
får rikstäckning i alla de tre baltiska länderna. 1999 var
penetrationen i Lettland 62 procent.

Trots en mognande marknad under år 2000, lyckades TV3
fördubbla sin försäljning och öka sin marknadsandel till 9
procent, jämfört med 6 procent föregående år. Lanseringen
av hösttablån 2000 var mycket framgångsrik och ledde till
att TV3 Lettlands kommersiella tittartidsandel ökade från 16
procent i oktober 1999 till 25 procent i oktober 2000.

Reklammarknaden inom TV i Lettland var stabil under
2000, med vissa indikationer om tillväxt under hösten. En
egenproducerad dokusåpa, en panbaltisk variant av så kal-
lat överlevnadsformat, samt de fortsatta framgångarna för
det egenproducerade underhållningsprogrammet "Be
tabu", liksom ryska serier och långfilmer, låg bakom den
starka utvecklingen.

LITAUEN



TV3 LITAUEN

År 2000 var ännu ett framgångsrikt år för TV3 Litauen som
var fortsatt ledande både vad gäller tittare och andelen av

reklamintäkter. Kanalens kommersiella tittartidsandel var 32,3 procent (35,7).

Programmen med flest tittare var den panbaltiska dokusåpan av överlevnadsformat, liksom det egenproducerade underhållningsprogrammet "Be tabu".

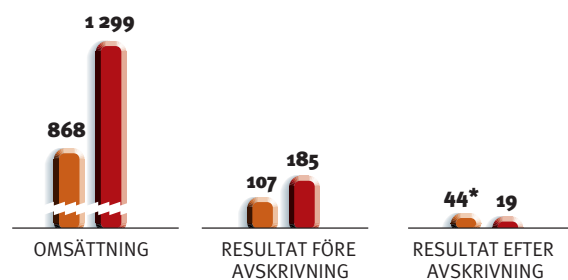
TV-marknaden i Litauen minskade något under året på grund av neddragningar från internationella annonsörer. Trots dessa förhållanden ökade TV3 Litauens intäkter med fyra procent. Penetrationen uppgick till 95 procent (95).

VIASAT3 UNGERN

Under hösten lanserade Viasat för första gången en TV-kanal utanför sitt geografiska kärnområde, som en följd av strategin att finna nya geografiska marknader för MTGs starka varumärken. Med Viasat3 i Ungern fick tittarna en ny, bred underhållningskanal efter samma koncept som TV3 i Norden och Baltikum. Viasat3 var tidigare en lokal Budapestkanal. Upplänkning och sändningar sker via Viasat Broadcast Centre utanför London, vilket bara är en av många synergier som uppnås med övriga TV-kanaler inom affärsområdet. Viasat distribueras via alla större kabeloperatörer och kunde vid årsskiftet ses av 45 procent av de ungerska TV-hushållen.

BETAL-TV

(MSEK) 1999 2000



* Kinnevik täckte 30 Mkr av TV1000s resultat 1999. Dessutom tillkommer goodwillavskrivningar för TV1000 på cirka 36 Mkr år 2000.

BETAL-TV

Betal-TV-utbudet säljs för parabolhushållen genom paketen Viasat Guld och Viasat Silver för en månatlig abonnemangskostnad. Viasat tar hand om distribution, marknadsföring och försäljning av dessa paket som också inkluderar ett basutbud.

DIGITAL-TV

Den viktigaste händelsen under år 2000 var övergången från analog till digital TV, vilket är det största och viktigaste projektet sedan starten av affärsområdet.

Övergången från analog till digital TV har skett genom att dela ut gratis digital-TV-boxar till alla Viasats premiumkunder i Sverige, Norge, Danmark och Finland. Det rör sig om totalt 350.000 hushåll. Under hösten 2000 inleddes också nyförsäljning av digital-TV-boxar genom ett så kallat cash & carry-koncept. Kunden får en gratis digital-TV-box och gratis parabol om han eller hon abonnerar på Viasat Guld i tolv månader. Genom denna kampanj hade Viasat vid årsskiftet fått 65.000 nya abonnenter, i mitten av februari 2001 var siffran 97.000 och då hade dessutom 285.000 av premium-



FÅNGE PÅ FORTET

Thomas Mygind är TV3 Danmarks största TV-stjärna alla kategorier. Han har varit programledare för 18 av 20 program som ligger i tio-i-topp genom åren på TV3, den danska kanalen som tillhör MTGs största affärsområde, Viasat Broadcasting.

– Mitt favoritprogram är "Svederen" som gjordes 1991. Men det beror nog på att det var det första frågesportprogrammet jag gjorde för TV3. Lärare och elever tävlade och jag var en mycket orättvis domare, säger Thomas Mygind.

Han gillar också att leda "Fångarna på fortet" och "Expedition: Robinson", de stora tävlingsserierna på TV3 Danmark under år 2000.

– Jag har faktiskt ett rekord själv när det gäller "Fångarna på fortet". Ingen annan i världen har varit programledare lika länge som jag, under de tolv år programmet funnits, berättar Mygind.

Han tycker att programmet gått igenom en intressant process när det gäller behandlingen i dansk press.

– När vi började med "Fångarna på fortet" var den negativa kritiken total, idag är jag programledare för en "mysig show", trots att programmet varit exakt likadant hela tiden.

Just nu spelar han in frågesportprogrammet "Greed" och sedan bär det av till Malaysia under två månader för en ny omgång av "Expedition: Robinson".

– Den tävlingsgren jag gillar mest är Plankan, där tävlingsdeltagarna balanserar på en plankan ovanför vattnet. Den tävlande som hållit ut längst har balanserat i fyra timmar, säger Mygind.

Lever man tillsammans på ett så nära sätt som under inspelningen av "Expedition: Robinson", är det svårt att hålla masken vid tävlingsmomenten.

– Man kan ju inte hjälpa att man tar ställning för en del av de tävlande, men det får man självklart inte visa.

Thomas Mygind skulle inte ha något emot att ställa upp i "Expedition: Robinson" själv, men bara om tävlingen inte filmades.

– Jag är nämligen mycket blyg privat, säger Mygind som började karriären som AD på en reklambyrå.

Sedan blev det lokalradio, lokal-TV, statliga TV och till sist TV3. Han har också lett överlevnadskurser och han vet vilken stress de tävlande går igenom.

– Vi har faktiskt varit befriade från olyckor i "Expedition: Robinson". Men också en vanlig turist kan råka ut för olyckor. När det gäller tävlingsmomenten i "Fångarna på fortet" brukar jag säga till de tävlande att det inte finns något de kan dö av under tävlingen. I sådana fall har de lika stor chans att dö i personalmatsalen, konstaterar Mygind.

parabol. Detta innebär att Viasats uppbyggnad av abonnentbasen sker med såväl positivt kassaflöde som resultat. På den analoga plattformen har 27 procent haft Viasat Guld, på den digitala TV-plattformen är siffran cirka 80 procent. Under hösten skedde också uppgraderingar bland existerande abonnenter från Viasats basutbud och från Viasat Silver. Ökningen av Viasat Guld ägde främst rum i Sverige och Danmark. Finland visade på en imponerande tillväxt om 98 procent. Det skedde dock från ett lågt antal abonnenter.

Även för Baltikum inleddes lansering av digital-TV i oktober 2000, med försäljning av motsvarande paket som i Norden. Utbudet har anpassats för den baltiska marknaden, och innehåller bland annat den ryska kanalen ORT International, samt de lokala TV3-kanalerna. Även satellitdistribution av TV1000 startades i Baltikum, med textning på de lokala språken. Eftersom det också finns ett stort antal rysktalande i regionen erbjuds även textning på ryska. TV1000 finns tillgängligt för parabolhushåll samt i kabel-TV-nätverken.

TV1000 OCH TV1000 CINEMA

Dessa filmkanaler utgör Viasats premiumutbud och ingår i Viasat Guld-paketet samt är tillgängliga via kabel-TV-utbudet. Med digital-TV-lanseringen finns varje film tillgänglig med tre olika starttider varje dag, så kallad multiplex.

Under 2000 ökade antalet TV1000-abonnenter med fem procent, från 384.000 till 405.000. De starkast växande marknaderna är Danmark, som ökade antalet abonnenter med 18 procent, och Sverige, som ökade med tio procent.

TV6

TV6 är en abonnemangsfinansierad kanal med två olika format och varumärken: TV6 Nature World, som sänder mellan 18.00 och 21.00, och TV6 Action World, som sänder mellan 21.00 och midnatt. Denna kanal ingår också i Viasat-paketet och distribueras även via de flesta kabel-TV-operatörerna.

Vid slutet av år 2000 hade TV6 1.708.000 betalande abonnenter på den skandinaviska marknaden, en ökning med sju procent från föregående år.

VIASAT SPORT

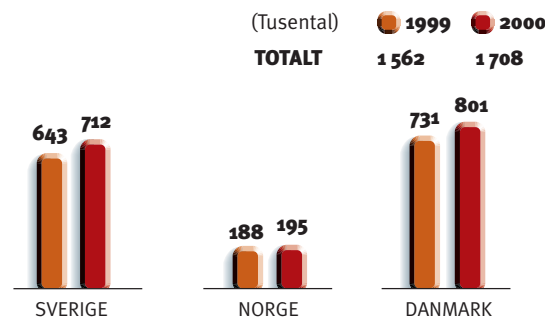
Viasat Sport lanserades 1999 som sportkanalen i Viasat-utbudet, med en kombination av direktsänd golf, europeisk toppfotboll, trav med mera. Genom sportkanalen utnyttjas de sporträttigheter som Viasat redan innehar men som till stor del tidigare inte kunnat användas fullt ut på TV3. All sport inom Viasat Broadcasting samlas där, utom den som sänds på TV3 (och dess systerkanal 3+ i Danmark).

Kanalen hade 554.000 abonnenter vid årsskiftet. Siffrorna inkluderar också abonnenter i de kabel-TV-nät som distribuerar Viasat Sport.

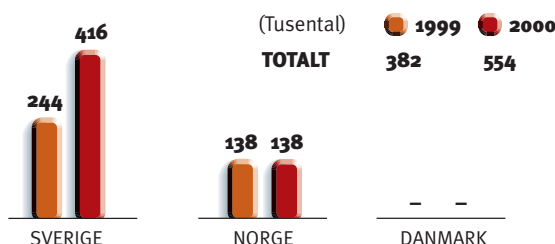
DISTRIBUTION

Viasat når tittarna genom sändningar till parabol, kabel-TV-nätverk, eller SMATV, som är förkortningen för de små kabel-TV-nätverken, samt i det digitala marknätet i Sverige.

TV6 (abonnenter, CATV & DTH)



VIASAT SPORT (abonnenter, CATV & DTH)



Kanalerna inom Viasat, oavsett om det gäller kabel-TV, parabolhushåll, SMATV, eller det digitala marknätet, distribueras via två satellitpositioner som dominerar den skandinaviska marknaden: 1 grad väst, som ägs av Telenor Satellite Services, och 5 grader öst, som ägs av Nordiska Satellit AB, NSAB. Alla digitala sändningar sker genom NSAB, som är hälftenägt av Société Européenne des Satellites S.A., bolaget bakom Astra-satelliterna.

Viasat är i grunden ett så kallat SMS-bolag, som står för Subscriber Management System. Ett SMS-bolag hyr, enkelt uttryckt, ut så kallade smartcards som möjliggör för konsumenten att via sin egen dekoder se kodade TV-program.

Viasat fungerar således på samma sätt som ett SMS-bolag inom mobiltelefonin, som hyr ut ett smartcard som ger abonnenter möjlighet att använda telefonen. Viasat sköter SMS-funktionen för parabolhushåll och SMATV.

De flesta kabel-TV-operatörerna på marknaden distribuerar också Viasats kanaler, som com hem och UPC i Sverige, Tele Danmark och Telia i Danmark, och UPC och Telenor Avidi i Norge.

Nästan två tredjedelar av hushållen i Skandinavien kan se Viasats kanaler genom något av de tre distributionssätten. I Baltikum är TV3 marksänt och når så många som 97 procent av hushållen Estland och 95 procent i Litauen. Genom licensen för rikstäckande marknät i Lettland, som tilldelades i TV3 i februari 2001, kommer penetrationen där att öka från 72 procent till 95 procent.

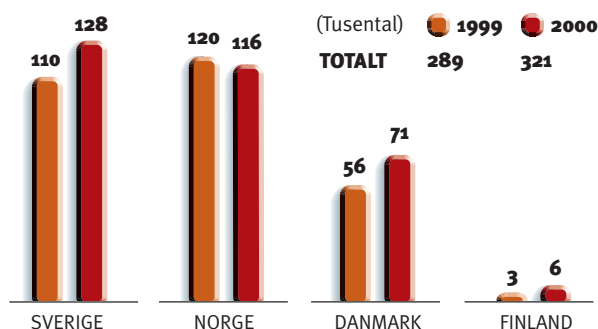
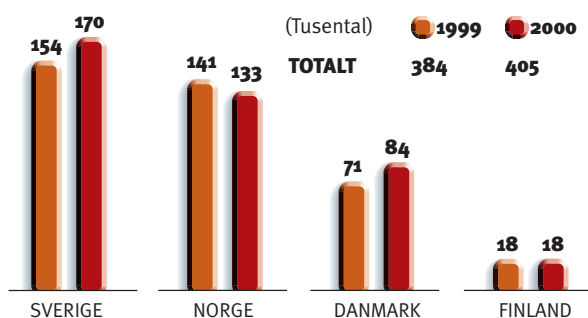
FRAMTIDEN

Viasat Broadcasting har skapat förutsättningar för fortsatt god omsättningstillväxt och ökad lönsamhet. Stabiliteten ökar genom att intäkterna kommer från såväl reklam som abonnemang.

De skandinaviska, baltiska och östeuropeiska TV-reklammarknaderna förväntas fortsätta att växa tack vare ökad penetration, ökad andel av reklaminvesteringar som allokeras till TV samt Viasats fokus på försäljning. Allt detta kan uppnås utan att kostnadsbasen väsentligt ökar.

Betal-TVs tillväxt drivs också av ökad penetration men också av högre andel av premiumkunder, minskad churn tack vare den digitala teknologin, samt slutligen nya intäkter från interaktiva tjänster. Som för fri-TV uppnås detta med i stort sett oförändrad kostnadsbas.

Utökningen av de geografiska marknaderna sker parallellt med denna utveckling.

VIASAT GULD (abonnenter)**TV1000** (abonnenter, CATV & DTH)

kunderna erhållit sina digital-TV-dekodrar.

Redan under det första kvartalet 2001 var därmed Viasat den största digital-TV-operatören i Norden.

Övergången från analog till digital distribution leder för Viasat till betydande kostnadsbesparingar genom minskade distributionskostnader. Kostnadsbesparingarna genom att under andra kvartalet 2001 upphöra med distributionen av betal-TV-kanalerna via analog teknik innebär att investeringen återbetalas inom två till tre år. Fri-TV-kanalerna kommer fortsatt att distribueras såväl analogt som digitalt.

Tidpunkten för övergången till digital-TV har varit noga genomtänkt. Viasat valde medvetet att avvaka med den digitala lanseringen till dess att kostnaderna på digital-TV-boxar sjunkit, samt då Viasat hade möjlighet att avsluta sina kontrakt för analog distribution och därmed kunde undvika kostnader för dubbla distributionsformer. Ett annat skäl var den tidigare osäkerheten kring vilken digitalstandard som skulle gälla. Viasat har valt en beprövad teknisk lösning, Viaaccess och Open TV, som dominerar digital-TV i Europa.

Huvudkonkurrent inom betal-TV är Canal Digital, som finns på hela den skandinaviska marknaden. Sedan lanseringen av digital-TV dominerar Viasat nyförsäljningen.

Digital-TV har varit i fokus i regionen under året, och det finns ett flertal operatörer på området. I Sverige är en av dem Telia-ägda kabel-TV-nätet com hem som erbjuder digital-TV-paket där abonnenterna får hyra boxar. Såväl com hem som de svenska statsägda operatörerna av digitalt marknät, Boxer/Senda, hade under år 2000 begränsad framgång på marknaden vad gäller antal digital-TV-abonnenter.

Sedan första kvartalet 2000 har Viasat Broadcasting också funnits med i det digitala nätverket i Sverige, med TV3, ZTV, TV8, Viasat Sport och TV1000, på samma sätt som bolaget levererar kanaler till regionens kabel-TV- och SMATV-nätverk.

Med den digitala tekniken kan Viasat distribuera TV med betydligt bättre bild- och ljudkvalitet till låg kostnad. Viasat Guld innehöll vid årsskiftet 20 digitala TV-kanaler samt tolv digitala radiokanaler som produceras av affärsområdet MTG Radio. Den digitala TV-plattformen ger också utrymme för interaktiva tjänster i form av spel, nyheter, väder och en programguide för navigeringen i den digitala världen. Bland utbudet finns Goal Show, som innebär att den som ser en match i fotbollens Champions League samtidigt kan se målen i andra pågående matcher.

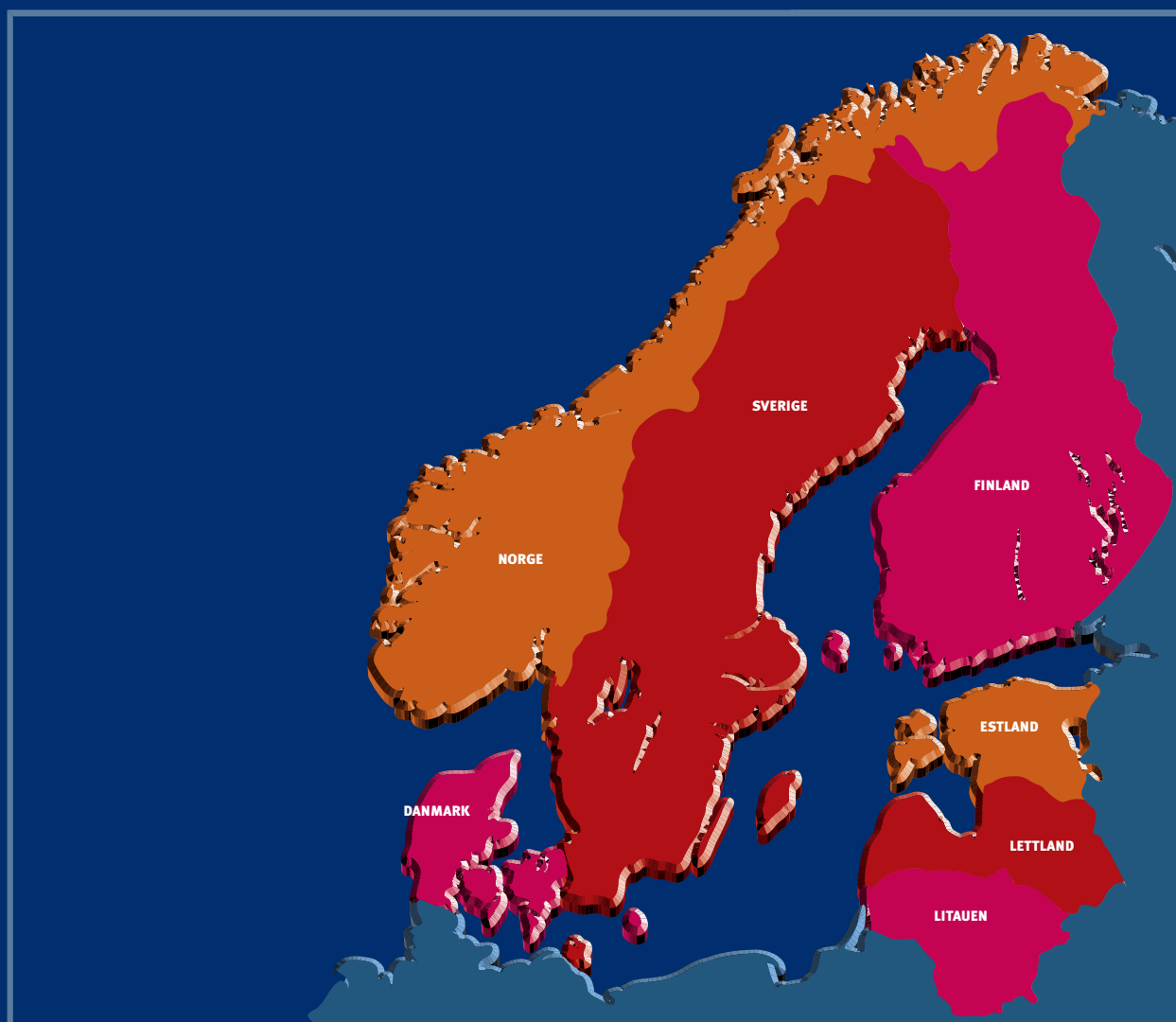
UTVECKLINGEN

Vid utgången av 2000 hade Viasat 1.077.000 parabol-TV-abonnenter på den skandinaviska marknaden. Det motsvarar en förväntad nedgång under året, förklarad av att hushållen valde att avvaka med att investera i satellit-TV i väntan på digital-TV.

Samtidigt ökade antalet abonnenter av Viasat Guld-paketet med elva procent, från 289.000 till 321.000 under året. Det berodde på att av den nyförsäljning som skedde, så valde allt fler premiumutbudet. Det som hjälpt till att driva försäljningen av Viasat Guld är det nya cash & carry-konceptet, där kunden förskottsbetalar ett tolv månaders abonnemang på Viasat Guld och får gratis digital-TV-box och



Everytext



EVER4MOBILE LEVERERAR INNEHÅLL TILL MOBILA TJÄNSTER

FÖRLÄNGT AVTAL FÖR EVER4TEXT I SPANIEN • EVER4DAY.COM

NEW MEDIA

I det nya affärsområdet New Media samlas bolag som gör existerande innehåll tillgängligt för nya distributionsplattformar, som digital-TV och mobiltelefoni.

NEW MEDIA

Under fjärde kvartalet år 2000 inleddes arbetet med att forma affärsområdet New Media vars syfte är att använda existerande innehåll för att göra det tillgängligt för nya distributionsplattformar och därmed skapa nya möjligheter för användarna inom det område som sammanfattningsvis kallas nya medier.

Allt MTGs innehåll görs tillgängligt i de former som kunderna väljer, där traditionellt tidningar, radio och TV varit störst, men där nya medier får allt större betydelse; från numera etablerade plattformar som text-TV, Internet och SMS för dagens mobiltelefoni, till interaktiv digital-TV och de möjligheter som öppnas inom nästa generations mobiltelefoni, UMTS (Universal Mobile Telecommunications System). MTG finns med som innehållsleverantör till Tele2 som erhållit licenser i såväl Sverige som i Norge för det som vardagligt kallas 3G. Med New Media ska MTG fortsätta att ta vara på de nya strömmar av intäkter som blivit möjliga och kontinuerligt kommer att bli fler.

Inom ramen för New Media har startats Everyday.TV, den interaktiva-TV-portalen, samt Everymobile, för mobilt innehåll. Från Modern Interactive har överförts övrig interaktiv verksamhet inom text-TV och Internet, då det affärsområdet renodlats för att fokusera på traditionell direktförsäljning via TVn, så kallad homeshopping, samt e-handel. Inom New Media finns sålunda nu Everytext (Interactive Television), annonsförsäljningsverksamheten Webad (MTG Internet) samt MTGs del i Internetportalen Everyday.com.

Därmed underlättas arbetet att göra innehåll parallellt tillgängligt i multipla mediefönster, med samtidig annonsförsäljning till dessa.

På samma sätt som skedde med lanseringen av den helt interaktiva dokusåpan "Baren", där bland annat TV3, ZTV, RIX FM, Everyday.com och Modern Merchandising samverkade med telekomoperatören Tele2, ska New Media bygga innehåll och tjänster kring exempelvis TV-program.

Den rör allt från omröstningar, till chatt och försäljning av produkter och utökad information, streaming video, "bakom kulisserna"-sändningar, ringsignaler och bilder för mobiltelefonen samt annonspaket och sponsorskap.

EVERYDAY.TV

Everyday.TV lanserades samtidigt som affärsområdet Viasat Broadcasting startade sin digitala TV-plattform. Everyday.TV är den interaktiva TV-portalen för Viasat Broadcastings digital-TV-abonnenter.

Den snabba tillväxten för Viasat Broadcastings digitala TV-plattform gör Everyday.TV till den ledande interaktiva TV-portalen på den nordiska marknaden.

Bland de första tjänsterna som skapats är Goal Show, där den som följer en fotbollsmatch i Champions League kan se målen i de andra matcherna samtidigt med huvudmatchen.

Redan idag har digital-TV-användarna tillgång till en omfattande elektronisk TV-guide, nyheter, väder och spel. För ishockey-VM i Tyskland i april 2001 skapas tjänster och innehåll. Ytterligare innehåll blir tillgängligt med tidningarna Metro och Finanstidningen på Everyday.TV. För Metro innebär det en kompletterande distributionsform som gör tidningen tillgänglig för digital-TV-hushållen i Norden, gratis och annonsfinansierad som den utdelade tidningen. Trafiken på Everyday.TV genereras med hjälp av den cross pro-

motion som är möjlig med TV-kanaler, radionätverk, tidningar och webb inom MTG och tidningen Metro. Därmed kan marknadsföringskostnaderna hållas på en låg nivå.

Intäkterna skapas, förutom genom traditionell annonsering och avgiftsbelagda tjänster för telefonen, med nya möjligheter; från interaktiv TV-reklam, till direktförsäljning då tittarna med hjälp av digital-TV-boxen kan genomföra ett köp direkt genom TVn. Det skapar också ytterligare förutsättningar för bland annat CDON inom affärsområdet Modern Interactive och för Modern Merchandising som erbjuder produkter kopplade till exempelvis program. Andra intäktsströmmar skapas med betaltjänster, exempelvis för spel.

Möjligheterna för Everyday.TV följer Viasat Broadcastings tillväxt av digital-TV-abonnenter i Norden och Baltikum samt den tekniska utvecklingen av digital-TV.

EVERYMOBILE

Everymobile startades under fjärde kvartalet år 2000, med syfte att tillvarata de möjligheter som MTG som mediehus har inom det mobila området.

Målet är att bli leverantör till de ledande mobiloperatörerna i de länder där verksamheten etableras för att på så sätt kunna erbjuda den breda massmarknaden tjänster och innehåll inom mobiltelefoni och följa med den utveckling som pågår, från dagens SMS för GSM-telefoni, via teknologier som WAP, GPRS och UMTS. Fokus initialt är på tjänster för GSM-telefonin, speciellt relaterade till det alltmer utbredda användandet av SMS (Short Message Service). Under första kvartalet 2001 lanserades mobilportalen Everymobile.com på Internet, med allt från ringsignaler till bildder för telefonerna, underhållning och dating. Exempelvis erbjuds låtarna på veckans topplista tillsammans med ZTVs topplistemprogram "ZTV Toppen".

Inledningsvis finns Everymobile.com tillgänglig på svenska, men fler språkversioner följer, däribland för Norge och Baltikum.

Med tjänsterna ska mobiltelefonioperatörernas relationer med sina respektive kunder förstärkas. Infrastruktur och teknisk plattform skapas för att innehållsleverantörer på ett kostnadseffektivt och säkert sätt ska kunna kommunicera med sin målgrupp.

EVERYDAY.COM

Internetportalen Everyday.com, där MTG äger 50 procent och Tele2 50 procent, marknads lanserades i Sverige under slutet av 1999. Fram till årsslutet 2000 hade etablering skett i ytterligare elva länder i Europa. Dessa är Nederländerna, Frankrike, Norge, Österrike, Estland, Italien, Tyskland, Schweiz, Luxemburg, Danmark och Finland. I slutet av januari 2001 skedde lansering i Spanien. Utanför Norden opereras Everyday.com genom franchiseavtal.

Lanseringarna har varit en del av strategin att följa den paneuropeiska teleoperatören Tele2, som erbjuder fasttelefoni dessa länder. Everyday.com kompletterar genom att tillhandahålla abonnemangsfri Internet, gratis e-post, ett brett innehåll och elektronisk handel. Vid starten i Spanien hade Everyday.com totalt mer än 1,4 miljoner registrerade medlemmar.



INTERAKTIV SPORT

Claes Åkeson är sportankare på TV3 Sverige, programledaren som i sportstudion ger oss den senaste informationen från sportens värld tillsammans med bisittaren Thomas Nordahl. Som kommentatorer under fotbollsmatcherna i Champions League, arbetar teamet Lasse Kinch och Glenn Hysén.

När Aftonbladet recenserade de olika TV-kanalernas sportsändningar och deras programledare, hyllades Claes Åkeson och Thomas Nordahl kallades geni.

– Det känns roligt att bli uppskattad, säger Claes Åkeson som kallar Thomas Nordahl för sin "andra pappa".

– Vi är jättegoda vänner som känner varandra utan och innan. Jag tycker det märks i studion.

Åkeson har också gjort reklam för Viasats digitala TV-plattform. När det gäller affärsområdet New Media i MTG ligger sporten långt framme.

– Hösten 2000 introducerades Goal Show, där man kan se mål i de andra matcherna när man ser huvudmatchen i Champions League. De som kan se våra sändningar digitalt trycker bara på en knapp på fjärrkontrollen, berättar Åkeson.

Han tror att de nya interaktiva möjligheterna som öppnas med digital-TV är oändliga.

– Just nu ligger alltsammans i sin linda, men under de närmaste åren kommer det att hända oerhört mycket. På ett enkelt sätt kommer tittarna att få tillgång till information och tjänster.

Kontakten med tittarna har TV3 redan löst på ett elegant sätt. Under de senaste årens hockey-VM har TV-tittarna mitt under sändning fått e-posta in frågor och kommentarer till sportstudion.

– Vi har bara fått positiva reaktioner på detta, säger Claes Åkeson. Det är ett enkelt och bra sätt att hålla kontakt med tittarna som vi kommer att fortsätta med.

De viktigaste sportprogrammen under år 2000 tycker Åkeson var ishockey-VM, Champions League och de stora golftävlingar man visat.

– Framför oss i år har vi hockey-VM i Tyskland. Det kommer att bli en verklig höjare där det är otroligt viktigt att det går bra för Tre Kronor.

Claes Åkeson har ingen direkt favoritsport som han ser på TV, han tittar nämligen på det mesta i sportväg. Dessutom idrottar han själv.

– Jag ser mig själv som sportig, jag springer åtta-nio mil i veckan och spelar även golf.

Innan han 1996 började hos Viasat och TV3, arbetade Claes Åkeson för SVT, där han bland annat svarade för lördagsunderhållning med Kattis Ahlström.

– Det är stor skillnad mellan SVT och TV3. TV3 är en orädd kanal som vågar mer. Här har vi aldrig tråkigt, säger Claes Åkeson.

Under året etablerade sig Everyday.com som en ledande aktör i Norden och Baltikum och hade snabb tillväxt i Nederländerna och i Frankrike. På övriga marknader är Everyday.com fortfarande i en etableringsfas.

EVERYTEXT

I Everytext har den mångåriga text-TV-verksamheten som bedrivs för bland annat TV3 och ZTV samlats, med ett brett innehåll och rader av tjänster. Den mest omfattande text-TV-verksamheten inom Everytext finns dock inte i MTGs geografiska kärnområde utan har sedan 1995 byggts upp i Spanien, med cirka 3,1 miljoner unika text-TV-tittare/användare varje dag.

Text-TV-verksamhet i Spanien har under senare år visat kraftig organisk tillväxt jämte starka resultat.

Under sommaren 2000 förlängdes avtalet med en av de befintliga uppdragsgivarna, den rikstäckande kommersiella kanalen Telecinco (Tele5).

Everytext-bolaget Interactive Television InTV España S.A. har den exklusiva rätten till produktion och annonsförsäljning för text-TV för såväl analog som digital distribution. Det nya och förlängda avtalet med Telecinco (Tele5) löper till början av 2006.

Genom ett annat Everytext-bolag, IMS, sker produktion och annonsförsäljning för text-TV för Telemadrid, en TV-kanal som sänder över Madridregionen. Innehåll och tjänster består bland annat av inrikes-, utrikes-, finans-, sport- och kulturnyheter, liksom väg- och trafikinformation och chatt.

WEBAD

WebAd (MTG Internet) är annonsförsäljningsbolaget för nya medier, som Internet, text-TV och digital-TV. Under år 2000 var de största kunderna i Sverige Everyday.com, som ägs av MTG och Tele2, MTG-sajter som tv3.se och ztv.se samt Internetversionen av Metro i Stockholm, Göteborg och Malmö, som ägs av Metro International S.A.

I Norge etablerade sig WebAd under året som nummer två på marknaden för annonsförsäljning på Internet. Det skedde genom, vid sidan av Everyday.com, säljuppdrag för externa kunder som Yahoo.no, LibertySurf.no och QXL.no.

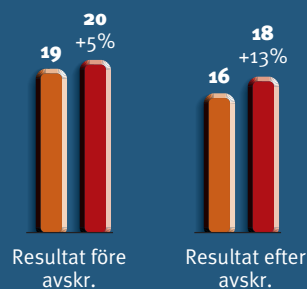
I samband med skapandet av affärsområdet New Media har WebAd stärkt sin försäljningsorganisation och breddat sin verksamhet till att omfatta andra nya medier, som digital-TV-plattformen, samt övertagit försäljningsansvaret för text-TV.



RESULTAT

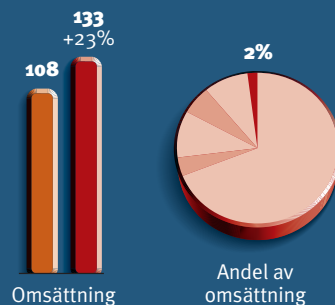
(MSEK)

1999 2000



OMSÄTTNING

(MSEK)



MTG KONSOLIDERAR FINSKA RADIOVERKSAMHETEN - TIO RAD

- POWER HIT RADIO FORTSATT STOCKHOLMS STÖRSTA KOMME

MTG RADIO

Affärsområdet Radio har ägarandelar i de marknadsledande radionätverken i Sverige, Norge och Finland. Verksamhet bedrivs också i Estland och Lettland.

MTG RADIO

Efter förvärvet på den finska radiomarknaden har affärsområdet Radio ägarandelar i de marknadsledande radionätverken i såväl Sverige som Norge och Finland: RIX FM, som är Sveriges största kommersiella radionätverk, P4 Radio Hele Norge, som är Norges enda rikstäckande kommersiella radionätverk, samt Radio Nova, som är Finlands enda nationella kommersiella radionätverk.

Power Hit Radio, som är Stockholms största kommersiella radiostation samt Stockholms och Göteborgs sammanlagt största kommersiella radiostation, ingår också, liksom nationell radio i Estland och Lettland.

Affärsområdet drevs under året enligt samma strategi som under 1999, nämligen att öka omsättning och resultat genom koncentration på försäljningsarbetet och kostnadsbesparingar. Detta resulterade i att affärsområdets svenska delar för första gången gick med vinst på helårsbasis.

Radiokanalernas musikutbud lanserades vidare under året inom ramen för Viasats digitala TV-plattform, där också ett tiotal tematiska musikkanaler skapats, med allt från klassisk musik till rock och soul.

SVERIGE

År 2000 präglades av en fortsatt ökad effektivitet i säljkåren. Utvecklingsarbetet inom säljledning samt utbildning av den säljande personalen fortgick under året med ökat antal besök per säljare, fler avslut och högre snittordervärden som följd.

Dessa åtgärder var orsaken till att omsättningen ökade med 15 procent i en marknad som gick upp med 10 procent. Affärsområdet MTG Radio stod för cirka 29 procent av tillväxten i den svenska marknaden under året vilket betyder en utökad marknadsandel.

Vid sidan av försäljning av reklamutrymme till externa kunder är radion också ett mycket viktigt redskap för andra företag inom MTG att marknadsföra sig i. Därför används icke såld reklamtid till marknadsföring för andra verksamheter, så kallad cross promotion, med kostnadseffektiv marknadsföring för koncernen i helhet som resultat.

LYSSNARNA

Konkurrensen om radiolyssnarna har under åren blivit allt hårdare. Genom en vidareutveckling av produkten har RIX FM lyckats bevaka sin position som Sveriges största kommersiella nätverk. Power Hit Radio fortsätter att vara Stockholms största kommersiella station.

Radiundersökningsföretaget RUABs första mätning 2001 visade att RIX FM, för nionde undersökningen i rad, är Sveriges största kommersiella radionätverk. Stationens nyckelprogram RIX MorronZoo fick i september ny besättning som snabbt gjorde succé.

Under 2000 överträffade Power Hit Radio föregående års toppnotering på 11 procent genom att nå 12,2 procents lyssnande i Stockholm. Power fortsatte även att locka fler lyssnare i Stockholm än den statsägda musikkanalen P3.

MARKNADEN

Under 2000 ökade branschens omsättning i Sverige med drygt 10 procent från 546 Mkr till 600 Mkr. Branschen som

helhet hade för första gången intäkter i nivå med kostnaderna. Tillväxten drevs av att existerande kunder lade mer av sina investeringar i medier i radio, att ytterligare annonser tillkom samt att prisnivåerna ökade.

RIX-nätverket består av 25 stationer som riktar sig till målgruppen 20+. Formatet är så kallad Hot Adult Contemporary, eller Hot AC. I vanligt tal betyder det aktuell popmusik för vuxna. Nyckelprogram är RIX MorronZoo som sänds vardagar mellan 06.00 och 10.00.

Power Hit Radio består av en station i Stockholm och en i Göteborg, och riktar sig till målgruppen 15–34 år med ett format kallat Contemporary Hit Radio med rytm, eller så kallat CHR/rythmic. Musiken kan beskrivas som de senaste hitlåtarna, men ingen rockmusik. Även på denna station är morgonprogrammet "The Power Morning Show" nyckelprogram. Båda stationernas format har varit intakt under året.

Vid sidan av affärsområdet Radios stationer RIX FM och Power Hit Radio, verkar i Sverige MIX Megapol, med 13 stationer, NRJ med 21 stationer, Fria Media med 12 stationer och City3 med fyra stationer.

I denna konkurrens hade MTG Radio år 2000 21 procent av reklammarknaden (20 procent 1999).

P4 RADIO HELE NORGE

P4 Radio Hele Norge, som är Norges enda rikstäckande kommersiell radio, är börsnoterat på Oslo Fondbörs. MTG är största ägare med 33,1 procent.

I åldersgruppen 20–40 år är P4 Norges klart marknadsledande kanal med ett veckolyssnande på 49 procent, jämfört med 48 procent 1999. Totalt är P4 i Norge landets näst största kanal och lyssnandet under 2000 ökade något. 25,0 procent av normmännen lyssnade på kanalen dagligen, jämfört med 24,7 procent 1999. Den norska marknaden för radioreklam ökade till 6,0 procent av reklammarknaden, jämfört med 5,7 procent vid inledningen av 2000.

Omsättningen uppgick till 302,3 miljoner kronor (294,2), rörelseresultatet blev 102,7 miljoner kronor (93,7). MTGs del i P4s resultat 2000 uppgick till 24,6 miljoner kronor (29,2).

Som tillägg till fokuseringen på P4s kärnverksamhet är avsikten att kapitalisera på de värden i innehåll som kanalen producerar. P4 har i slutet av 2000 etablerat sig som ett fullvärdigt digitalt mediehus.

Koncernen har etablerat Byrå P4 som producerar och gör innehållsproduktionen tillgänglig för alla digitala produktionskanaler, med fokus på fast och mobilt Internet. Som innehållsleverantör ska P4 vara ledande i att använda olika teknologier. Målsättningen är att ligga i framkanten för varje teknologisk utveckling på marknaden vad gäller elektronisk och digital kommunikation.

P4 har under året beslutat att överföra de erfarenheter man har med "forsiden.no" till P4.no, som ska vara huvudsatsningen till P4 på Internet. 2000 lanserade P4 den digitala radioapparaten P4 Desktop Radio, en nedladdningsbar mjukvara för att lyssna på direktsänd radio via sin dator. Mätningar visar att P4 var den kanal som hade flest Internetlyssnare år 2000.



TVÄRT EMOT I BAREN

Anders Høglund är sedan flera år tillbaka programledare för det norska radioprogrammet "Tvert imot" som sänds varje vardag mellan kl 11.00 och 12.00 på P4 Radio Hele Norge, landets enda rikstäckande kommersiella radiokanal. Radio är ett affärsområde inom MTG och koncernen är största ägare i P4.

– "Tvert imot" har ett enkelt koncept. Jag ställer varje dag en fråga och sedan får allmänheten ringa in till programmet, där jag är "tvärt emot", och bemöter deras kommentarer och åsikter. Idag hade vi till exempel frågan "Ska homosexuella få adoptera barn?" De som var positiva till frågan, bemötte jag genom att tala om att man måste tänka på Gud eller sätta barnen i fokus. Jag har en ganska misantropisk hållning i programmet, säger Anders Høglund.

"Tvert imot" har väckt åtskillig uppståndelse i Norge och mängder av normmän sitter varje dag klistrade vid radioapparaterna.

– Det brukar bli ett helsikes bråk emellanåt och de som kommer fram i programmet skriker eller gråter, berättar Anders Høglund.

Att ha ett radioprogram som körs varje vardag kräver sin man och 53-åriga Høglund medger att det kan vara jobbigt ibland.

– När man är förkyld eller har feber kan det kännas kämpigt, men jag älskar att göra det här programmet, så jag går till jobbet även när jag är sjuk, konstaterar den kontroversielle programledaren.

Men Anders Høglund arbetar inte bara med radioprogrammet "Tvert imot", han är också programledare för direktsändningen av den norska versionen av "Baren". Norge är det första landet utanför Sverige som visade detta Strixformat som först gjorde succé på TV3 i Sverige och på den svenska delen av Everyday.com försommaren 2000.

"Baren" hade norsk premiär hösten 2000 och man är nu inne på sin andra framgångsrika säsong. Anders Høglund tycker att normmännen gjort en egen version av "Baren".

– Jag har besökt "Baren" i Sverige och träffat Robert Aschberg, men jag har inte sett så mycket av den svenska TV-serien, säger Høglund.

I likhet med svenska "Baren" är själva baren en plats som alla kan besöka.

– Baren ligger centralt i Oslo, mitt på Karl Johann, säger Anders Høglund.

Han gillar seriens tuffa "reality-koncept" där de medverkande hela tiden följs av kameror.

– Det här är kultur för unga människor, säger Høglund. Det här är programmet som man snackar om. Det är verkligen något som socialantropologer borde studera.

KONSOLIDERING I FINLAND

I enlighet med affärsområdet Radios strategi att konsolidera den nordiska radioverksamheten förvärvades under slutet av året en betydande ägarandel i Finlands ledande kommersiella radionätverk, Radio Nova. MTG Radio blev hälftendelägare tillsammans med P4 Radio Hele Norge Oy, som äger övriga 50 procent, i det bolag som kontrollerar 26 procent av aktierna i Radio Nova.

Radio Nova är Finlands enda rikstäckande kommersiella radionätverk med 745.000 dagliga lyssnare och är klart marknadsledande på den finska radiomarknaden. Som en följd av beslutet att fokusera på Radio Nova avyttrades ägandet samt ansvaret att driva de båda nätverken Star FM och Groove FM.

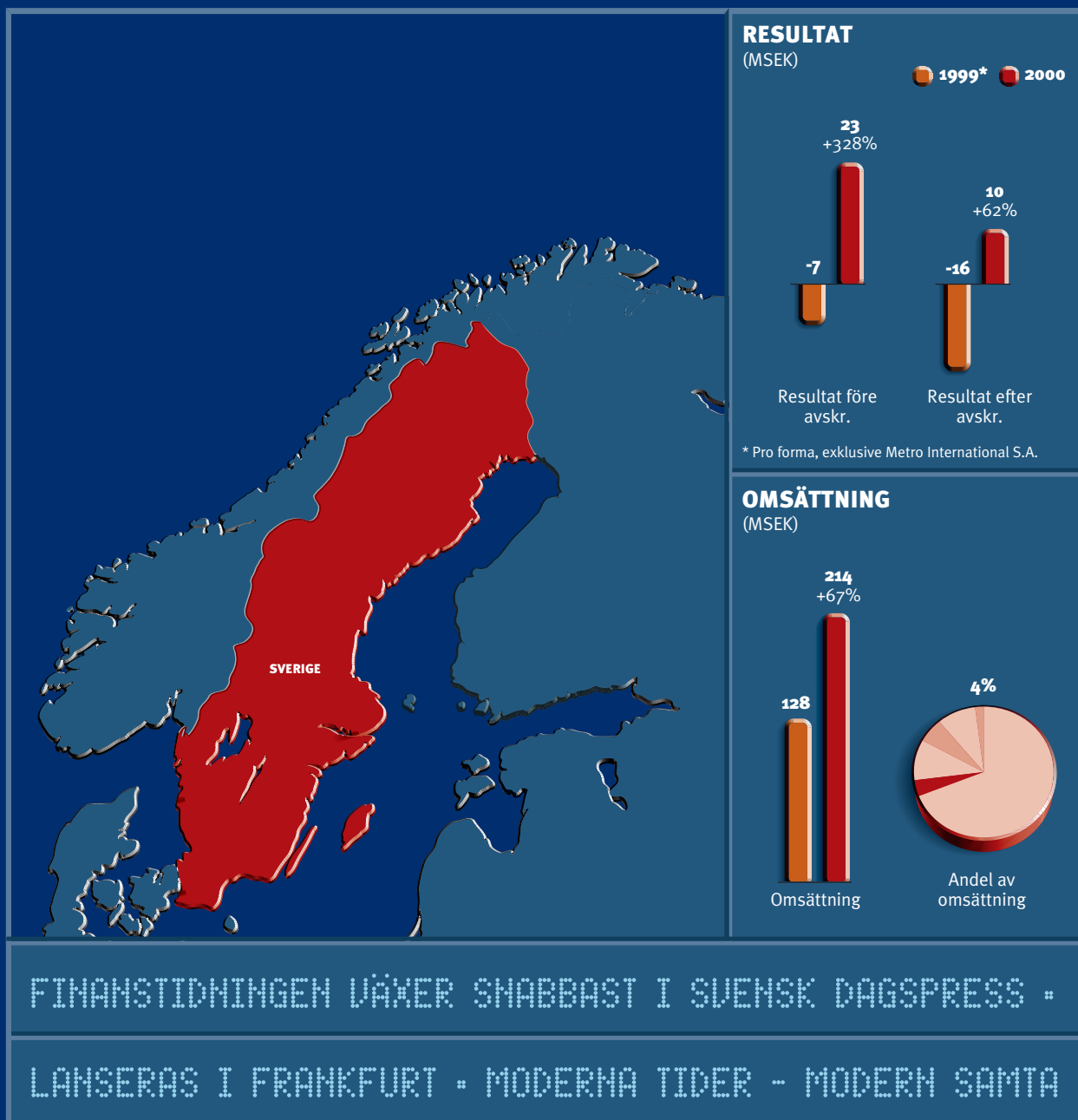
BALTIKUM

Radionätverken i Lettland och Estland ändrade under året format från det så kallade Soft Adult Contemporary-formatet till det något snabbare Adult Contemporary (AC). AC-formatet innebär aktuell popmusik för vuxna och bytet gjordes för att ytterligare attrahera samt bredda nätverkens målgrupp. I samband med formatbytet ändrades också namnet till Star FM.

I Estland utökades under året nätverket med ytterligare två frekvenser och Star FM når nu cirka 70 procent av landets befolkning och cirka 85 procent av annonsmarknaden. Nätverket har 73.000 veckolyssnare vilket motsvarar cirka 6,5 procent. Kanalen ökade sitt lyssnande med 25 procent under de första sex månaderna efter namnbytet till Star FM. I maj startades även stationen Power Hit Radio i Tallinn. Stationen når ut till cirka 400.000 lyssnare och hade efter sex månader en veckoräckvidd på 35.000 lyssnare och den ökar stadigt.

Power Hit Radios format är Contemporary Hit Radio (CHR/Dance), vilket är detsamma som de senaste hitlåtarerna, och riktar sig till en yngre publik. Omsättningen ökade under året med 83 procent på en marknad som låg kvar på samma nivå som året innan.

Star FM är en av Lettlands två nationella kommersiella radiostationer. Nätverket har 261.000 veckolyssnare vilket innebär en ökning med 18 procent under året. Omsättningen ökade med 35 procent medan marknaden totalt ökade med 20 procent. Fokus ligger på att förbättra säljkåren genom utbildning samt en fortsatt ökning av lyssnandet. Star FM och Power Hit Radio i Baltikum redovisas som intressebolag.



PUBLISHING

Affärsområdet Publishing fokuserar på finansiella nyhetstjänster, med utgångspunkt från FinansTidningens framgångar. År 2000 blev FinansTidningens första med vinst.

PUBLISHING

Som en följd av utdelningen av Metro International S.A. till MTGs aktieägare fick affärsområdet Publishing under hösten år 2000 en ny inriktning.

Ett arbete på att fokusera mot finansiella nyhetstjänster inleddes, med utgångspunkt från framgångarna med Finans-tidningen. Produktionen av tidningar, TV och webbtjänster baserade på börs-, näringsliv- och ekonominyheter har samlats i samma affärsområde. Utöver redan existerande cross promotion kan innehållet erbjudas i olika distributionsformer, till lägre kostnad utan att avkall görs på kvaliteten.

Vid sidan av etablerade mediefönster, som tidningar, TV och Internet, tillkommer distributionsformer inom nya medier; från mobila tjänster till digital-TV. Affärsområdet Publishing blir en viktig innehållsleverantör för affärsområdet New Media, som ska öppna nya mediefönster för MTGs innehåll. SMS för dagens mobiltelefonistandard GSM och tjänster för nästa generation mobiltelefoni, UMTS, liksom den interaktiva plattformen Everyday.TV inom ramen för Viasats digitala TV-plattform, är några av de nya fönster som öppnas för Publishings innehåll.

Intresset i Sverige för finansiella nyhetstjänster har ökat kraftigt, i och med pensionsreformen som innebär att 70 procent av alla i landet direkt eller indirekt äger aktier. Marknaden har tidigare bestått av en dominerande aktör som nu på allvar börjat få konkurrens.

Omsättningen för Publishing utan Metro ökade med 67 procent till 214 miljoner jämfört med föregående år och affärsområdet gick med vinst. År 2000 blev dessutom Finanstidningens första år med vinst.

FINANSIELLA NYHETSTJÄNSTER

FINANSTIDNINGEN

LÄSARE

MTG övertog Finanstidningen i maj 1998. Upplagan låg då på 12.000. Sedan dess har den stadigt ökat. För helåret 2000 var den kontrollerade upplagan från Tidningsstatistik, TS, 27.400, jämfört med 17.300 föregående år. Det motsvarar en ökning om 58,4 procent, vilket var den högsta procentuella ökningen vad gäller upplaga i svensk dagspress under 2000.

Antalet läsare ökade samtidigt med 24 procent, från 143.000 till 177.000, enligt SIFO/Orvestos räckviddsundersökning för helåret. Därmed var Finanstidningen också den snabbast växande affärstidningen i Sverige under år 2000, både procentuellt och i antalet nya läsare.

Bakom framgången ligger en redaktionell satsning kombinerad med effektiv marknadsföring. Under de senaste två åren har strategiska rekryteringar gjorts av profilskribenter till redaktionen. Samtidigt har provprenumerationer delats ut till tidningens målgrupp som är beslutsfattare i företag med fler än 50 anställda. Dessa ledande befattningshavare inom svenskt näringsliv har fått prova tidningen under en till tre månader. De har därefter erbjudits att teckna en prenumeration. Antalet som accepterat har varit mycket hög. Denna marknadsföringsstrategi fortsätter även under 2001. I mars 2001 inleddes vidare ett samarbete med Financial Times, som är världens mest respekterade dagliga affärstidning. Financial Times helgtidning Weekend FT, inklusive bilagan How To Spend It, delas ut till Finanstidningens

helårsprenumeranter, existerande och nya, på söndagar.

Finanstidningen utkommer tisdag-lördag. Med Weekend FT på söndagar läggs en sjätte utgivningsdag till de fem dagar Finanstidningen kommer ut på.

FÖRSÄLJNINGEN

Även annonsförsäljningen har fortsatt att utvecklas mycket positivt. Under året ökade annonsintäkterna för Finanstidningen med 171 procent. Genom den allt högre räckvidden bland beslutsfattare i företag med över 50 anställda når annonsören sin målgrupp till betydligt lägre kontaktkostnad än i konkurrerande medier.

KAPITAL

Kapital är ett månadsmagasin som ursprungligen gavs ut gratis till helårsprenumeranter av Finanstidningen men också till andra intresserade. Lanseringen skedde i maj 1999 och mottagandet från läsarna har varit positivt.

Kapital ingår fortfarande som en bonus till helårsprenumeranter av Finanstidningen och ger därmed ett mervärde i konkurrensen med andra affärstidningar.

För övriga prenumeranter av Kapital påbörjades under år 2000 en konvertering. Erbjudanden om att fortsätta som betalande skickades ut med gott resultat. Strategin med att konvertera gratisprenumeranter till betalande prenumeranter fortsätter under 2001.

TV8

TV8, som förvärvades under 1998, är den enda svenska ekonomikanalen. Kanalen ingick inledningsvis i affärsområdet Viasat Broadcasting. Den är fortsatt en del av de kanalpaket som Viasat erbjuder till sina parabolkunder och ingår också i kabel-TV-utbudet. Men det är med affärsområdet Publishing de största synergier kan uppnås.

Finanstidningen producerar de ekonominyheter som sedan år 2000 sänds varje timme från före Stockholmsbörsens öppnande till efter dess stängning. TV8 sänder också det egenproducerade "O som i Ortmark" där Åke Ortmark, vinnare av Stora Journalistpriset, möter svenska och internationella ledare från både näringsliv och politik.

Utöver egenproducerade program består utbudet av högkvalitativa dokumentärer från BBC och the History Channel. Dagtid och nattetid kompletteras detta med ekonomisändningarna från Bloomberg Television.

Under 2001 utökas det svenska innehållet, i samarbete med Finanstidningen, Kapital och Moderna Tider. Den senaste tidskriften ingår också i affärsområdet. Det samarbetet säkerställer hög trovärdighet.

TV8s penetration ökade under 2000 från 13 till 20 procent av Sveriges TV-befolkning. Kanalen kan därmed nås av 1.740.000 tittare. Under år 2000 redovisades kanalen inom affärsområdet Viasat Broadcasting.

www.finanstidningen.se

Finanstidningens hemsida, www.finanstidningen.se, hade en god utveckling under 2000 och i slutet av året lanseras en förbättrad hemsida, med kontinuerligt uppdaterade nyheter, samarbete med nyhetstjänsten Ticker vilkas samt-



MODERNA SAMTAL

Susanna Popova är en av Sveriges främsta samhällsdebattörer. Sedan 1999 är hon chefredaktör för Moderna Tider, kulturtidskriften som under år 2000 ökade sin upplaga med 93,7 procent. Innan dess var hon ledarskribent på Svenska Dagbladet och Dagens Nyheter.

Moderna Tider tillhör affärsområdet Publishing som fokuserar alltmer på finansiella tjänster. Här ingår Finanstidningen som Moderna Tider har ett fruktbart samarbete med. På Kultur & Liv i Finanstidningen publiceras artiklar ur Moderna Tider och nya helårsprenumeranter av Finanstidningen får fem nummer av Moderna Tider.

Susanna Popova tycker att det finns en naturlig koppling mellan kultur och finansiella tjänster:

– Finanstidningen har under lång tid haft en framgångsrik kultursida, vilket är helt rätt. Man får inte låsa in sig i målgrupps-tänkande och underskatta läsbehovet hos den grupp som läser Finanstidningen och tro att de inte är intresserade av kulturfrågor och samhällsdebatt.

Susanna Popova är en välkänd debattör också i TV. Under början av 2001 har hon tagit ytterligare ett steg, från att vara gäst i debattprogram till att också göra egna program i TV8, Sveriges enda ekonomikanal som numera ingår i Publishing.

I den kritikerhyllade serien "Moderna Tider – moderna samtal" förs angelägna samtal med intressanta personligheter och debatten går på djupet.

– TV8 är helt rätt kanal för oss. Redan innan vi började med "Moderna Tider – moderna samtal", fastnade jag för TV 8 när jag satt och zappade mellan kanalerna. Jag är full av beundran för Åke Ortmark i "O som i Ortmark". Jag uppskattar också dokumentärerna, säger Susanna Popova.

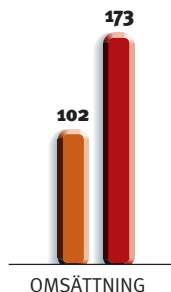
"Moderna Tider – moderna samtal" är en del av strategin att utöka det svenska innehållet, med utgångspunkt från innehållet i såväl Moderna Tider, som Kapital och Finanstidningen.

– Idén var att uttrycka våra tankegångar, använda vårt innehåll och ge våra läsare ytterligare en arena. Vi tyckte att det var jättekul, berättar Susanna Popova.

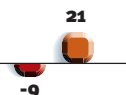
– Jag vill göra ett TV-program som inte är slentrianmässigt, utan ger utrymme för tanken. Det finns alltid nyfikna människor som har ett intresse för att form och innehåll utvecklas. Vi vill ge dem något extra, något speciellt. Läsarna och tittarna ska känna att det är väl använd tid att läsa Moderna Tider eller att titta på vårt program, så att de kommer tillbaka och vill fortsätta kontakten. Det är så jag tolkar mitt uppdrag med min tidskrift och med mitt program.

TV8

(MSEK) 1999 2000

RESULTAT EFTER
AVSKRIVNING**FINANSTIDNINGEN**

(MSEK) 1999 2000

RESULTAT EFTER
AVSKRIVNING

liga telegram görs tillgängliga, samt med utökad och fördjupad börsskärm, där samtliga bolag som finns på de börslistor Finanstidningen publicerar går att följa.

www.financialhearings.com

Financial Hearings fortsätter att utvecklas snabbt. Finanstidningen arrangerar via Financial Hearings analytikerträffar på börsnoterade företags uppdrag. I det närmaste samtliga analytikerträffar sänds på www.financialhearings.com.

Under 2000 genomförde Financial Hearings mer än 400 analytikerträffar. Financial Hearings etablerade sig under slutet av året även internationellt med start i Frankfurt, samt med fortsatt expansion till Helsingfors, Oslo och London.

ÖVRIG FÖRLAGSVERKSAMHET**MODERNA TIDER**

Tidskriften Moderna Tider är fortsatt stark inom sin genre, samhällsdebatt. Upplagan ökar och tidskriften debatteras ofta i andra medier. Under slutet av 2000 påbörjades en omfattande kampanj där läsare erbjuds tre nummer utan kostnad. Efter provperioden får dessa läsare erbjudande om att fortsätta som betalande prenumeranter. Enligt SIFO/Orvestos räckviddsundersökning för helåret 2000 hade tidningen 54.000 läsare, en ökning med 6 procent jämfört med föregående år.

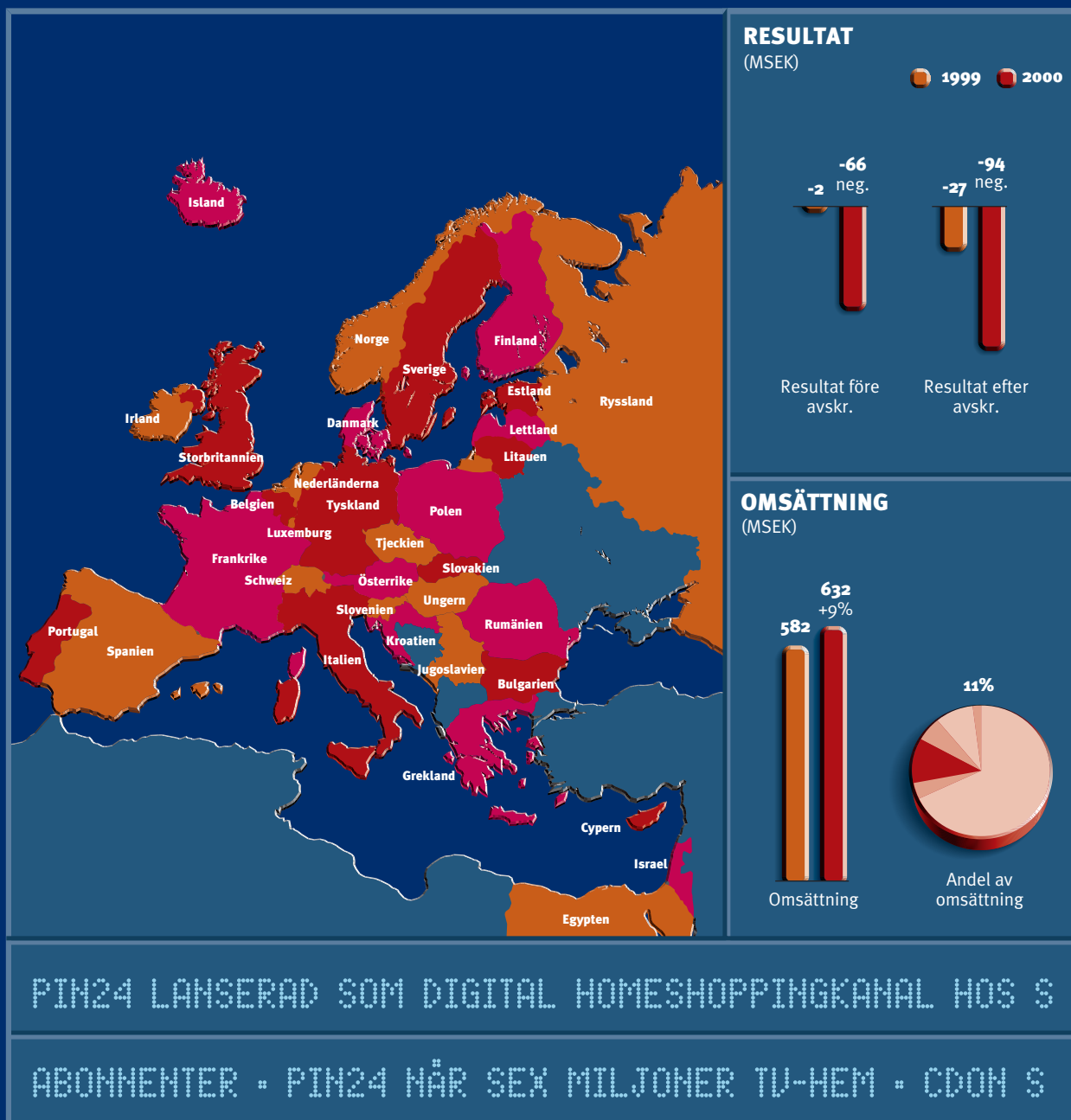
Upplagan för helåret blev 13.600. Några jämförelsesiffror för föregående år finns inte, då Moderna Tider tidigare inte deltog i TS mätningar. Men ser man till upplageutvecklingen under året var den rekordartad, från 9.600 första halvåret till 18.600 andra halvåret. Det motsvarar en uppgång med på 93,7 procent under året.

BROMBERGS BOKFÖRLAG

Bolagets affärsidé är att ge ut kvalitetslitteratur, både fack- och skönlitteratur, som riktar sig till den bildade allmänheten. År 2000 blev mycket framgångsrikt, främst beroende på fortsatta framgångar för bästsäljaren "Tio tankar om tid" av Bodil Jönsson. Drygt 100.000 exemplar såldes under 2000, den totala upplagan var vid årsslutet uppe i 230.000.

Rättigheter till boken har sålts vidare till elva länder, däribland USA, Tyskland, Frankrike, Italien, Spanien och Holland. Bland andra bästsäljande författare återfinns John Gray, Arto Paasilinna, Gunilla Dahlgren, Ilon Wikland och Stephan Rössner. Under 2000 arbetade Brombergs framgångsrikt med förbeställda upplagor, sju titlar var sålda på förhand i större upplagor.

Brombergs firade också 25-årsjubileum år 2000 och prisat "Till minne av Adam Bromberg" instiftades. Första mottagare blev Christina Monthan Axelsson, för att i svenskundervisningen ha visat ett stort engagemang för det egna språket i både tal och skrift.



MODERN INTERACTIVE

I affärsområdet Modern Interactive ingår alla bolag vars verksamhet är inriktad på direktförsäljning, från traditionell homeshopping, till e-handel på Internet och logistik

MODERN INTERACTIVE

Detta affärsområde hette tidigare Electronic Retailing, men namnet ändrades till Modern Interactive i maj 2000. Samtidigt inleddes renodlingen av affärsområdet som därmed består av tre huvudverksamheter; traditionell homeshopping genom TV-Shop och PIN24, e-handel på Internet under varumärket CDON samt e-Commerce Logistics för logistik.

En fokusering var nödvändig då TV-Shops verksamhet, i huvudsak på grund av en dåligt fungerande affärsmodell vid analog distribution, fortsatt gå med förlust. Samtidigt har erfarenheten inom TV-Shop varit förutsättningen för skapandet av PIN24, en kanal som lanserades under året för direktförsäljning via TV genom de nya digitala TV-plattformarna. För e-handel på Internet har affärsområdet gjort förhållandevis små investeringar, ändå har åtgärder varit nödvändiga.

En sammanslagning av existerande sajter inom närbesläktade områden skedde under 2000. Sålunda gick Gamerson, för försäljning av spel, och DVDON, för försäljning av DVD, upp i CDON, som därmed är fönstret för all underhållning. Logistikbolaget eCL var framgångsrikt under året, kunde erbjuda sina tjänster till externa kunder och gick med vinst.

Med beslutet att fokusera på TV-Shop, CDON och eCL flyttades MTGs del av Internet-portalen Everyday.com till det nya affärsområdet New Media, dit flyttades också WebAd, annonsförsäljningsbolaget för Internet.

TV-SHOP MED PIN24

TV-Shop Europe är Europas största företag för direktförsäljning via TVn. Verksamheten omfattar 33 länder. Branschen generellt har problem, vilket ledde till att några av de största konkurrenterna föll ifrån under hösten.

Den tyska marknaden, som är den största, fortsatte ned under året. För TV-Shop berodde nedgången i sig på minskad tillgång på TV-tid och också på uppsägning av olönsamma mediekontrakt. Resultatet år 2000 är belastat med engångsnedskrivningar på i storleksordningen 35 miljoner kronor. För att åter få lönsamhet i verksamheten skedde under året en fokusering vad gäller valet av produkter, med satsning på ett starkt utbud inom de viktigaste områdena musik och motionsredskap. Arbetet med att centralisera lager och distribution fortsatte, liksom en effektivisering av logistiken genom eCL, det logistikbolag som har sitt ursprung i TV-Shop men som avknoppats för att enklare kunna erbjuda sina tjänster till andra bolag inom och utanför den sfär MTG tillhör.

Under 2000 inleddes också en framgångsrik övergång till digital distribution, genom lanseringen i början av året av PIN24 som är en dygnet runt-kanal för direktförsäljning via TV. Den väsentliga fördelen är att distributionskostnaden vid digital distribution kraftigt reduceras. PIN24 gjordes först tillgänglig via Sky Televisions digitala TV-plattform i Storbritannien. Kanalen blev tillgänglig för parabolhushåll i Norden och Baltikum när affärsområdet Viasat Broadcasting lanserade sin digitala plattform i regionen.

Under det första året, som var vinstgivande, erbjöds program från såväl traditionella direktförsäljningsföretag som från nya aktörer inom denna industri. I februari 2001 kunde PIN24 tas emot i sex miljoner TV-hem, genom distributionen via Sky, Viasat samt Tele Danmarks kabel-TV-bolag.

För år 2001 utökas de interaktiva funktionerna. Annonserna ger tittarna möjlighet att göra köpet direkt via TVn genom att använda fjärrkontrollen till sin digitala TV-box. Den ökande interaktiviteten möjliggör utvecklandet av en plattform för försäljning och marknadsföring inom ett flertal områden, som resor, telekommunikation, underhållning, hälsa och personlig utveckling.

CDON

E-handel via Internet kanaliserades, vid sidan av TV-Shops egen sajt, under året till ett varumärke, CDON, med lokala språkversioner i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Estland och Nederländerna. Initialt var CDON en skivbutik, skapad med mycket låga investeringar jämfört med konkurrenterna. Övriga butiker i ON-familjen integrerades med CDON. Det innebär att DVDON för DVD-skivor och GAMERSON för spel upphört som egna varumärken. Deras utbud finns dock kvar, i ett till innehålllet breddat CDON.

CDON fick en kraftfull tillväxt under hösten i samband med att marknads mest välkända aktör upphörde med sin verksamhet.

CDONs framgångsrika tillväxt beror också på det måldrivna användandet av cross promotion med övriga medier inom MTG, från radions RIX FM och Power Hit Radio, till TV3 och ZTV. På Internet sker gemensamma kampanjer med framför allt portalen Everyday.com.

CDON innehåller cirka 70.000 titlar samt ett redaktionellt material omfattande över 1.000 biografier och bilder på de bästa artisterna. CDON var i slutet av 2000 nummer två på den svenska marknaden, med målsättning att bli den ledande skivsajten i Norden under år 2001.

Tvshop.com, som är en kompletterande mediekanal till TV-Shops försäljning via olika TV-kanaler i Europa, finns i lokala språkversioner i tolv länder.

Under året stängdes övriga sajter som startats, däribland Joy4Life, Comein och Teleauction.

E-COMMERCE LOGISTICS

Med den fortsatta tillväxten inom elektronisk handel, så kallad e-Commerce, finns det ett tilltagande behov av speciella tjänsteföretag inom logistik. Europa ses idag som en gemensam marknad men operativt gäller fortfarande särskilda lagar och regler för varje land. eCL, e-Commerce Logistics, är ett nytt företag som tillhandahåller integration av logistiktjänster över gränserna. Företaget bygger på den erfarenhet som upparbetats inom affärsområdet Modern Interactive under det senaste dryga decenniet. Under denna period, sedan starten 1989, har åtskilliga miljoner kundorder hanterats och paket distribuerats tvärs över alla delar av Europa.

eCL är positionerat för att marknadsföra en rad logistiska tjänster för hela Europa. Tjänstebudet inkluderar:

- Ordermottagning via telefon eller Internet.
- Betalningssystem, som hantering av kreditkort eller andra betalningssätt som postorder eller checkar.
- Transporter av varor från tillverkare till lager.
- Lagerhållning.
- Paketering och hantering av varor till slutkonsument.
- Distribution genom samarbete med post eller andra



CDONS STÖRSTA STJÄRNA

Han är en av Englands hetaste talanger. Craig David slog igenom hösten 2000 med sitt debutalbum "Born To Do It" och gick direkt upp på topplistorna, även i Sverige.

En av de viktigaste försäljningskanalerna i Sverige har varit CDON, affärsområdet Modern Interactives skivbutik på Internet. Till och med första kvartalet 2001 hade mellan 80.000 och 85.000 av hans skivor handlats i Sverige.

– Jag är häpen över hur många skivor som sålts i Sverige, det gör mig mycket glad, säger Craig David.

Av dessa hade mer än 4.000 sålts av CDON, vilket gör honom till CDONs största stjärna utan jämförelse.

– Det är otroligt att så många exemplar sålts över Internet, det är smickrande att så många gett mig chansen att få sjunga sånger från mitt hjärta. Jag använder själv Internet för att handla, fast vanligtvis när jag behöver nya saker till min dator, säger Craig David.

Peter Sandberg, försäljningschef på skivbolaget Edel som hantarer Craig David i Sverige, konstaterar:

– Fem procent av all försäljning har gått via CDON, det är enastående och både förvånande och glädjande.

När den 19-årige soulsångaren lanserades i Sverige var timingen perfekt. Han hade gått rakt in på förstaplatsen i England veckan innan och under den första veckan hade hans album sålts i en kvarts miljon i hans hemland.

Han kom till Sverige för ett första promotionbesök och ställde upp för intervju för ZTV och signerade skivor för utlottning till Power Hit Radios lyssnare.

När det så blev annonskampanj i samarbete med CDON i Sverige var det på bred front: CDON stod som avsändare på reklam i såväl TV som i radio, tidningar och på webben, där medierna inom MTG fanns med. Reklamen kombinerades med tävling på CDON och på Internet-portalerna Everyday.com där förstapris var biljetter till Craig Davids Sverigepremiär i december.

Hans konsert då ägde rum i Arenan i Fryshuset. När han kom tillbaka i mars 2001 hade han fått flytta till det något större Hovet.

– Vad jag gillar med svenskarna är att de är så vänliga och passionerade lyssnare. Reaktionen som har jag fått på mitt album och stödet på konserterna har varit helt fantastiskt, säger Craig David.

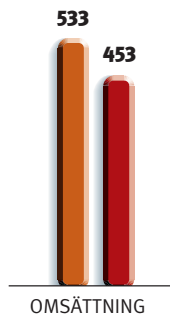
– Jag skulle älska att komma tillbaka till Sverige och få njuta av atmosfären. Jag har aldrig varit med om en publik som visat mig en sådan kärlek och respekt trots att jag inte är en inhemsk artist.

När släpper du nästa skiva då?

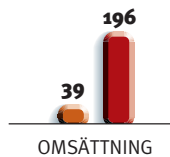
– Det är inget specifikt datum fastställt, men det kommer inte att dröja länge, det försäkrar jag.

TV-SHOP

(MSEK) 1999 2000

RESULTAT EFTER
AVSKRIVNING**E-CL**

(MSEK) 1999 2000

RESULTAT EFTER
AVSKRIVNING

fraktföretag.

- Tullhantering och dokumentation för att kunna flytta varor över gränserna.
- Kundtjänst för att hantera frågor från beställare.

Under år 2000 färdigställdes utvecklingen av datasystemet. Omflyttning till ett centrallager i Weert i Nederländerna med stödlager i Borås i Sverige skedde. Dessa utgör nu basen för ett första klassens integrerat logistknätverk. Rationaliseringen av leverantörer av kundtjänst fullföljs under våren.

Under året förmedlade eCL bland annat tjänster till TV-Shop, CDON, Viasat samt kundlojalitetsprogrammet Collect.

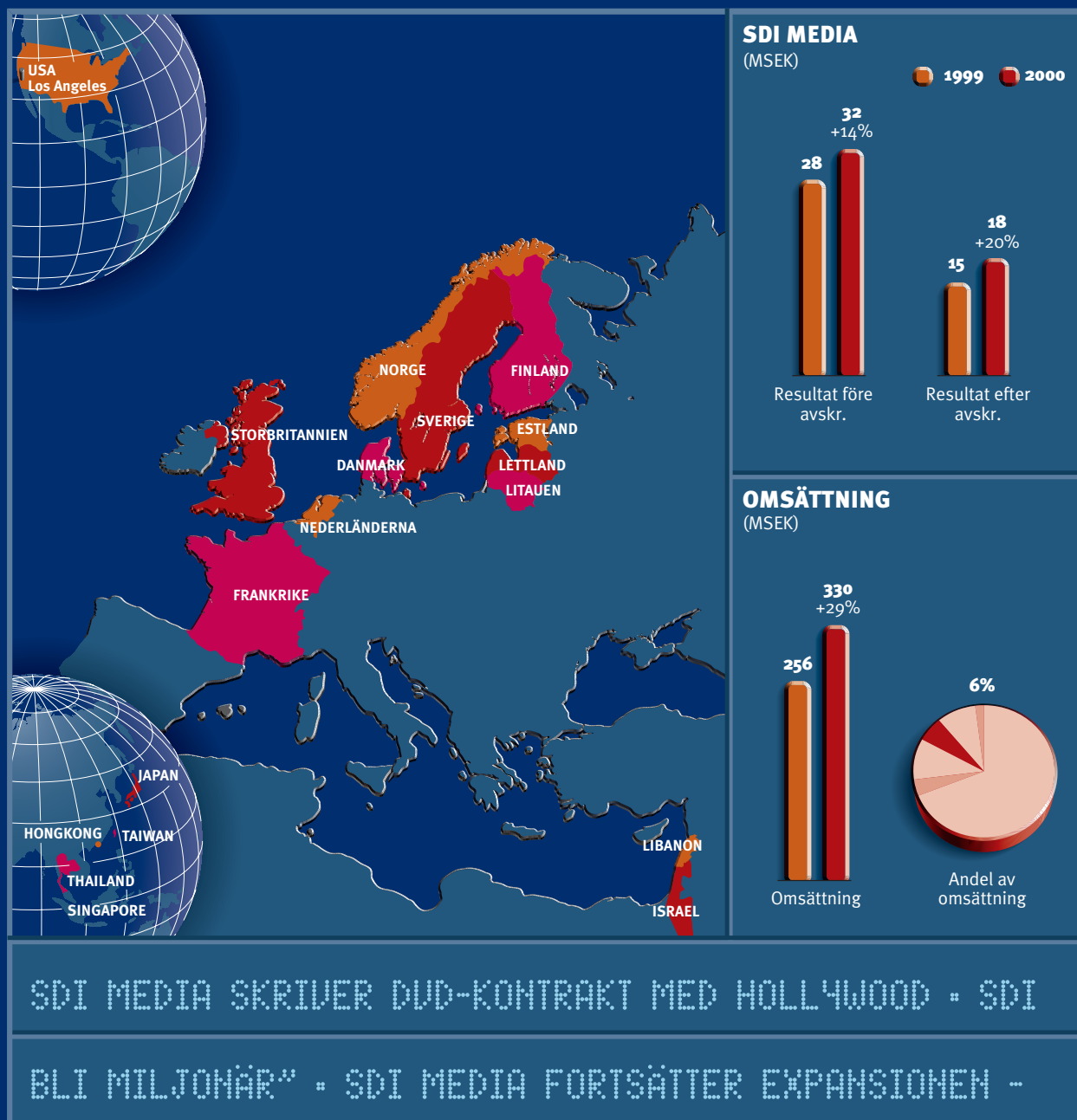
Distributionen täcker alla länder i Europa. eCLs integrerade datasystem har konstruerats för att hantera transaktioner i lokala valutor. Systemet har en säker hantering av order via Internet. eCL har en rad tjänster tillgängliga, i sådan omfattning att man kan hantera inte bara e-handel utan traditionell postorder också. eCL erbjuder expertis till en rad företag, såväl etablerade som nya, som saknar kunskap om eller erfarenhet av logistik. Det möjliggör för dem att koncentrera sig på sin huvudverksamhet medan eCL tillhandahåller en fullt integrerad paneuropeisk logistisk service med inriktning på konsumenternas behov. Företag kan expandera geografiskt till lägre fasta kostnader om de använder sig av eCLs nätverk.

NO NAME 4 US

Inom Modern Interactive finns också NoName4Us som tillhandahåller tjänster till såväl affärsområdet som andra MTG-bolag och externa kunder med hemsidor i allmänhet och handelslösningar för nätet i synnerhet. Däri ingår rader av interaktiva lösningar.

Bland produktionerna finns lojalitetsklubbar för ett flertal bolag inom koncernen, webblösningarna för den helt interaktiva dokusåpan "Baren", e-handeln för CDON och TV-Shop samt Internetportalen Everyday.

SDI Media Group



SDI MEDIA

Affärsområdet SDI Media är världsledande leverantör av översättning och textning till underhållningsindustrin. Den mest expansiva delen är lokala språkversioner för DVD till Hollywoods alla ledande studior.

SDI MEDIA

SDI har fortsatt att konsolidera sin ställning som världens största leverantör av översättning och textning för underhållningsindustrin.

Den viktigaste utvecklingen under året var den massiva expansionen inom nya medier, speciellt DVD som är den snabbast växande produkten under hemunderhållningens historia.

Under året tillhandahöll SDI lokala språkversioner för DVD till alla Hollywoods ledande studior, och är den överlägset största leverantören till såväl Fox som MGM och Disney. Prognosen ser mycket god ut, med tanke på den förväntade fortsatta tillväxten inom DVD.

SDI har redan en stark position på området och är väl berett att fortsätta att utföra tjänster till världens ledande producenter av dessa medier. Det gäller såväl nypremiärer i DVD av filmer som tidigare släppts som köp- och hyrvideo, som nya filmer, eftersom DVD i allt snabbare takt ersätter videor av VHS-standard. Varje DVD som släpps av Hollywood innehåller vanligtvis textning på allt från 20 till 29 olika språk.

Under året ökade DVDs andel av SDI Medias omsättning, från nio procent till 28.

Ytterligare ett tillväxtområde för SDI är interaktiva spel. Bolaget har anlitats av Eidos, en stor spelproducent, att göra lokala versioner (gäller både text och ljud) på ett flertal språk för deras utgivning av "Vem vill bli miljonär?" som interaktivt spel. Dessutom växte översättningen av webbsajter kraftigt under året.

SDI fortsatte under året också sin internationella expansion, om än i något lägre tempo än tidigare år. Ett kontor öppnades i Sydkorea. Detta kontor är redan huvudleverantör av textning till koreanska för en rad panasiatiska TV-bolag.

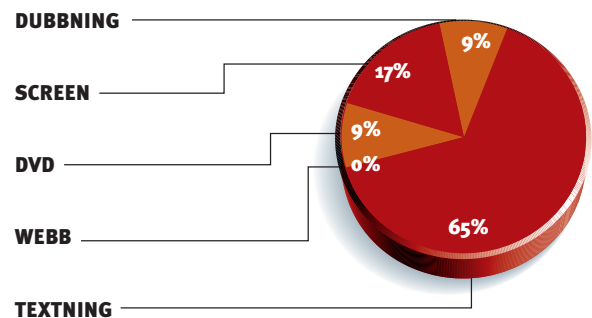
I slutet av år 2000 hade SDI 20 kontor i 18 länder, med närvaro i varje viktig tidszon och varje viktigt geografiskt område. Den största delen av verksamheten utgör textning, även om delen av omsättningen, med anledning av den snabba tillväxten inom DVD, minskade från 65 procent till 49 procent.

De stora internationella kunderna är

- Discovery
- Hallmark
- Sony AXN
- National Geographic
- Turner-sfären.

För Discovery textar SDI till alla västeuropeiska språk och

ANDEL AV OMSÄTTNINGEN 1999



i Mellanöstern och i Asien. För Hallmark gör SDI all textning i språkversioner för Mellanöstern och Asien. För Sony AXN görs alla asiatiska språkversioner, för National Geographic de flesta asiatiska språk. Och för kanaler som CNN, TNT och TCM görs textning på rader av språk.

Under år 2000 var fokus satt på att maximalt utveckla existerande verksamheter och affärsrelationer, efter år av förvärv och kraftig expansion. Detta ledde till ökad försäljning och vinst. Som en del i det arbetet har en gemensam sälj- och marknadsföringsstrategi utvecklats för de olika kontoren i de olika regionerna. Det har lett till en vändning för verksamheten i Asien, samt förbättrad vinst eller minskad förlust i nästan alla andra länder.

Målsättningen för 2001 är att bygga vidare på och förbättra dessa operationella insatser. Ytterligare koordination mellan SDI-gruppens bolag ska leda till avsevärd förbättring både i omsättning och vinst.

Fördelarna för SDI Media-bolagen är många: att tillhöra en grupp under en och samma ägare, geografisk närvaro, stabil kundgrupp och multimediemöjligheter. Det skapar förutsättningar för ytterligare konsolidering både vad gäller den operativa verksamheten samtidigt som det möjliggör att erbjuda ytterligare tjänster till viktiga TV-bolag och studior som är kunder. Det handlar om tilläggstjänster som vissa av kunderna redan önskat.

Ett exempel är Discovery Communications Europe som vill ha hjälp med all den logistik som följer på utförd traditionell textning av program till lokala språk, som digital arkivering, med mera. Konceptet är vad som kallas One Stop Shop.

TV-bolag eller studior ska bara behöva vända sig till en leverantör för att få hjälp med allt som behövs för att skapa lokala språkversioner.

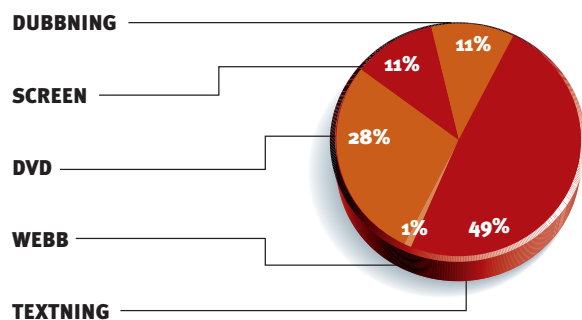
SDI, som står för Subtitling & Dubbing International, etablerades 1981.

Affärsidén är att utveckla, producera, sälja och leverera språkversioner för rörliga bildmedier, samt relaterad teknik. Språkversionerna omfattar såväl översättning som redigering, tidkodning och textning eller dubbnings.

Majoriteten av det som ursprungligen hette Svensk Text förvärvades 1990, då bolaget stod för en stor del av textningen till då tämligen unga TV3.

SDI har traditionellt haft en stor del av sin försäljning till TV-kanaler inom Viasat Broadcasting, men andelen externa kunder har ökat kontinuerligt. 1999 stod Viasatkanalerna

ANDEL AV OMSÄTTNINGEN 2000



DET ÄR KUL ATT DUBBA

Peter Harryson är utan tvekan den absolut mest folkäre skådespelaren och TV-programledaren i Sverige. Han är lika hemtam i TV som på teatern. Men det är inte alltid han arbetar i sådana sammanhang där han syns. Ibland får vi bara höra hans röst, när Peter Harryson dubbat filmer och TV-serier. Han har satt sin röst och prägel på en rad karaktärer, i filmer som Disneys "Herkules" och "Ett småkryps liv".

– Idag dubbar jag sporadiskt, säger Peter Harryson, jag gör det för att det är kul. Men en gång i tiden gjorde jag det för att försörja mig.

Faktum är att Peter Harrysons dubbnings är en verklig familjeangelägenhet och den är i mycket kopplad till MTGs affärsområde SDI Media (Subtitling & Dubbing International), som bland annat sysslar med dubbnings av videofilm för Disney (och också gör textning för Disney till de flesta västeuropeiska språk).

Redan Peters pappa, skådespelaren John Harryson, har jobbat för MediaDubb, SDIs dubbningsbolag i Sverige och gjort rösten till Joakim von Anka i TV3-serien "Duck Tales". Och Peters son Oscar arbetar som ljudtekniker på MediaDubb.

– Det är Oscar som skruvar på rattarna och regisserar när jag dubbar, säger Peter Harryson.

År 2000 gjorde Peter Harryson rösten till överste Hati i köpvideon "Djungelboken", där dubbnings till svenska gjordes hos MediaDubb.

– Men det är faktiskt inte Disneys tecknade version utan en film med riktiga djur som mer exakt följer Kiplings berömda bok.

Under 2000 fick han också chansen att göra rösten till en ny typ av tecknad figur.

– Det var Oscar som föreslog att jag för en gångs skull borde spela skurk. Därför gjorde jag rösten till den elake El Cid i TV-serien "Tick", skrattar Harryson.

Denna komiska superhjälteserie kommer att visas på TV3.

– När man dubbar en film tittar man först på bilderna. Sedan lyssnar man på det engelska talet och försöker få de svenska replikerna att passa ihop med munrörelserna hos figurerna, säger Peter Harryson som just nu är aktuell med en ny kokbok som är uppföljaren till hans kokbok "Så ska det smaka". Det är ett namn som inspirerats av det populära musikfrågesportprogrammet "Så ska det låta".

– Jag medverkar gärna i några fler omgångar av serien, säger Peter Harryson.

Men trots att det är det populäraste TV-programmet genom tiderna hos SVT, kan man konstigt nog inte bestämma sig för om man vill fortsätta med serien.

för 25,3 procent av omsättningen, år 2000 var siffran nere i 17,9 procent.

SDI Medias försäljning ökade med 29 procent från 1999 till 2000. Resultatet efter avskrivning ökade med 20 procent, även då expansion skedde till Sydkorea och då Screen Subtitling Systems, som traditionellt har varit starkt bidragande till gruppens resultat, hade ett svagare år.

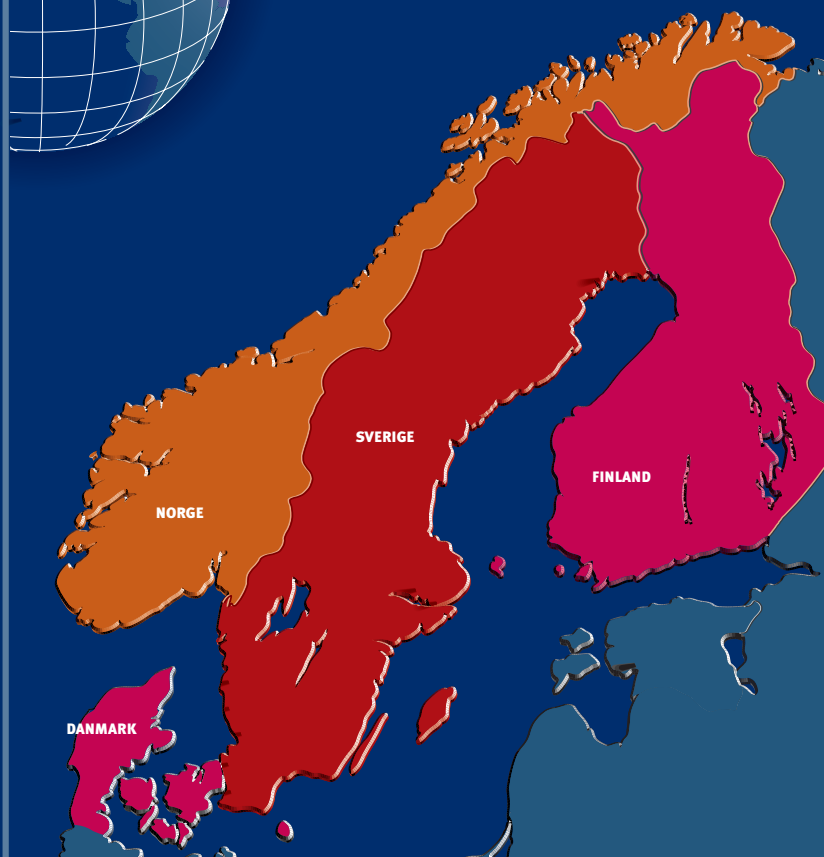
Ytterligare geografisk expansion kan ske, på basis av behov som uppstår från viktiga internationella kunder.



SONET
FILM



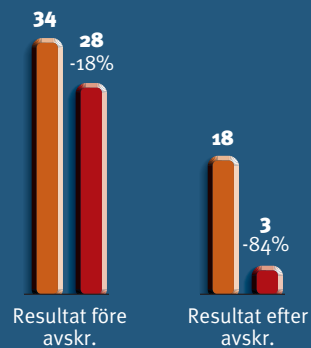
FREE
PORT
Film



RESULTAT

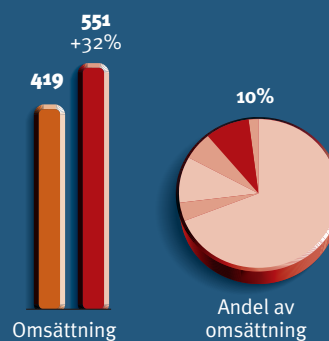
(MSEK)

1999 2000



OMSÄTTNING

(MSEK)



BAREN SLÅR BIG BROTHER I SVERIGE • BAREN SÅLT TILL

TYSKLAND • SONET FILM NOMINERAT TILL 14 GULDBAGGAR

MODERN STUDIOS

I affärsområdet Modern Studios samlas bolagen som producerar och distribuerar innehåll. Mest framgångsrikt är Strix Television, som skapare av format för den globala marknaden för TV och Internet, och Sonet Film, som ledande distributör av film i Sverige.

MODERN STUDIOS

Bolagen inom affärsområdet Modern Studios utgör tillsammans en av Europas största produktionsenheter. Här ingår bland andra Strix Television, Sonet Film, Modern Entertainment, Modern TV och Freeport.

Den första länken i värdekedjan för en mediekoncern är innehåll. Gemensamt för samtliga bolag inom Modern Studios är att de utvecklar eller skaffar rättigheter till innehåll, för att producera, sälja och/eller distribuera det.

Modern Studios tillgodoser därmed TV-kanalerna inom Viasat Broadcasting och andra mediefönster inom gruppen med viktigt innehåll. I strategin ingår också att format och rättigheter ska kunna säljas på den globala mediemarknaden.

Under år 2000 växte verksamheten kraftigt genom Strix Televisions framgångsrika satsning på format och Sonet Films stärkta position inom svensk film.

Att producera egna format har ett mycket stort värde på den globala marknaden för både TV och Internet. Den största succén under år 2000 var Strix skapande av "Baren".

Det är världens första helt interaktiva dokusåpa där publiken kan följa de tävlande via dagliga program i TV och dygnet runt på Internet, själva påverka utvecklingen och även besöka Baren.

"Baren" är en stor publiksuccé och omedelbart efter framgångarna den första säsongen, våren och försommaren 2000, på TV3 Sverige och den svenska delen av Internet-portalen Everyday, såldes formatet vidare till en rad länder.

STRIX TELEVISION

Bolaget är idag ett av Nordens största TV-produktionsbolag och ledande på den internationella TV-marknaden vad gäller produktion av dokusåpor - eller "reality game shows", som de också kallas. Enbart under år 2000 producerade Strix sex olika dokusåpor för ett flertal TV-kanaler och exporterade format till tolv länder.

En av Strix produktioner är den genom tiderna mest omtalade TV-succén i Skandinavien: "Expedition: Robinson". Strix var det första produktionsbolaget i världen som gjorde "Expedition: Robinson", som internationellt går under namnet "Survivor". Sedan 1997 har Strix producerat programmet för ett växande antal länder: Sverige, Danmark, Norge, Holland, Belgien, Tyskland och Österrike. Dessutom har bolagets know-how sålts för "Robinson"-produktioner i Italien, Spanien, Argentina och Frankrike. Finalen i årets "Expedition: Robinson" är ett av TV-historiens mest sedda program i Sverige, med 4.045.000 tittare.

Det senaste årets största succé är den helt interaktiva dokusåpan "Baren", skapad och producerad av Strix. "Baren" producerades under år 2000 för TV3 Sverige och Norge, och för de svenska och norska delarna av Internet-portalen Everyday.com. Deltagarna kämpar om att driva "Baren" i en verklig restaurang.

De följs 24 timmar per dygn av kameror som finns både i Baren och i lägenheten där de bor. Det som sker går att se direkt på Internet. En sammanfattning sänds en halvtimme varje vardag på TV. En gång i veckan är det en timslång direktsändning på TV där tittarna och webbansvändarna röstar bort en av deltagarna. Användandet av SMS och så kallade 071-nummer är stort.

En rad produkter togs också fram under året med koppling till "Baren", som "Barens drinkbok", en "Baren"-CD och "Baren-spelet".

Under början av 2001 skedde lansering av Baren i Danmark, på TV3 och Everyday.com där. Före utgången av första kvartalet 2001 hade också premiären ägt rum på Channel 2 America i Argentina, med stor framgång. Där har formatet köpts av produktionsbolaget Idea del Sur, som tillsammans med Quatro Cabezas producerar serien lokalt.

Ytterligare försäljning av formatet skedde under år 2000, med avsedd sändning under 2001. Bland köparna finns tyska RTL, som är Europas största kommersiella TV-kanal, Reti Televisive Italiane Spa, som tillhör Mediaset Group, samt Pearson Television Worldwide Production för Australien och Portugal.

"Baren" nominerades våren 2001 till Guldrosen i TV-festivalen i Montreux, Schweiz.

Andra Strix-produktioner inom genren är "Ombyta roller", "24 timmar", "På rymmen", "Friends på turné" och "Villa Medusa". Strix fortsätter parallellt sitt utvecklingsarbete, i enlighet med affärsområdets strategi, för att skapa nya format på den globala marknaden för TV och Internet.

SONET FILM

Sonet Film stärkte under året kraftigt sin marknadsposition som Sveriges ledande distributör av biofilm.

Antalet biobesök under året i Sverige uppgick till 17 miljoner (16), av dessa stod svensk film för 25 (21) procent. Sonet hade en andel om 55 procent på den växande svenska marknaden.

Av de tio mest besökta svenska filmerna år 2000 distribuerades fem av Sonet. Största framgången var Lukas Moodyssons "Tillsammans" som blev årets största biofilm i Sverige, med 849.134 besök. Den filmen ensam, med Sonet som distributör, stod för 5 procent av alla biobesök i Sverige under 2000. Den slog följaktligen alla amerikanska storfilmer, som "American Beauty", "Sjätte sinnet", "Gladiator" och "Toy Story 2".

De fyra övriga Sonet film-distribuerade bland de svenska filmerna på tio i topp under kalenderåret var "Livet är en schlager" (304.958 besök), "Tomten är far till alla barnen" (291.503 besök), "En häxa i familjen" (160.018 besök) och "Den bästa sommaren" (150.861 besök).

Bland de filmer som nått en storpublik finns också Reza Baghers "Vingar av Glas", där Sonet står både som distributör och samproducent.

Såväl "Den bästa sommaren" som "Vingar av Glas" mottog varsin Guldbagge i den svenska filmgalan. Totalt hade filmer som Sonet är distributör för fått 14 nomineringar till 2000 års Guldbaggar. Även 2001 inleddes med en Sonet-distribuerad film som etta på biotoppen i Sverige, Josef Fares "Jalla Jalla". Premiären ägde rum strax före jul 2000. Under januari 2001 hade den 335.593 biobesök.

Som distributör har Sonet engagerat sig i en ny generation regissörer och skådespelare i Sverige, och bidragit till en förnyelse av den svenska filmen.

Under 2000 påbörjade Sonet också sin första stora dramaproduktion för TV, och startade förberedelserna till inspelningen av den första stora engelskspråkiga filmen.

Under året sågs Sonets biofilmer även av en mångmil-



EN NY FILMGENERATION

Sara Sommerfeld spelar huvudrollen i "Vingar av Glas", en av de största svenska filmsuccéerna år 2000 där också Alexander Skarsgård och Rafael Edholm medverkar. Denna film som hyllades av kritiker och publik distribueras och samproduceras av Sonet Film som ägs av MTG och ingår i affärsområdet Modern Studios. Den är en av de filmer som gett Sonet positionen som marknadsledande inom svensk film, särskilt genom att engagera sig i en ny generation skådespelare och regissörer.

I "Vingar av Glas" spelar Sara rollen som 18-åriga Nazli, född i Iran, men uppvuxen i Sverige. Pappan vill att Nazli ska gifta sig med den iranske man han har bestämt. Men Nazli kallar sig Sara och vill smälta in i det svenska samhället. Det är upplagt för en kulturkrock när hon träffar sin svenske pojkvän Johan.

– Filmen ger en sann bild av verkligheten idag. Vi ville visa så realistiska och trovärdiga sympatiska människor som möjligt, med både negativa och positiva sidor. Man känner igen sig i filmens karaktärer, säger Sara Sommerfeld.

– Men "Vingar av Glas" är också en kärlekshistoria. Jag tycker att den skildrar en tonårings liv och kamp för att bli fri, inte bara en kulturkrock. Jag känner igen mig i tonårsproblemen, i kärleken till sina föräldrar och att man vill frigöra sig.

Samtidigt identifierar sig tonårsdöttrarna till invandrare med Saras rollkaraktär i filmen.

– Många flickor kommer fram och säger: "Du har spelat mitt liv." Många av dem berättar också att de har det mycket värre än Nazli.

Sara fick rollen som Nazli när hon bodde i Stockholm och gjorde sin praktik på Stadsteatern.

– Jag gick på en audition och fick provfilma. Regissören Rezar Bagher var nöjd med min prestation men mindre nöjd med mitt utseende, så jag fick prova bruna linser för att se iransk ut.

Sara är själv en andra generationens invandrare. Men till skillnad från Nazlis pappa har hennes föräldrar inte lagt sig i hennes val av killar.

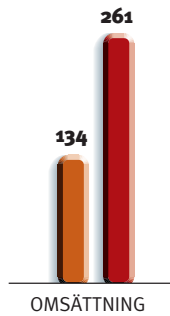
– Mina föräldrar som kommer från Polen, är av judisk härkomst och inte alls på det sättet. De skulle aldrig bestämma på något sätt över mitt liv.

Just nu går Sara sista terminen på scenskolan i Göteborg. Hon spelar samtidigt på Göteborgs Stadsteater i pjäsen "Dom" och medverkar i höst i uppsättningen av "Tro, hopp och kärlek".

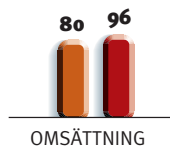
– Det tar mycket tid att både plugga och spela teater på kvällarna, men jag får energi av att agera, säger Sara Sommerfeld.

STRIX TELEVISION

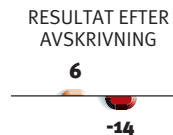
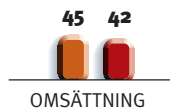
(MSEK) 1999 2000

**SONET FILM**

(MSEK) 1999 2000

**MODERN ENTERTAINMENT**

(MSEK) 1999 2000



jonpublik på såväl video som betal- och fri-TV.

MODERN ENTERTAINMENT

I syfte att stärka ställningen när det gäller satsningen på rättigheter till film för TV-, video- och DVD-marknaden samt innehåll för Internet blev Modern Entertainment under året ett helägt rättighetsbolag inom Modern Studios. I enlighet med en tidigare överenskommelse köptes minoritetsdelägarnas aktier i bolaget (tidigare kallat MTG Media Properties). Med hjälp av en panel av skiljemän enades parterna om ett värde på dessa aktier uppgående till USD 10,7 miljoner. Med transaktionen möjliggjordes en integrering med övrig rättighetsverksamhet inom MTG som tidigare inte varit möjlig.

Som ett led i den fortsatta satsningen förvärvades den världsomspännande distributionsrätten för Crown Film Library som innehåller 110 långfilmer.

Den förvärvade 20-åriga distributionsrätten för dessa innebär att Modern Entertainments rättighetsbolag nu innehåller 500 filmtitlar.

MODERN TV

Produktionsbolaget Modern TV startades i januari år 2000 och är en avknoppning av den TV-produktion som tidigare var kopplad till tidskriften Moderna Tider. Bolaget som sysslar med produktion av främst hearings, debatter och dokumentärer gick med vinst under sitt första verksamhetsår.

FREEPORT

Danska Freeport minskade produktionsvolymen under 2000 men redovisade ändå ett positivt resultat tack vare bibehållna försäljningsmarginaler och mycket låg nivå på de fasta kostnaderna.

NORDIC ARTIST

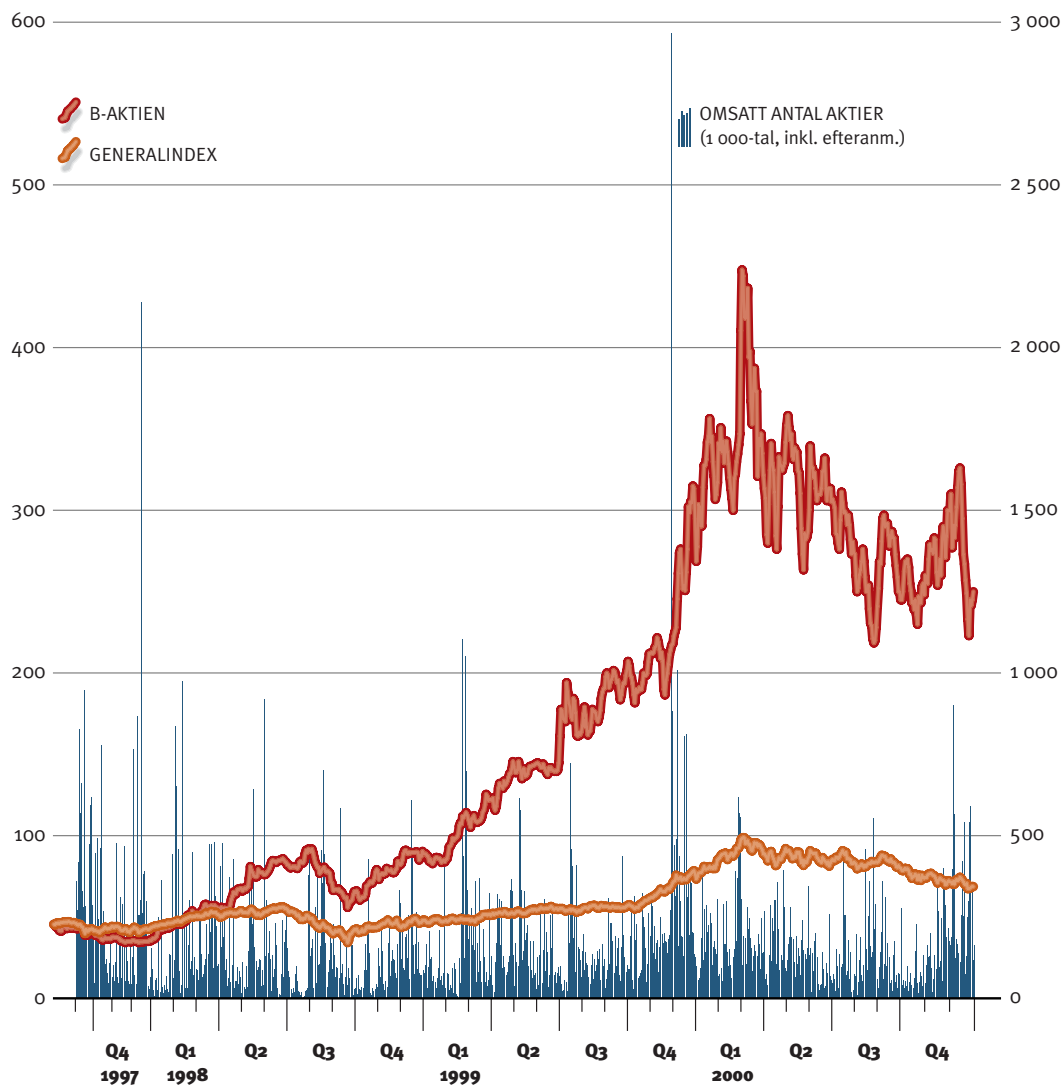
Verksamheten i Nordic Artist gick med förlust under året och en avveckling av verksamheten inleddes.

MTG I FEM ÅR

Resultaträkningar (Mkr)	1996 pro forma*	1997 pro forma*	1998 pro forma*	1999 pro forma*	2000
Nettoomsättning	2 915	2 782	3 595	4 491	5 431
Resultat av företagsutveckling	31	4	45	-3	8
Resultat vid försäljning av värdepapper	-	-	50	-	106
Kostnadsförd optionspremie för TV1000	-	-96	-91	-68	-
Metro Sveriges säljbolag	-	-	-	-	32
Rörelseresultat	-62	-283	145	202	450
Resultat efter finansiella poster, exklusive konvertibelränta	-213	-332	150	178	406
Nettoresultat	- **	-386	65	65	203
Balansräkningar (Mkr)					
Anläggningstillgångar	1 177	1 075	1 120	1 766	3 603
Omsättningstillgångar	3 767	1 703	2 048	2 506	3 049
Summa tillgångar	4 944	2 778	3 168	4 272	6 652
Eget kapital	802	806	964	1 119	2 454
Minoritetsintresse	6	10	27	23	7
Avsättningar	68	83	87	125	124
Långfristiga skulder	2 135	826	771	687	1 321
Kortfristiga skulder	1 933	1 053	1 319	2 318	2 746
Summa eget kapital och skulder	4 944	2 778	3 168	4 272	6 652
Personal					
Medelantalet anställda	1 063	930	1 166	1 164	1 445
Nyckeltal					
Avkastning på totalt kapital %	2	neg	5	6	9
Avkastning på eget kapital %	neg	neg	10	8	11
Rörelsemarginal %	neg	neg	4	5	8
Vinstmarginal %	neg	neg	2	1	4
Soliditet inkl konvertibel %	- **	43	44	36	37
Soliditet exkl konvertibel %	- **	29	31	27	37
Skuldsättningsgrad ggr	- **	0,45	0,33	0,51	0,57
Räntetäckningsgrad ggr	- **	- **	13,02	4,21	5,98
Nettoomsättning per anställd, tkr	2 742	2 991	3 083	3 858	3 758
Rörelseresultat per anställd, tkr	neg	neg	124	174	311
Investeringar (Mkr)					
Investeringar i anläggningstillgångar	192	144	131	407	1 032
Investeringar i aktier	167	17	97	142	164
Uppgifter per aktie (kr)					
Antal utestående aktier vid periodens slut, inkl konvertibel	- **	64 685 967	64 685 967	64 685 967	66 375 156
Antal utestående aktier vid periodens slut, exkl konvertibel	- **	59 697 732	59 697 732	59 697 732	66 375 156
Antal aktier vid beräkning av vinst per aktie efter utspädning	- **	64 685 967	64 685 967	64 685 967	65 952 859
Antal aktier vid beräkning av vinst per aktie före utspädning	- **	59 697 732	59 697 732	59 697 732	63 944 505
Marknadskurs periodens sista dag	- **	47,50 ***	120,00 ***	422,00 ***	250,00
Resultat per aktie, efter utspädning	- **	neg	1,30	1,33	3,10
Resultat per aktie, före utspädning	- **	neg	1,10	1,08	3,17
Eget kapital per aktie, efter utspädning	- **	18,29	20,93	23,59	36,97
Eget kapital per aktie, före utspädning	- **	13,50	16,15	18,74	36,97
P/E-tal	- **	neg	92 ***	317 ***	81
Kontantutdelning/föreslagen kontantutdelning	-	-	-	-	-
* Koncernen med nuvarande struktur.					
** MTG-koncernen kapitaliserades i en transaktion med Kinnevik den 31 augusti 1997 och marknadsnoterades den 18 september 1997. Nyckeltal som involverar nettoresultat, räntor, eget kapital eller marknadskurs före dessa datum saknar därför relevans.					
*** Marknadskurser före den 15 september 2000 inkluderar värdet av Metro International S.A.					

MTG-AKTIE

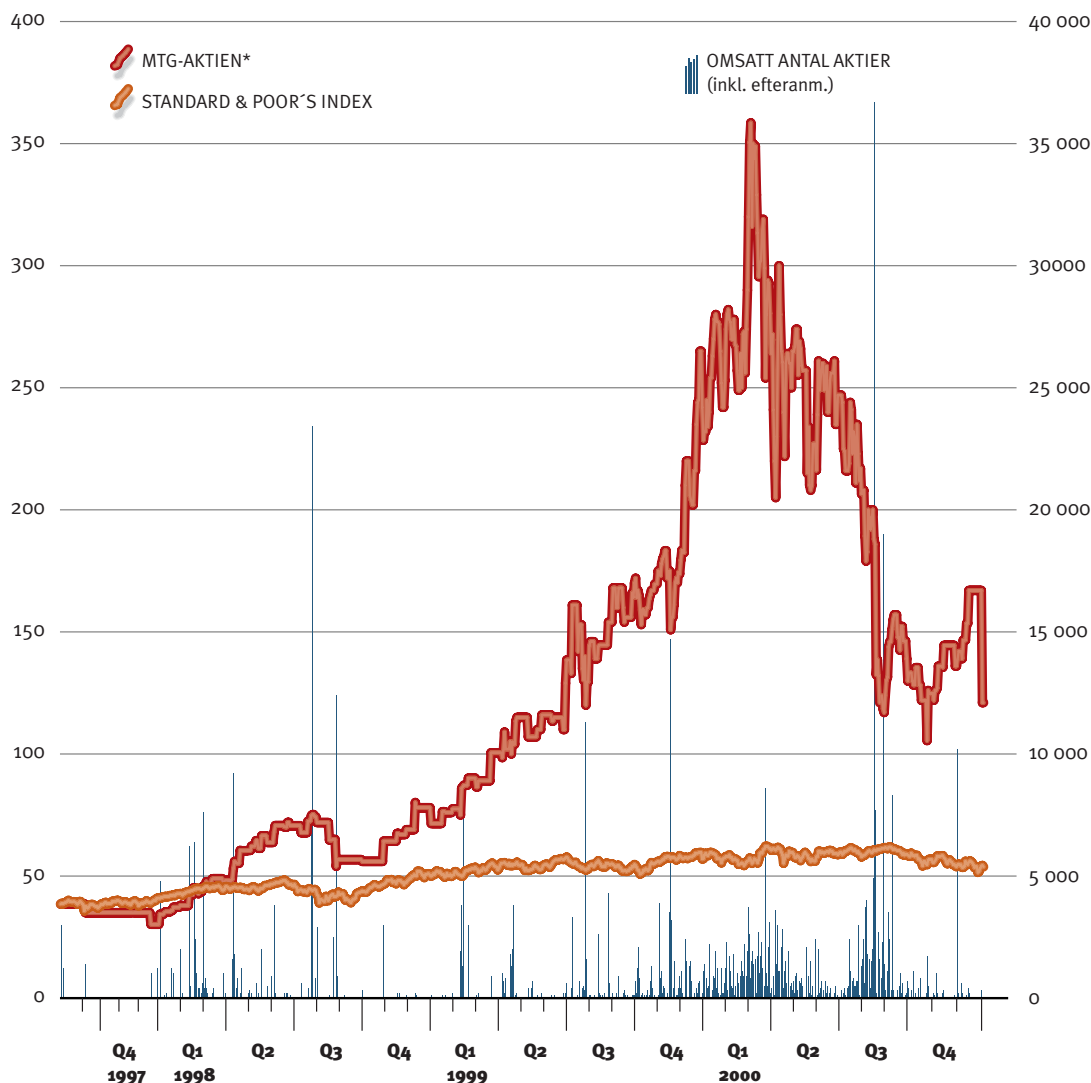
MTG PÅ STOCKHOLMSBÖRSEN*



* FRAM TILL 30.4.99 VAR AKTIE NOTERAD PÅ SBI.

ÄGARE	A-AKTIER	B-AKTIER	ANDEL I % AV KAPITAL	ANDEL I % AV RÖSTER	ANTAL RÖSTER
Invik & Co. AB	6.381.249		9,6%	25,4%	63.812.490
Industriförvaltnings AB Kinnevik	5.120.570	1.031.125	9,3%	20,8%	52.236.825
Emesco AB	2.424.345		3,7%	9,7%	24.243.450
Stenbeck, Jan Hugo	1.526.000		2,3%	6,1%	15.260.000
Förvaltnings AB Confidentia	904.500		1,4%	3,6%	9.045.000
Familjen Klingspor	614.116	65.967	1,0%	2,5%	6.207.127
Franklin Mutual Series Fund	382.050	1.546.058	2,9%	2,1%	5.366.558
SEB Fonder		4.654.825	7,0%	1,9%	4.654.825
Chase Manhattan Bank	302.260	1.275.455	2,4%	1,7%	4.298.055
Alfred Berg Fondkommission	418.638	2.720	0,6%	1,7%	4.189.100
Familjen von Horn	388.847	45.876	0,7%	1,6%	3.934.346
Korsnäs AB:s Sociala fond	329.219	64	0,5%	1,3%	3.292.254
SHB Fonder	124.050	1.752.600	2,8%	1,2%	2.993.100
Bankers Trust		2.595.311	3,9%	1,0%	2.595.311
Nordea Fonder		2.564.100	3,9%	1,0%	2.564.100
State Street Bank and Trust Co.	102.219	1.047.148	1,7%	0,8%	2.069.338

MTG PÅ NASDAQ



* EN ADR MOTSVARAR FEM AKTIER.

Hugo Stenbecks Stiftelse	199.530		0,3%	0,8%	1.995.300
Bank of New York		1.838.255	2,8%	0,7%	1.838.255
Länsförsäkringar	122.000	227.183	0,5%	0,6%	1.447.183
Banco Fonder		1.308.939	2,0%	0,5%	1.308.939
Totalt representerat	19.339.593	19.955.626	59,2%	84,9%	213.351.556
Övriga	1.194.680	25.885.257	40,8%	15,1%	37.832.057
Totalt*	20.534.273	45.840.883	100,0%	100,0%	251.183.613

* Konvertibler, optioner eller andra instrument som kan omvandlas till aktier saknades vid bokslutstillfället. Vid extra bolagsstämma den 16 februari 2001, fattades beslut om optionsprogram till MTGs ledning, som fullt utnyttjat innebär en utspädning om 3%.

Ovanstående diagram visar kursutvecklingen och den omsatta volymen i handel med MTG-aktien sedan noteringen den 18 september 1997, dels på Stockholm Börsinformation, SBI, fram till den sista april 1999 och på Stockholmsbörsens O-lista från den 3 maj 1999, dels på Nasdaq National Market.

Aktien på Stockholmsbörsen handlas under symbolen MTG i börsposter om 200 aktier. På Nasdaq National Market har aktien symbolen MTGNY och handlas som ADR, där en ADR motsvarar fem aktier. Kursutvecklingen är historiskt justerad för utdelningen av Metro International S.A. Samtliga aktier i Metro delades ut till aktieägarna i MTG den 15 augusti 2000.

För handeln på Nasdaq har MTG tecknat market maker-avtal med Goldman, Sachs & Co, Morgan Stanley & Co och SBC Warburg. Den ordinarie bolagsstämman i MTG i maj 2000 beslutade att dela ut samtliga aktier i Metro International S.A. till aktieägarna i MTG. Notering skedde den 18 augusti på Nasdaq National Market i New York och Stockholm Börsinformation, SBI.

Sedan den 8 februari 2001 är Metroaktien, vid sidan av Nasdaq, noterad på Stockholmsbörsens O-lista.

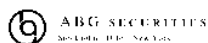
MTGs börsvärde vid Stockholmsbörsen uppgick vid årsskiftet till 16.600 Mkr. För räkenskapsåret 2000 föreslås ingen kontantutdelning.

ANALYTIKERLISTA

Följande analytiker följer MTG regelbundet



ABG Securities
Per Robert Jacobsen
per.jacobsen@abgsec.no



Alfred Berg Fondkommission
Sandra Frimann-Clausen
sandra.frimann-clausen@alfredberg.se



Aros Maizels
Stefan Brännlund
stefan.brannlund@arosmaizels.com



Bank Insinger de Beaufort
Bjarne Sørensen
bsorensen@insinger.com



CAI-Cheuvreux
Karl-Johan Bonnevier
kbonnevier@indocdv.com



Carnegie AB
Peter Dahlander
petdah@carnegie.se



Cazenove & Co
Gorm Thomassen
gorm.thomassen@cazenove.com



Danske Securities
Henrik Shultz
henrik.shultz@dendanskebank.dk



Deutsche Bank
Rasmus Engberg
rasmus.engberg@db.com



Dresdner Kleinwort Benson
Brandon DiMassa
brandon.dimassa@dresdnerkb.com



Enskilda Securities
Per Trygg
per.trygg@enskilda.se



Handelsbanken Kapitalförvaltning
Anna Virkola
anvio6@handelsbanken.se



HSBC
Henrik Persson
henrik.persson@hsbcib.com



Matteus Fondkommission
Malin Rylander
malin.rylander@matteus.se



Merrill Lynch
Jonas Palmqvist
jonas_palmqvist@ml.com



Redeye
Pontus Herin
pontus.herin@redeye.se



Swedbank
Patrik Nygård
patrik.nygard@foreningssparbanken.se



Warburg Dillon Read
Per Afrell
per.afrell@wdr.com



Öhman Fondkommission
Patrik Egnell
patrik.egnell@ohman.se





ÅRSREDOVISNING

Styrelsen och verkställande direktören avger härmed årsredovisning för Modern Times Group MTG AB, organisationsnummer 556309-9158, för tiden 000101-001231.

FÖRVALTNINGS- BERÄTTELSE

Modern Times Group MTG AB (MTG) delades ut till aktieägarna i Kinnevik den 18 september 1997. MTGs A- och B-aktier noteras dels på Nasdaq National Market, dels hos Stockholmsbörsen.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER 2000

Inom affärsområdet Viasat Broadcasting har under året två nya TV-kanaler startats, under första kvartalet Viasat+ i Norge och under tredje kvartalet Viasat3 i Ungern.

TV1000 förvärvades från Kinnevik under andra kvartalet, men med retroaktiv verkan från årets början. Resultatet i TV1000 redovisades redan tidigare i MTG i form av en optionspremie, men som en följd av förvärvet konsolideras bolaget som helägt dotterbolag till MTG.

Under hösten inleddes övergången till digital distribution av Viasats premiumkanaler, varvid samtliga abonnenter till Viasat Guld erhåller en gratis digital dekoder. Denna investering medför att Viasat väsentligt kan reducera sina kostnader för satellitdistribution. Parallellt med denna investering har Viasat igångsatt nyförsäljning av digitala dekoder inklusive abonnemang för Viasat Guld. Fram till årsskiftet, hade totalt 65.000 nya abonnemang tecknats, varav 75% tecknat Viasat Guld.

Inom affärsområdet Radio byttes under året minoritetsinnehavet i de finska radionätverken Star FM och Groove FM mot ett innehav om 17% i Radio Nova, Finlands enda kommersiella nationella radionätverk.

För affärsområdet Publishing skedde utdelningen av tidningen Metro till aktieägarna i MTG den 15 augusti 2000.

Inom affärsområdet Modern Interactive startades under året PIN24 som en 24 timmars homeshopping-kanal i digitalt format, distribuerat över Sky TVs plattform i England.

Inom affärsområdet SDI Media förvärvades utestående aktier i Gelula & Co Inc från minoritetsdelägarna.

Inom affärsområdet Modern Studios förvärvades utestående aktier i MTG Modern Entertainment Ltd från minoritetsdelägarna.

KONCERNENS RESULTAT

Omsättningen uppgick under 2000 till 5 431 Mkr, jämfört med 4 491 Mkr föregående år. Resultatet efter avskrivningar uppgick till 450 Mkr, jämfört med en vinst om 202 Mkr under 1999. I resultatet ingår realisationsvinst vid avyttring av delar av MTGs innehav i TV4 på 106 Mkr.

Andelar i intresseföretagens resultat uppgår till 57 Mkr (43 Mkr).

Netto finansiella poster uppgick under året till -43 Mkr (-24 Mkr).

Vinsten efter finansiella poster uppgick till 406 Mkr, jämfört med en vinst under 1999 om 178 Mkr.

Jämförelsetalen för 1999 avser koncernen pro forma, exklusive Metro.

KONCERNENS STRUKTUR

Under året har verksamheten bedrivits i sex affärsområden;

- Viasat Broadcasting för fri- och betal-TV,
- Radio för kommersiell radio,
- Publishing för nyhetstidningar,
- Modern Interactive för s k homeshopping,
- SDI Media för översättning av rörliga bilder, samt

- Modern Studios för de företag som huvudsakligen producerar innehåll för såväl kunder inom som utanför koncernen.

FINANSIELL STÄLLNING

Koncernens likviditet, inklusive outnyttjade kreditlöften uppgick till 514 Mkr vid årets slut (401).

Koncernens nettoupplåning (definierad som räntebärande skulder minus räntebärande tillgångar) uppgick till 520 Mkr vid årets slut (14 Mkr).

Under året har innehavarna av det konvertibla förlagslånet konverterat sin fordran till nya MTG-aktier.

FRAMTIDSUTSIKTER

MTG fokuserar fortsatt på ökad effektivitet vad gäller såväl försäljning som kostnader, i syfte att ytterligare förstärka lönsamheten.

Särskilda åtgärder vidtas för att lösa de kvarstående olönsamma delarna i koncernen, framför allt delar av affärsområdet Modern Interactive.

MODERBOLAGET

Moderbolaget bedriver ingen operativ verksamhet. Resultatet efter finansnetto uppgick till 208 Mkr (142 Mkr).

ÖVRIGT

Antalet anställda samt arvoden och andra ersättningar framgår av Noterna 22 och 23.

STYRELSEARBETET

MTGs styrelse är sammansatt för att effektivt kunna stödja och kontrollera företagsledningens arbete. MTGs styrelse hade fyra möten under 2000. Styrelsematerialet skickas ut en vecka i förväg.

Styrelsen har antagit en arbetsordning för styrelsearbete och en instruktion till verkställande direktören. I den framkommer bland annat att alla investeringar och alla nyanställningar ska beslutas av styrelsen.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Till förfogande för moderbolagets bolagsstämma står (tkr)

Från föregående år balanserat resultat	1 833 132
Jämte årets resultat	-49 180
Summa	1 783 952

Fritt eget kapital i koncernen uppgår till 729,4 Mkr (690,9 Mkr) sedan föreslagna avsättningar till bundet eget kapital avdragits. Styrelsen och verkställande direktören föreslår att till bolagsstämmans förfogande stående vinstmedel balanseras i ny räkning.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

Mkr		2000	1999 pro forma	1999
Nettoomsättning	Not 2	5 430,9	4 490,7	5 009,7
Kostnad för sålda varor och tjänster		-3 477,0	-3 181,4	-3 396,1
Bruttoresultat		1 953,9	1 309,3	1 613,6
Försäljningskostnader		-294,3	-107,1	-126,1
Administrationskostnader		-1 187,2	-824,2	-949,0
Övriga rörelseintäkter		18,2	16,6	16,8
Övriga rörelsekostnader		-243,7	-163,5	-240,9
Resultat av företagsutveckling	Not 3	7,8	-3,3	-3,3
Resultat vid försäljning av värdepapper	Not 3	106,0	-	-
Kostnadsförd optionspremie för TV1000	Not 3	-	-68,5	-68,5
Resultat i Metro Sveriges säljbolag jan-maj 2000	Not 3	32,3	-	-
Resultat från andelar i intresseföretag	Not 5	56,8	42,8	42,8
Rörelseresultat	Not 2, 4	449,8	202,1	285,4
Ränteintäkter och liknande resultatposter	Not 6	37,9	31,8	32,0
Räntekostnader och liknande resultatposter	Not 7	-81,5	-55,6	-86,3
Resultat efter finansiella intäkter och kostnader exklusive konvertibelränta	Not 2	406,2	178,3	231,1
Ränta på konvertibelt förlagslån		-2,5	-30,3	-30,3
Resultat före skatt		403,7	148,0	200,8
Aktuell skatt för året	Not 8	-155,0	-124,0	-124,0
Uppskjuten skatt	Not 8	-47,4	39,9	39,9
Minoritetens andel i resultatet		1,2	0,6	13,3
Årets resultat		202,5	64,5	130,0

KONCERNENS BALANSRÄKNING

Mkr		001231	991231 pro forma	991231
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	Not 9			
Aktiverade utvecklingskostnader		1 045,9	347,2	586,0
Nyttjanderätter		298,1	111,8	114,0
Goodwill		1 045,4	286,3	466,0
		2 389,4	745,3	1 166,0
Materiella anläggningstillgångar	Not 10			
Maskiner och andra tekniska anläggningar		27,6	162,7	162,7
Inventarier, verktyg och installationer		224,3	84,7	107,2
		251,9	247,4	269,9
Finansiella anläggningstillgångar	Not 11			
Aktier och andelar i intresseföretag		268,6	272,1	272,1
Fordringar på intresseföretag		130,6	22,1	22,1
Aktier och andelar i andra företag		34,7	0,2	0,2
Uppskjuten skattefordran	Not 8	62,0	39,2	39,2
Konvertibelt förlagslån till Metro		216,9	–	–
Långfristig fordran på Metro		216,2	424,0	–
Andra långfristiga fordringar		32,6	15,3	15,7
		961,6	772,9	349,3
Summa anläggningstillgångar		3 602,9	1 765,6	1 785,2
Omsättningstillgångar				
Varulager mm				
Varor under tillverkning		13,7	12,1	12,1
Färdiga varor och handelsvaror		69,7	57,5	58,8
Lager av sändningsrätter för TV		176,0	143,9	143,9
Pågående arbeten för annas räkning		13,0	2,6	2,6
Förskott till leverantörer		928,8	529,8	529,8
		1 201,2	745,9	747,2
Kortfristiga fordringar				
Kundfordringar	Not 12	981,0	955,1	1 018,6
Övriga fordringar		359,5	231,5	261,2
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 13	215,2	249,2	262,8
		1 555,7	1 435,8	1 542,6
Kortfristiga placeringar	Not 14	16,7	0,0	0,1
Kassa och bank		275,4	323,9	341,7
Summa omsättningstillgångar		3 049,0	2 505,6	2 631,6
SUMMA TILLGÅNGAR		6 651,9	4 271,2	4 416,8

		001231	991231 pro forma	991231
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital	Not 15			
Bundet eget kapital				
Aktiekapital		334,9	298,5	298,5
Bundna reserver		1 392,6	98,9	98,9
Fritt eget kapital		1 724,5	397,4	397,4
Fria reserver		526,9	656,9	560,9
Årets resultat		202,5	64,5	130,0
Summa eget kapital		2 453,9	1 118,8	1 088,3
Minoritetsintresse		6,5	22,5	9,3
Avsättningar				
Avsättningar för pensioner		1,8	0,5	2,2
Uppskjuten skatteskuld	Not 8	5,0	27,7	27,7
Övriga avsättningar	Not 16	117,5	97,0	97,0
Summa avsättningar		124,3	125,2	126,9
Långfristiga skulder	Not 17			
Räntebärande				
Checkräkningskrediter	Not 19	17,5	77,3	77,3
Övriga skulder till kreditinstitut		1 250,8	591,3	601,1
Övriga skulder		8,5	18,4	18,4
Ej räntebärande		1 276,8	687,0	696,8
		43,9	0,3	0,6
Summa långfristiga skulder		1 320,7	687,3	697,4
Kortfristiga skulder				
Räntebärande				
Konvertibelt förlagslån	Not 18	–	407,1	407,1
Skulder till kreditinstitut		125,0	100,0	100,0
Växelskulder		0,0	8,8	8,8
Ej räntebärande		125,0	515,9	515,9
Förskott från kunder		67,5	15,6	15,8
Leverantörsskulder		1 172,7	762,5	847,2
Skulder till intresseföretag		1,1	0,7	0,7
Skatteskulder		116,6	68,1	100,6
Övriga skulder		501,9	338,1	343,5
Upplypna kostnader och förutbetalda intäkter	Not 20	761,7	616,5	671,2
Summa kortfristiga skulder		2 621,5	1 801,5	1 979,0
Summa skulder		2 746,5	2 317,4	2 494,9
		4 067,2	3 004,7	3 192,3
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		6 654,9	4 271,2	4 416,8
Ställda säkerheter		Inga	Inga	Inga
Ansvarsförbindelser	Not 21	165,9	11,9	4,3

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

Mkr	2000	1999 pro forma	1999
Kassaflöde från rörelsen			
Årets resultat	202,5	64,5	130,0
Justeringar av poster i årets resultat som ej genererar kassaflöde från rörelsen	Not 25		
	302,7	226,5	255,9
	505,2	291,0	385,9
Förändringar i rörelsekapitalet			
Varulager	-455,2	-214,0	-214,9
Kundfordringar	-25,9	-276,4	-297,1
Övriga kortfristiga fordringar	-128,1	-33,1	-60,5
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	34,0	56,4	47,7
Kortfristiga placeringar	-16,7	0,8	0,8
Förskott från kunder	51,9	-4,1	-3,9
Leverantörsskulder	410,2	380,6	445,3
Skulder till intresseföretag	0,4	-1,5	-1,5
Skatteskuld	48,5	45,8	77,9
Övriga kortfristiga skulder, ej räntebärande	163,7	12,5	-163,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	145,2	131,5	151,9
Kassaflöde från/till rörelsen	733,2	389,5	368,4
Investeringar			
Investeringar i anläggningstillgångar	-1 032,2	-407,4	-630,5
Förvärv av aktier i dotterföretag och intresseföretag	-164,1	-141,5	-78,7
Erhållet vid försäljning av aktier i dotterföretag och intresseföretag	129,1	12,1	12,1
Aktieutdelning från intresseföretag	34,0	33,4	33,4
Kassaflöde från/till investeringsaktiviteter	-1 033,2	-503,4	-663,7
Finansiering			
Förändring av fordran på intresseföretag	-108,5	-10,7	-10,7
Transaktioner med Metro International	-235,0	-185,9	-
Förändring av övriga långfristiga fordringar	-17,3	-43,1	-43,5
Förändring av räntebärande skulder	550,9	348,2	358,0
Förändring av övriga ej räntebärande skulder	43,6	-3,5	-3,2
Kassaflöde till/från finansiella aktiviteter	233,7	105,0	300,6
Ökning/minskning av likvida medel	-66,3	-8,9	5,3
Kassa och bank vid årets början	341,7	332,8	336,4
Kassa och bank vid årets slut	275,4	323,9	341,7

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

Mkr		2000	1999
Nettoomsättning		58,9	36,2
Bruttoresultat		58,9	36,2
Försäljningskostnader		0,0	-15,0
Administrationskostnader		-147,0	-114,6
Resultat från andelar i intresseföretag	Not 5	0,0	0,6
Rörelseresultat		-88,1	-92,8
Ränteintäkter och liknande resultatposter	Not 6	358,2	298,1
Räntekostnader och liknande resultatposter	Not 7	-62,2	-63,0
Resultat efter finansiella intäkter och kostnader exklusive konvertibelränta		207,9	142,3
Ränta på konvertibelt förlagslån		-2,5	-30,3
Resultat före bokslutsdispositioner och skatt		205,4	112,0
Skatt		-254,6	-
Årets resultat		-49,2	112,0

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

Mkr		001231	991231
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	Not 9		
Aktiverade utvecklingskostnader		16,3	18,7
		16,3	18,7
Materiella anläggningstillgångar	Not 10		
Inventarier, verktyg och installationer		0,7	0,7
		0,7	0,7
Finansiella anläggningstillgångar	Not 11		
Aktier och andelar i koncernföretag		136,4	143,8
Fordringar på koncernföretag		3 079,7	3 087,6
Fordringar på intresseföretag		101,6	0,0
Aktier och andelar i andra företag		14,1	0,2
Konvertibelt förlagslån till Metro		216,9	–
Långfristig fordran på Metro		216,2	–
		3 764,9	3 231,6
Summa anläggningstillgångar		3 781,9	3 251,0
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar	Not 12	17,3	6,0
Fordringar hos koncernföretag		2 281,6	1 112,6
Övriga fordringar		5,0	15,8
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 13	3,3	0,2
		2 307,2	1 134,6
Kassa och bank		50,7	0,0
Summa omsättningstillgångar		2 357,9	1 134,6
SUMMA TILLGÅNGAR		6 139,8	4 385,6

		001231	991231
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	Not 15		
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		334,9	298,5
Överkursfond		1 332,5	52,0
Reservfond		7,7	7,7
		1 672,1	358,2
Fritt eget kapital			
Balanserat resultat		1 833,1	2 575,8
Årets resultat		-49,2	112,0
		1 783,9	2 687,8
Summa eget kapital		3 456,0	3 046,0
Långfristiga skulder			
Räntebärande			
Checkräkningskrediter		17,5	79,7
Övriga skulder till kreditinstitut		1 250,0	575,3
		1 267,5	655,0
Summa långfristiga skulder		1 267,5	655,0
Kortfristiga skulder			
Räntebärande			
Konvertibelt förlagslån	Not 18	-	407,1
Övriga skulder till kreditinstitut		125,0	100,0
Skulder till koncernföretag		201,4	0,0
		326,4	507,1
Ej räntebärande			
Leverantörsskulder		8,0	35,7
Skulder till koncernföretag		999,1	130,9
Övriga skulder		67,5	1,7
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	Not 20	15,3	9,2
		1 089,9	177,5
Summa kortfristiga skulder		1 416,3	684,6
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		6 139,8	4 385,6
Ställda säkerheter		None	None
Ansvarsförbindelser	Not 21	493,6	414,9

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

Mkr	2000	1999
Kassaflöde från rörelsen		
Årets resultat	-49,2	112,0
Justeringar av poster i årets resultat som ej genererar kassaflöde från rörelsen		
Avskrivningar	4,3	3,0
Nedskrivningar	8,1	-
	-36,8	115,0
Förändringar i rörelsekapitalet		
Kundfordringar	-11,3	-5,6
Fordringar hos koncernföretag	-1 169,0	2 695,5
Övriga kortfristiga fordringar	10,8	-15,8
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	-3,1	0,2
Kortfristiga placeringar	0,0	0,1
Leverantörsskulder	-27,7	35,7
Skulder till koncernföretag	868,2	-348,6
Övriga skulder	65,8	-4,2
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	6,1	4,9
Kassaflöde från/till rörelsen	-297,0	2 477,2
Investeringar		
Investeringar i anläggningstillgångar	-10,0	-22,4
Investeringar i aktier	-13,9	-8,9
Kassaflöde till finansieringsaktiviteter	-23,9	-31,3
Finansiering		
Fordringar på koncernföretag	7,9	-3 087,6
Fordringar på intresseföretag	-101,6	4,5
Konvertibelt förlagslån	6,7	17,0
Övriga räntebärande skulder	838,9	617,9
Nyemission	900,0	-
Koncernbidrag/aktieägartillskott	-654,6	-
Utlåning till Metro i form av konvertibelt förlagslån	-216,9	-
Utlåning till Metro i form av långfristigt lån	-216,2	-
Övrig kapitalisering av Metro	-192,6	-
Kassaflöde från/till finansiella aktiviteter	371,6	-2 448,2
Minskning av kassa och bank	50,7	-2,3
Kassa och bank vid årets början	0,0	2,3
Kassa och bank vid årets slut	50,7	0,0

NOTER

Belopp i Mkr där ej annat anges

Not 1 REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

Bolaget tillämpar Årsredovisningslagen samt rekommendationer utfärdade av Redovisningsrådet, Bokföringsnämnden och Föreningen Auktoriserade Revisorer.

KONCERNREDOVISNING

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget och samtliga dotterföretag samt intresseföretag.

Koncernens bokslut har upprättats enligt förvärvsmetoden i enlighet med Årsredovisningslagen och Redovisningsrådets rekommendation. Detta innebär att moderbolagets bokförda värden på aktier i dotterföretag elimineras mot dotterföretagens förvärvsvärden, d.v.s det eget kapital (inklusive kapitalandel i obeskattade reserver) som efter en marknadsvärdering av bolagens nettotillgångar fanns i bolagen vid respektive förvärvstidpunkt. I koncernens eget kapital ingår härigenom endast den del av dotterföretagens eget kapital som tillkommit efter förvärvet. Den skillnad mellan dotterföretagsaktiernas förvärvsvärden och redovisat eget kapital i dotterföretagen vid förvärvstillfället som inte beror på skillnader mellan marknadsvärde och bokfört värde på anläggningstillgångar redovisas som goodwill. Avskrivning på goodwill på förvärv från och med 1997 sker i enlighet med Årsredovisningslagen som regel linjärt på fem år, medan goodwillavskrivning på förvärv som skett tidigare sker linjärt på tio år. Vid större förvärv görs en individuell bedömning av ekonomisk livslängd för goodwill och övervärden där bolaget bedömer faktorer såsom branschens överblickbara framtid, produktlivscyklar och varumärkens styrka för att avgöra hur länge hög lönsamhet kan förväntas bestå. Den kan resultera i längre avskrivningstider för goodwill än fem år. Den bedömning som gjordes vid förvärvet av TV1000 under 2000 resulterade i en avskrivningstid på 20 år. Årets resultat belastas förutom med skatt på årets beskattningsbara resultat ("aktuell skatt") med beräknad skatt på årets förändring i obeskattade reserver ("uppskjuten skatt") i respektive koncernföretag. De i obeskattade reserver ingående skatteskulder redovisas som uppskjuten skatteskuld medan återstående del av obeskattade reserver redovisas bland bundna reserver i eget kapital.

Vid omräkning av utländska dotterföretags balansposter till svenska kronor används balansdagens valutakurser, medan vid omräkning av resultaträkningens poster genomsnittliga valutakurser används. De omräkningsdifferenser som uppkommer förs direkt till eget kapital.

Som minoritetsintresse redovisas minoritetens andel i nettoresultat och eget kapital. Vid negativt eget kapital redovisas fordran på minoriteten i den mån minoriteten bedöms skjuta till sin del av underskottet.

REDOVISNING AV INTRESSEFÖRETAG

Intresseföretag redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Resultatandelar i intresseföretagens resultat efter finansnetto redovisas under rubriken Resultat från andelar i intresseföretag i resultaträkningen. Andelen i intresseföretags skattekostnad redovisas i koncernens skattekostnader.

Koncernmässiga övervärden avseende utländska intresseföretag redovisas som tillgångar i utländsk valuta. Dessa värden omräknas enligt samma principer som intresseföretagens resultat- och balansräkningar.

Som intresseföretag räknas företag där koncernens ägarandel uppgår till minst 20 procent och högst 50 procent, och där innehaven på denna andelsnivå bedöms vara långsiktiga. Detta gäller bland annat TV4 AB (20,1 procent) och P4 Radio Hele Norge asa (33 procent).

Övervärden hänförs till tillgångar hos respektive intresseföretag eller goodwill. Avskrivning sker över fem eller tio år för goodwill och, för övriga anläggningstillgångar, enligt respektive tillgångs avskrivningsplan.

Intresseföretagens bokslut justeras före beräkning av resultatandelar i enlighet med MTGs redovisnings- och värderingsprinciper.

Justering för större internvinster uppkomna i transaktioner med intresseföretagen sker vid beräkning av resultat- och kapitalandelarna. Upplösning av sådana internvinster sker i takt med realisering genom extern försäljning och/eller reducering av MTG-koncernens ägarengagemang i intresseföretaget.

Vid minskning av koncernens kapitalandel i intresseföretag genom nyemission redovisas vinst eller förlust i koncernresultaträkningen under rubriken Resultat från andelar i intresseföretag. Detta sker i analogi med de principer som föreskrivs av Redovisningsrådet för redovisning vid nyemission i dotterföretag.

FORDRINGAR OCH SKULDER I UTLÄNSK VALUTA

Koncernföretagens fordringar och skulder i utländsk valuta omräknas till lokal valuta genom att använda balansdagens kurser. Realiserade och orealiserade kursdifferenser redovisas i resultaträkningen. Kursdifferenser hänförliga till exempelvis leverantörs- skulder och kundfordringar redovisas i rörelseresultatet, medan kursdifferenser hänförliga till lån och placeringar i utländsk valuta redovisas som finansiella poster.

VARULAGER

Varulager värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde.

En betydande del av det belopp som koncernen redovisar som lager avser TV-kanalernas lager av programrättigheter. Programrättigheter redovisas som lager först när licensperioden har börjat, programmen är tillgängliga för visning, kostnaden för varje program är känd och programmaterialet har blivit godkänt av TV-kanalen. Programvarulagret i MTGs TV-kanaler motsvarar vid varje tidpunkt ungefär de följande två månadernas programkostnad. Framtida betalningar avseende kontrakterade programrättigheter som ännu inte redovisas som varulager redovisas som en post inom linjen. Se vidare Not 21.

Lager av programrättigheter värderas enligt lägsta värdets princip. Samma programrättighet kan ofta utnyttjas vid flera sändningstillfällen, ibland i olika kanaler och länder. Programrättigheterna kostnadsförs då i takt med de beräknade intäkterna.

ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Anläggningstillgångar redovisas netto efter avdrag för ackumulerade avskrivningar enligt plan. Avskrivningar enligt plan görs linjärt baserat på anläggningarnas anskaffningsvärden och bedömd ekonomisk livslängd.

Anläggningarna klassificeras för beräkning av avskrivningar utifrån beräknad ekonomisk livslängd i följande kategorier:

Goodwill	5-20 år
Aktiverade utvecklingskostnader	3-5 år
Maskiner och inventarier	3-5 år
Nyttjanderätter – filmrättigheter	Beräknad intäktsperiod, inte alltid linjär avskrivning

Aktiverade utvecklingskostnader avser såväl interna som externa kostnader för nystartade verksamheter samt för andra större projekt av produktutvecklings- eller marknadsföringskaraktär. Alla uppstartskostnader fram till projektets kommersiella start aktiveras och skrivs av under högst fem år. Avskrivning påbörjas vid kommersiellt idrifttagande. Kostnader motsvarande förluster under det första verksamhetsåret som förutsetts i budget eller projektplan aktiveras och skrivs av på motsvarande sätt.

NEDSKRIVNING AV ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Koncernen utvärderar kontinuerligt de bokförda värdena på anläggningstillgångar. En värdenedgång föranleder en nedskrivning av de bokförda värdena när nuvärdet av de bedömda kassaflödena understiger tillgångens bokförda värde.

REDOVISNING AV HYRESAVTAL

Ett finansiellt leasingavtal är ett avtal som innebär att hyrestagaren, även om denna inte erhåller den legala äganderätten till hyresobjektet, i allt väsentligt åtnjuter de ekonomiska förmåner och bär de ekonomiska risker som är hänförliga till objektet. Vid finansiell leasing redovisas hyresobjektet hos hyrestagaren som anläggningstillgång i balansräkningen och förpliktelsen att i framtiden betala hyresavgifter som skuld.

Ett operationellt leasingavtal är ett hyresavtal där förutsättningarna för finansiell leasing inte är uppfyllda. Vid operationell leasing periodiseras hyreskostnaden i hyrestagarens redovisning över den period under vilken objektet utnyttjas, även om betalningarna fördelas på annat sätt.

När det gäller hyra av transponderar för satellitöverföring av TV-sändningar är dessa föremål för ständiga omförhandlingar och nuvarande avtal innebär en betalningsplan som förväntas matcha intäkterna. Mot denna bakgrund kostnadsför MTG transponderkostnaderna enligt betalningsplan.

BYTESAFFÄRER

Bytesaffärer ("barter") innebär utbyte av sändningstid i TV eller radio mot andra varor eller tjänster. Bytesaffärer redovisas till varornas eller tjänsternas marknadsvärden. Intäkter från bytesaffärer redovisas när reklaminslagen sänds; kostnader bokförs när varan eller tjänsten förbrukas.

INTÄKTSREDOVISNING

Intäktsredovisning sker vid utförd prestation. Detta innebär att MTG redovisar intäkter från TV-, radio- och tidningsreklam vid sändning respektive utgivning. Abonnemangsintäkter för betal-TV fördelas över abonnemangsperioden. Intäkten från försäljning av varor redovisas vid leverans.

INKOMSTSKATTER

Redovisade skatteskulder inkluderar verkliga svenska och utländska inkomstskatter och uppskjuten skatt som uppkommit till följd

av temporära skillnader mellan redovisning och skattemässig rapportering, beräknade i enlighet med den s.k. "liability"-metoden. I huvudsak orsakas sådana temporära skillnader av obeskattade reserver i koncernföretagen.

En uppskjuten skattefordran redovisas motsvarande värdet av underskottsavdrag om det bedöms vara troligt att de kommer att användas mot beskattningsbara inkomster under överskådlig tid.

Uppskjutna skattekostnader och intäkter till följd av temporära skillnader som uppstått under perioden redovisas i koncernresultaträkningen på raden Uppskjuten skatt.

KONCERNBIDRAG

Moderbolaget redovisar koncernbidrag i enlighet med uttalandet från Redovisningsrådets akutgrupp.

Koncernbidrag redovisas efter sin ekonomiska innebörd, nämligen att minimera koncernens skatt. Eftersom koncernbidraget därför inte utgör vederlag för utförda prestationer redovisas det direkt mot balanserade vinstmedel efter avdrag för dess skatteeffekt.

NYA REDOVISNINGSPRINCIPER FRÅN 2001

Redovisningsrådet har under 1999 och 2000 utgivit ett antal nya redovisningsrekommendationer, vilka kommer att tillämpas av MTG från och med räkenskapsåret 2001.

Nya regler finns bland annat i rekommendationen RR15 om Immateriella tillgångar. Från och med 2001 kommer uppstartskostnader och större marknadsföringsprojekt inte längre att redovisas som aktiverade utvecklingskostnader, utan kostnadsförs direkt när de uppkommer. När MTG inför de nya redovisningsprinciperna justeras jämförelsetalen för tidigare perioder och effekten på den ingående balansen 2001 redovisas direkt mot eget kapital.

Not 2 KONCERNÖVERSIKT

	2000	1999
Nettoomsättning per affärsområde		
Viasat Broadcasting	3 818,0	3 114,0
MTG Radio	132,9	107,5
MTG Publishing	214,1	127,4
Metro International	–	519,0
MTG Modern Interactive	632,1	581,8
MTG Modern Studios	551,1	419,4
SDI Media	330,4	256,0
Moderbolag och övriga bolag	105,2	94,0
Elimineringar	–352,9	–209,4
	5 430,9	5 009,7

Elimineringar avser eliminering av försäljningsintäkter mellan affärsområdena, framför allt försäljning från Modern Studios och SDI Media till Viasat Broadcasting. Sådan försäljning sker till marknadspris.

Rörelseresultat per affärsområde		
Viasat Broadcasting	590,5	314,4
MTG Radio	18,0	16,1
MTG Publishing	10,5	–16,1
Metro International	–	83,3
MTG Modern Interactive	–94,1	–26,7
MTG Modern Studios	2,8	18,4
SDI Media	17,7	15,4
Moderbolag och övriga bolag	–114,8	–106,3
Metro Sveriges säljbolag jan-maj 2000	32,3	–
Elimineringar	–13,1	–13,1
	449,8	285,4

Resultat efter finansnetto per affärsområde		
Viasat Broadcasting	564,2	281,9
MTG Radio	14,8	11,0
MTG Publishing	5,3	–17,9
Metro International	–	52,8
MTG Modern Interactive	–125,6	–57,2
MTG Modern Studios	–3,6	7,4
SDI Media	11,7	12,8
Moderbolag och övriga bolag	–81,3	–46,6
Metro Sveriges säljbolag jan-maj 2000	33,8	–
Elimineringar	–13,1	–13,1
	406,2	231,1

Jämförelsetalen för 1999 per affärsområde har justerats i förhållande till 1999 års årsredovisning för ökad jämförbarhet. Siffrorna för 1999 och 2000 ovan baseras på samma operativa koncernstruktur.

Nettoomsättningen fördelar sig på geografiska marknader (efter köparens hemvist) enligt följande:

Sverige	2 383,2	2 496,6
Norge	861,5	636,6
Danmark	1 261,3	1 100,4
Övriga Europa	742,6	661,0
Nordamerika	135,0	78,8
Sydamerika	1,9	0,0
Asien	45,1	36,3
Afrika	0,3	0,0
	5 430,9	5 009,7

Not 3 RESULTAT AV FÖRETAGSUTVECKLING

	2000	1999
Koncernen		
Både Og AS	2,1	–
Nordic Satellite Distribution AS	0,8	–
P4 Finland Oy	4,5	–
T & T Broadcasters Oy	–	–3,3
Vision Recording AB	0,4	–
	7,8	–3,3

Som resultat av företagsutveckling redovisas realisationsresultat vid försäljning av aktier i dotterföretag och intresseföretag samt liknande transaktioner.

RESULTAT VID FÖRSÄLJNING AV VÄRDEPAPPER

	2000	1999
Koncernen		
Försäljning av aktier i TV4 AB	106,0	–
	106,0	–

KOSTNADSFÖRD OPTIONSPREMIE FÖR TV1000

I samband med utdelningen av MTG träffades ett optionsavtal mellan Kinnevik och MTG, vilket medförde rätt för MTG att förvärva Kinneviks andel av TV1000 till marknadsvärde. MTG bar enligt avtalet ansvaret för TV1000s förluster utöver 100 Mkr, 60 Mkr och 30 Mkr för 1997, 1998 respektive 1999. Kinnevik hade överlåtit sitt operativa ansvar till MTG. I mars 2000 utnyttjade MTG sin option och förvärvade TV1000.

RESULTAT I METRO SVERIGES SÄLJBOLAG JANUARI-MAJ 2000

Metros svenska säljbolag var tillika holdingbolag bland annat för koncernens aktier i Finanstidningen och kunde av bland annat skatteskäl inte ingå i utdelningen till aktieägarna. I stället har säljverksamheten i detta bolag överlåtit till ett nytt bolag i Metro-koncernen med verkan från den 1 juni 2000. Resultat för denna verksamhet under årets fem första månader konsolideras i MTG-koncernen, men ingår inte i de pro forma jämförelsetalen för 1999, och redovisas därför på separat rad.

Not 4 AVSKRIVNINGAR ENLIGT PLAN

	2000	1999
Koncernen		
Aktiverade utvecklingskostnader	-176,8	-104,0
Nyttjanderätter	-20,8	-11,7
Goodwill	-89,6	-77,2
Maskiner och andra tekniska anläggningar	-15,0	-23,3
Inventarier, verktyg och installationer	-67,8	-43,0
	-370,0	-259,2

Note 5 RESULTAT FRÅN ANDELAR I INTRESSEFÖRETAG

	2000	1999
Koncernen		
Electric Farm asa (18 %)	0,0	-1,5
Everyday Webguide AB (50%)	-7,1	-0,2
Gamla Stans Millennium Evenemang KB (25 %)	0,0	0,6
Mediainvest Holding AS (49%)	-1,5	0,0
Mediamätning i Skandinavien MMS AB (43 %)	0,0	1,1
P4 Finland Oy Ab (-)	-4,2	-0,1
P4 Radio Hele Norge asa (33 %)	24,6	29,2
Radio National i Luleå AB (49 %)	-0,8	-0,6
Radio National i Skellefteå AB (49 %)	-0,7	-0,6
Radio Rigas Jurmala SIA (50%)	-2,9	-0,9
Radioindustri Xerxes i Borås AB (49%)	-1,4	-1,4
ScanSat A/S (50 %)	0,0	0,8
Svensk Programagentur AB (50%)	1,0	0,4
TV3 Estonia (42 %)	-5,6	-8,5
TV3 Latvia (49 %)	-12,0	-12,2
TV4 AB (20 %)	67,4	38,2
Vision Recording AB (-)	0,0	-1,5
	56,8	42,8

Moderbolaget

Gamla Stans Millennium Evenemang KB (25%)	0,0	0,6
	0,0	0,6

Intresseföretag redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Resultatandelarna utgörs av MTG-koncernens andel av resultat efter finansnetto i respektive intresseföretag efter omräkning till svenska kronor och efter korrigering i förekommande fall till MTGs redovisningsprinciper, belastat med avskrivning på koncernmässiga övervärden som uppkommit vid MTGs förvärv av respektive aktiepost. För vissa bolag har beräkningen av resultatandelar baserats på preliminära och ännu ej reviderade bokslut.

Not 6 RÄNTEINTÄKTER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	2000	1999
Koncernen		
Ränteintäkter	37,9	32,0
	37,9	32,0
Moderbolaget		
Ränteintäkter från utomstående	15,5	3,4
Ränteintäkter från dotterföretag	342,7	294,7
	358,2	298,1

Not 7 RÄNTEKOSTNADER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	2000	1999
Koncernen		
Räntekostnader	-65,5	-60,1
Kursdifferenser	-8,8	-18,9
Övriga finansiella poster	-7,2	-7,3
	-81,5	-86,3
Moderbolaget		
Räntekostnader till utomstående	-51,8	-22,0
Räntekostnader till dotterföretag	-23,8	-31,0
Kursdifferenser	13,4	-10,0
	-62,2	-63,0

Som regel vidtogs inga särskilda säkringsåtgärder för att skydda koncernen mot effekten av förändrade valutakurser, varken avseende transaktionsexponering eller balans exponering.

Not 8 SKATTER

	2000	1999
Fördelning av resultat före skatt och minoritetsandelar		
Sverige	119,6	7,7
Norge	72,4	71,7
Danmark	83,0	69,4
Storbritannien	213,3	124,9
Övriga länder	-84,6	-72,9
	403,7	200,8
Fördelning av skattekostnader		
Aktuell skatt för året		
Sverige	-28,9	-17,5
Norge	-6,9	-23,1
Danmark	-24,5	-13,4
Storbritannien	-83,3	-63,0
Övriga länder	-11,4	-7,0

Uppskjuten skatt		
Sverige	-34,1	39,2
Norge	-14,2	0,5
Danmark	0,0	0,0
Storbritannien	1,0	0,0
Övriga länder	-0,1	0,2
	-202,4	-84,1

Av skattekostnader år 2000 avser 31,9 Mkr andel i intresseföretagens skatter.

	001231	991231
Uppskjuten skattefordran		
Sverige	5,1	39,2
Norge	56,9	0,0
Danmark	0,0	0,0
Storbritannien	0,0	0,0
Övriga länder	0,0	0,0
	62,0	39,2
Uppskjuten skatteskuld		
Sverige	0,0	0,0
Norge	0,0	1,6
Danmark	0,0	0,0
Storbritannien	0,0	23,2
Övriga länder	5,0	2,9
	5,0	27,7

Koncernen har underskottsavdrag per 31 december 2000 som uppgår till ca 250 Mkr i Sverige och 200 Mkr i Norge, utan förfallodag. I årsbokslut 2000 redovisas en uppskjuten skattefordran motsvarande 28 procent av underskottsavdragen i Sverige och Norge, eftersom det bedöms sannolikt att underskottsavdragen kommer att kunna användas mot skattepliktiga överskott. Av försiktighetsskäl redovisas ingen uppskjuten skattefordran avseende värdet av förlustavdrag utanför Sverige och Norge.

Förlustavdrag utanför Sverige och Norge, för vilka ingen uppskjuten skattefordran redovisas, per förfallodag

2001	16,7
2002	34,9
2003	31,5
2004	19,2
2005	58,9
2006 och senare	0,1
Ingen förfallodag	-
	161,3

Avstämning av skattekostnad	2000	(%)	1999	(%)
Skatt/Skattesats i Sverige	-113,1	-28,0	-56,2	-28,0
Ej avdragsgilla kostnader	-45,8	-11,3	-74,5	-37,1
Utländska skattesatser	-7,6	-1,9	-7,3	-3,6
Effekt av förlustavdrag	5,1	1,3	87,4	43,5
Förluster för vilka skatteintäkter ej redovisas	-41,0	-10,2	-33,5	-16,7
Effektiv skatt/skattesats	-202,4	-50,1	-84,1	-41,9

Ej avdragsgilla kostnader avser i huvudsak optionspremie för TV1000, koncernmässiga goodwillavskrivningar, samt vissa räntekostnader i Storbritannien.

Not 9 IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

	Aktiverade utveckl kostn	Nyttjande-rätter	Goodwill	Aktiverade utveckl kostn
Koncernen				Moderbolaget
Ingående anskaffningsvärden	771,1	180,0	703,8	27,7
Utdelning av Metro International	-259,2	-4,1	-212,7	
Förändringar i koncernens sammansättning, omklassificeringar mm	71,0			
Årets investeringar	860,1	196,6	844,7	9,5
Årets försäljningar/utrangeringar	-63,6	-2,3		-18,3
Omräkningsdifferenser	2,0	18,4	4,0	
Utgående anskaffningsvärden	1 381,4	388,6	1 339,8	18,9
Ingående ackumulerade avskrivningar	-185,1	-66,0	-237,8	-9,0
Utdelning av Metro International	20,4	1,9	33,0	
Förändringar i koncernens sammansättning, omklassificeringar mm	-41,7			
Årets försäljningar/utrangeringar	47,1	2,1		10,2
Årets avskrivningar	-176,8	-20,8	-89,6	-3,8
Omräkningsdifferenser	0,6	-7,7		
Utgående ackumulerade avskrivningar	-335,5	-90,5	-294,4	-2,6
Utgående planenligt restvärde	1 045,9	298,1	1 045,4	16,3

Årets stora investeringar i aktiverade utvecklingskostnader beror på tillämpning av redovisningsprincipen att aktivera kostnaderna för nystartade verksamheter samt för andra större projekt av produktutvecklings- eller marknadsföringskaraktär. Investerat belopp under 2000 inkluderar 555 Mkr som investerats i projektet för byte till digital satellit-TV-överföring.

Not 10 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

	Maskiner, tekn anlägg	Inventarier, verktyg	Inventarier, verktyg
Koncernen			Moderbolaget
Ingående anskaffningsvärden	289,4	330,1	2,4
Utdelning av Metro International		-33,3	
Förändringar i koncernens sammansättning, omklassificeringar mm	-161,1	285,4	
Årets investeringar	4,1	79,0	0,5
Årets försäljningar/utrangeringar	-23,9	-39,0	
Omräkningsdifferenser	1,3	14,4	
Utgående anskaffningsvärden	109,8	636,6	2,9
Ingående ackumulerade avskrivningar	-126,7	-222,9	-1,7
Utdelning av Metro International		10,8	
Förändringar i koncernens sammansättning, omklassificeringar mm	35,9	-158,4	
Årets försäljningar/utrangeringar	23,7	31,1	
Årets avskrivningar	-15,0	-67,8	-0,5
Omräkningsdifferenser	-0,1	-5,1	
Utgående ackumulerade avskrivningar	-82,2	-412,3	-2,2
Utgående planenligt restvärde	27,6	224,3	0,7

Not 11 FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

	Org nr	Säte	Antal aktier	Aktie kapital (%)	Rösträtts- andel (%)	Bokfört värde
(tkr)						
Aktier och andelar i dotterföretag (hos moderbolaget)						
MTG Broadcasting SA		Luxemburg	1 000	100	100	300
MTG Radio SA		Luxemburg	1 000	100	100	300
MTG Publishing SA		Luxemburg	1 000	100	100	300
MTG Electronic Retailing SA		Luxemburg	1 000	100	100	300
MTG Media Services SA		Luxemburg	1 000	100	100	300
Subtitling & Dubb Intl SA		Luxemburg	1 000	100	100	300
MTG Holding AB	556057-9558	Stockholm	5 000	100	100	101 886
MTG AS Norge		Norge	82 300	100	100	32 689
						136 375

Skattemässigt anskaffningsvärde
på aktier och andelar i dotterföretag
överstiger i moderbolaget väsentligt
det bokförda värdet.

Aktier och andelar i dotterföretag
(inom koncernen)

MTG Broadcasting SA		Luxemburg	–	100	100
MTG Broadcasting Holding AB	556580-7806	Stockholm	–	100	100
MTG Broadcasting AB	556353-2687	Stockholm	–	100	100
TV6 Sverige AB	556098-4709	Stockholm	–	100	100
Z-TV AB	556022-0831	Stockholm	–	100	100
Viasat AB	556304-7041	Stockholm	–	100	100
TV1000 AB	556133-5521	Stockholm	–	100	100

	Org nr	Säte	Antal aktier	Aktie kapital (%)	Rösträtts- andel (%)	Bokfört värde
TV1000 Norge AS		Norge	–	100	100	
TV1000 Danmark A/S		Danmark	–	100	100	
TV1000 Finland Oy		Finland	–	100	100	
TV1000 London Ltd		Storbritannien	–	100	100	
Viasat Satellite Service AB	556278-7910	Stockholm	–	100	100	
MTG Broadcast Centre Stockholm AB	556493-2340	Stockholm	–	100	100	
Strix Nyheter AB	556513-5554	Stockholm	–	100	100	
Viasat AS Estonia		Estland	–	100	100	
Eesti Vaba Television ETV		Estland	–	100	100	
Televisionsaktiebolaget TV8	556507-2401	Stockholm	–	100	100	
UAB TV3 Lithuania		Litauen	–	84	84	
Alfa TV Kft		Ungern	–	95	95	
Viasat Broadcasting UK Ltd		Storbritannien	–	100	100	
UK Teleauction Ltd		Storbritannien	–	100	100	
TV6 Broadcasting Ltd		Storbritannien	–	100	100	
3+ Television Ltd		Storbritannien	–	100	100	
TV3 Broadcasting Group Ltd		Storbritannien	–	100	100	
TV3 AB	556153-9726	Stockholm	–	100	100	
TV3 A/S Danmark		Danmark	–	100	100	
TV3 AS Norge		Norge	–	100	100	
MTG Radio SA		Luxemburg	–	100	100	
MTG Radio Holding AB	556580-7814	Stockholm	–	100	100	
MTG Radio AB	556365-3335	Stockholm	–	100	100	
KiloHertz AB	556444-7158	Göteborg	–	100	100	
Production of World Entertainment Radio in Sweden AB	556307-3476	Stockholm	–	100	100	
MTG XLformat AB	556469-8263	Stockholm	–	100	100	
MTG Publishing SA		Luxemburg	–	100	100	
MTG Publishing Holding AB	556580-7798	Stockholm	–	100	100	
MTG Publishing AB	556457-2229	Stockholm	–	100	100	
Finanstidningen AB	556301-5014	Stockholm	–	100	100	
Finanstext Sverige AB	556472-8425	Stockholm	–	100	100	
Moderna Tider Förlags AB	556401-4941	Stockholm	–	98	98	
Brombergs Bokförlag AB	556204-4627	Solna	–	98	98	
Silikon AB	556361-7405	Stockholm	–	80	80	
MTG Publishing International bv		Nederländerna	–	100	100	
MTG Electronic Retailing SA		Luxemburg	–	100	100	
MTG Electronic Retailing Holding AB	556580-7749	Stockholm	–	100	100	
MTG Electronic Retailing AB	556035-6940	Fagersta	–	100	100	
e-Commerce Logistics i Malmö AB	556465-9950	Stockholm	–	100	100	
MTG Internet Retailing AB	556406-1702	Karlstad	–	100	100	
MTG Internet Retailing bv		Nederländerna	–	100	100	
Cdon AB	556308-2105	Stockholm	–	100	100	
TV-Shop Europe AB	556497-0019	Malmö	–	100	100	
TV Shop i Sverige AB	556374-8176	Malmö	–	100	100	
Musik-Industri i Sverige AB	556490-7979	Stockholm	–	100	100	
TV Shop Eesti AS		Estland	–	100	100	
TV Shop Homeshopping Oy		Finland	–	100	100	
TV Shop USA Inc		Förenta Staterna	–	100	100	
TV Shop SIA		Lettland	–	100	100	
TV Shop Lithuania SA		Litauen	–	100	100	
Mediashop SA		Luxemburg	–	100	100	
TV Shop SA		Luxemburg	–	100	100	
TV Shop Nederland bv		Nederländerna	–	100	100	
TV Shop AS Norge		Norge	–	100	100	
TV Shop Polska Sp Zoo		Poland	–	100	100	

	Org nr	Säte	Antal aktier	Aktie kapital (%)	Rösträtts- andel (%)	Bokfört värde
TV Shop Slovakia as		Slovakien	–	100	100	
TV Shop Spain SL		Spanien	–	96	96	
TV Shop Ceska Republika as		Tjeckien	–	100	100	
TV Shop Versandhandels GmbH		Tyskland	–	100	100	
Unimedia GmbH		Tyskland	–	100	100	
TV Shop Hungary Trading Ltd		Ungern	–	100	100	
TV Shop Fullfillment House Kft		Ungern	–	100	100	
No Name 4 Us AB	556558-5147	Malmö	–	90	90	
MTG Internet AB	556461-1662	Stockholm	–	100	100	
Webad AS		Norge	–	100	100	
Interactive Italia SRL		Italien	–	90	90	
MTG Modern Group España SL		Spanien	–	100	100	
InTV España SL		Spanien	–	100	100	
Interactive Partner SL		Spanien	–	100	100	
Interactive Media Solutions SL		Spanien	–	100	100	
MTG Telesubasta SL		Spanien	–	100	100	
MTG Media Services SA		Luxemburg	–	100	100	
MTG Media Services Holding AB	556580-7848	Stockholm	–	100	100	
MTG Modern Studios AB	556264-3261	Stockholm	–	100	100	
MTG Media Properties Ltd		Förenta Staterna	–	100	100	
Nordic Artist AB	556422-1447	Stockholm	–	100	100	
RTS Rent the Show AB	556593-1044	Stockholm	–	51	51	
Nordic Artist Oy		Finland	–	100	100	
Nordic Artist AS		Norge	–	100	100	
Sonet Film AB	556103-7283	Stockholm	–	100	100	
Filmarehn AB	556323-0670	Stockholm	–	100	100	
MTG Modern TV AB	556419-9544	Lund	–	100	100	
Oslo Kinoreklame AS		Norge	–	100	100	
Strix Television AB	556345-5624	Stockholm	–	100	100	
Strix Televisjon AS		Norge	–	100	100	
Subtitling & Dubb Intl SA		Luxemburg	–	100	100	
Subtitling Holding AB		Stockholm	–	100	100	
SDI Media AB	556170-2217	Stockholm	–	100	100	
MediaDubb International AB	556442-2706	Stockholm	–	100	100	
SDI Media Scandinavia AB	556538-9375	Stockholm	–	100	100	
SDI Media Finland Oy		Finland	–	100	100	
SDI Media Eesti Oy		Estland	–	100	100	
UAB SDI Media International		Litauen	–	100	100	
SDI Media Latvia SIA		Lettland	–	100	100	
SDI Media Netherlands bv		Nederländerna	–	90	90	
Subtitling International SA		Luxemburg	–	100	100	
SDI Media Hong Kong Ltd		Hongkong	–	60	60	
SDI Media Japan Ltd		Japan	–	70	70	
Media Watchers International Ltd		Hongkong	–	60	60	
Media Watchers Thailand Ltd		Thailand	–	49	91	
Subint Ltd		Storbritannien	–	100	100	
Screen Subtitling Systems Ltd		Storbritannien	–	100	100	
Subtitling International UK Ltd		Storbritannien	–	100	100	
Subtitling International Middle East sarl		Libanon	–	100	100	
SDI Media France SARL		Frankrike	–	100	100	
SDI Media Asia Pacific Pte Ltd		Singapore	–	100	100	
SDI Media Israel		Israel	–	100	100	
Gelula & Co Inc		Förenta Staterna	–	100	100	
MTG Holding AB	556057-9558	Stockholm	–	100	100	
Bäckegrube AB	556170-7752	Stockholm	–	100	100	

	Org nr	Säte	Antal aktier	Aktie kapital (%)	Rösträtts- andel (%)	Bokfört värde
TV Holdings International SA		Luxemburg	–	100	100	
Scansat Intressenter AB	556353-2679	Stockholm	–	100	100	
Modern Services MTG AB	556298-5597	Stockholm	–	100	100	
Applied Sales Management ASM AB	556513-5547	Stockholm	–	100	100	
Svithjod News AB	556504-7551	Stockholm	–	100	100	
Kinnevik Media International AB	556339-8014	Stockholm	–	100	100	
DVDON AB	556237-4628	Stockholm	–	100	100	
Gamerson AB	556052-4174	Stockholm	–	100	100	
Pharmaon AB	556400-1476	Stockholm	–	100	100	
TV3 Production SIA		Lettland	–	100	100	
Senaste Nytt på Nätet SNN AB	556448-0076	Stockholm	–	100	100	
Everymobile AB	556529-7917	Stockholm	–	100	100	
Skybus AB	556098-4691	Stockholm	–	100	100	
SatTrans KB	916624-2512	Stockholm	–	100	100	
Norges Teleauktion AS		Norge	–	100	100	
Oslo Kinoreklame AS		Norge	–	100	100	
Staden Staden AB	556205-6449	Stockholm	–	100	100	
Frankvik AB	556491-9685	Stockholm	–	100	100	
Moderna Tider Holding AB	556426-8745	Stockholm	–	100	100	
Webad Sverige AB	556484-0154	Stockholm	–	100	100	
AdOn Försäljnings AB	556146-9700	Stockholm	–	100	100	
Interactive Italia SRL		Italien	–	90	90	
MTG A/S Danmark		Danmark	–	100	100	
TV Shop A/S Danmark		Danmark	–	100	100	
Strix Television A/S Danmark		Danmark	–	100	100	
ViaSat A/S Danmark		Danmark	–	100	100	
Scannews A/S Danmark		Danmark	–	100	100	
Viasat Sport A/S		Danmark	–	100	100	
Freeport Film A/S		Danmark	–	100	100	
SDI Media Danmark A/S		Danmark	–	100	100	
MTG Invest AB	556353-3065	Stockholm	–	100	100	
MTG AS Norge		Norge	–	100	100	
Viasat AS Norge		Norge	–	100	100	
Metro Norge AS		Norge	–	100	100	

	Org nr	Säte	Antal aktier	Aktie kapital (%)	Rösträtts- andel (%)	Bokfört värde	Marknads- värde
(tkr)							
Aktier och andelar i intresseföretag (hos moderbolaget)							
Gamla Stans Millennium Evenemang KB	969653-5997	Stockholm	–	25	25	0	
Aktier och andelar i intresseföretag (inom koncernen)							
Everyday Webguide AB	556182-6016	Stockholm	1 750	50	50	0	
Forum och Marknad 107,7 i Nyköping HB	969651-4125	Nyköping	–	33	33	0	
Gamla Stans Millennium Evenemang KB	969653-5997	Stockholm	–	25	25	0	
GigaHertz 106,7 i Malmö HB	969651-2970	Malmö	–	33	33	0	
GH GigaHertz KB	969616-7551	Göteborg	–	33	33	2 667	
Göteborg Air 105,9 HB	969661-0600	Göteborg	–	33	33	0	
Jönköpings Reklamradio 106,0 HB	969651-3739	Jönköping	–	33	33	0	
Mediainvest Holding AS		Estland	49	49	49	0	
Mediamätning i Skandinavien MMS AB	556353-3032	Stockholm	2 150	43	43	3 632	
P4 Radio Hele Norge asa		Norge	10 673 508	33	33	51 558	629 017
Power i Stockholm HB	969651-2236	Stockholm	–	33	33	0	
Radio 2000 107,6 i Helsingborg HB	969651-5015	Helsingborg	–	33	33	0	
Radio Air 104,5 i Hällby och Eskilstuna HB	969651-1980	Eskilstuna	–	33	33	0	
Radio National i Luleå AB	556475-0411	Stockholm	500	50	50	2 715	
Radio National i Skellefteå AB	556475-0346	Stockholm	500	50	50	2 038	
Radio Rigas Jurmala AS		Lettland	5	50	50	0	
Radio Storpannan 104,8 i Göteborg HB	969651-2228	Göteborg	–	33	33	0	
Reklammedia 104,4 i Kil och Karlstad HB	969651-4109	Karlstad	–	33	33	0	
Reklammedia 107,3 i Kristianstad HB	969651-3697	Kristianstad	–	33	33	0	
Rix i Borås AB	556034-4391	Borås	490	49	49	0	
Rix i Skandinavien AB	556475-3670	Stockholm	500	50	50	49	
ScanSat A/S		Danmark	901 500	50	50	1 956	
Stop AB	556249-0424	Uppsala	500	50	50	46	
Svensk Programagentur AB	556453-6281	Göteborg	4 270	50	50	214	
Trestad Air 105,0 HB	969651-2715	Vänersborg	–	33	33	0	
TV3 Broadcasting SIA		Lettland	49	49	49	0	
TV3 Estonia AS		Estland	2 100	42	42	12 735	
TV3 Latvia SIA		Lettland	98	49	49	0	
TV4 AB	556242-7152	Stockholm	4 020 013	20	20	190 991	1 206 004
Växjö Reklamradio 104,3 HB	969651-1972	Växjö	–	33	33	0	
Z-Radio 101,9 HB	969651-2269	Stockholm	–	33	33	0	
Östersund Air 104,0 HB	969651-2681	Östersund	–	33	33	0	
						268 601	

Avstämning bokfört värde på aktier och andelar i
intresseföretag (inom koncernen)
(Mkr)

Ingående balans 2000-01-01	272,1
Investeringar i intresseföretag	4,1
Andel i intresseföretagens resultat enligt Not 5	56,8
Andel i intresseföretagens skattekostnad	-31,9
Erhållna aktieutdelningar	-34,0
Bokfört värde på avyttrade aktier i intresseföretag	-17,7
Omklassificerat	19,6
Omräkningsdifferenser	-0,4
Utgående balans 2000-12-31	268,6

	Org nr	Säte	Antal aktier	Aktie kapital (%)	Rösträtts- andel (%)	Bokfört värde	Marknads- värde
(tkr)							
Aktier och andelar i andra företag (hos moderbolget)							
Metro International S.A.		Luxemburg	1 000 000	1	2	13 908	71 000
Övrigt						187	
						14 095	

Aktier och andelar i andra företag (inom koncernen)							
Metro International S.A.		Luxemburg	1 000 000	1	2	13 908	71 000
Oy Suomen Uutisradio Ab		Finland	–	17	17	18 989	
Övrigt						1 806	
						34 703	

Den 15 augusti 200 delades samtliga aktier i Metro International S.A. ut till MTGs aktieägare. MTGs kvarstående engagemang i Metro omfattar dels ett konvertibelt förlagslån om MUSD 23,5, dels ett kommersiellt lån om MUSD 23,5. Under fjärde kvartalet har 1/16 av detta lån konverterats till 1.000.000 aktier.

Not 12 KUNDFORDRINGAR

	001231	991231
Koncernen		
Kundfordringar brutto	1 027,5	1 045,1
Avgår: Reserv för osäkra kundfordringar	-46,5	-26,5
	981,0	1 018,6
Moderbolaget		
Kundfordringar brutto	17,3	6,0
Avgår: Reserv för osäkra kundfordringar	0,0	0,0
	17,3	6,0

Not 13 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	001231	991231
Koncernen		
Förutbetalda hyreskostnader	6,7	4,2
Förutbetalda myndighetsavgifter	6,7	6,8
Förutbetalda transponderkostnader	29,4	35,1
Förutbetalda mediakostnader	17,2	6,0
Förutbetalda försäkringspremier	0,6	0,5
Upplupna försäljningsintäkter	117,9	113,9
Upplupna ränteutgifter	2,3	0,0
Övrigt	34,4	96,3
	215,2	262,8
Moderbolaget		
Övrigt	3,3	0,2
	3,3	0,2

Not 14 KORTFRISTIGA PLACERINGAR

	001231	991231
Koncernen		
Spanska statsskuldväxlar	16,7	–
Option att förvärva aktier i Millicom International Cellular S.A.	–	0,1
	16,7	0,1

Not 15 EGET KAPITAL

	Antal aktier	Nominellt belopp
A-aktier	20 534 273	102,7
B-aktier	45 840 883	229,2
	66 375 156	331,9

En A-aktie berättigar till 10 röster och en B-aktie till 1 röst.

	Aktie- kapital	Bundna reserver	Fria reserver	Summa
Koncernen				
Belopp vid årets ingång 2000-01-01	298,5	98,9	690,9	1 088,3
Omräkningsdifferenser			13,3	13,3
Förskjutningar mellan fritt och bundet eget kapital		13,2	–13,2	0,0
Årets resultat 2000			202,5	202,5
Nyemission	33,4	1 280,5		1 313,9
Aktieutdelning			–164,1	–164,1
Belopp vid årets utgång 2000-12-31	331,9	1 392,6	729,4	2 453,9

Kapitalandelsfond, dvs positiva skillnader mellan koncernmässigt värde och bokfört värde i respektive bolag på aktier i intresseföretag, ingår i bundna reserver med 76,1 Mkr i underkoncerner.

Accumulerade omräkningsdifferenser i koncernen sedan 1 januari 1996 uppgick vid årets slut till –17,5 Mkr (–30,8 Mkr).

	Aktie- kapital	Överkurs- fond	Reserv- fond	Balanserat resultat	Summa
Moderbolaget					
Belopp vid årets ingång 2000-01-01	298,5	52,0	7,7	2 687,8	3 046,0
Årets resultat 2000				–49,2	–49,2
Nyemission	33,4	1 280,5			1 313,9
Koncernbidrag/aktieägartillskott				–654,7	–654,7
Aktieutdelning				–200,0	–200,0
Belopp vid årets utgång 2000-12-31	331,9	1 332,5	7,7	1 783,9	3 456,0

Ökningen i koncernens eget kapital vid konvertering av konvertibelt förlagslån till aktier, samt utgivandet av nya aktier till ett bolag i Kinnevik-koncernen i samband med förvärvet av TV1000 redovisas ovan som nyemissioner.

Den 15 augusti 200 delades samtliga aktier i Metro International S.A. ut till MTGs aktieägare. Bokfört värde i moderbolaget på aktierna uppgick per utdelningsdagen till 200,0 Mkr och redovisas som aktieutdelning. I koncernredovisningen redovisas det koncernmässiga bokförda värdet av Metro som aktieutdelning.

Not 16 ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

	001231	991231
Koncernen		
Avsättning för musikroyalties	117,5	91,2
Avsättning till reserv för omstruktureringsåtgärder för TV8	–	5,8
	117,5	97,0

Skiljaktighet föreligger mellan MTGs TV-kanaler och STIM (Föreningen svenska tonsättares internationella musikbyrå) respektive dess norska motsvarighet TONO och dess danska motsvarighet KODA om ersättning för musik som spelas i TV-kanalerna. Avsättning har gjorts i bokslutet motsvarande bedömt utfall av pågående process och förhandlingar.

Not 17 LÅNGFRISTIGA SKULDER

Koncernen har under 1999 refinansierats genom ett kreditavtal med ett bankkonsortium lett av Deutsche Bank AG. Koncernen refinansierades igen under 2000 genom ett tillägg till låneavtalet varvid låneramen ökade med 900 Mkr.

	001231	991231
Förfallotidpunkt för långfristiga lån		
2001	–	100,0
2002	373,7	100,0
2003	410,0	150,0
2004	537,0	347,4
	1 320,7	697,4

Not 18 KONVERTIBELT FÖRLAGSLÅN

	001231	991231
Förlagslån 1997/2000	–	407,1

I samband med kapitaliseringen av MTG inför utdelningen omvandlades Kinneviks nettofordran på 750 Mkr till eget kapital med 326 Mkr och ett konvertibelt förlagslån om 424 Mkr. Konverteringskursen uppgick till 85 kr per aktie. Lånet förföll till betalning den 30 december år 2000 och löpte med 3 % ränta. Det konvertibla förlagslånet nuvärdesberäknades av MTG i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation RR3, varvid en marknadsränta om 7 % per år hade antagits. Det konvertibla förlagslånet konverterades under 2000 till eget kapital.

Not 19 CHECKRÄKNINGSKREDITER

Beviljade belopp på checkräkningskrediter uppgick per den 31 december 2000 i koncernen till 100,0 Mkr (100,0 Mkr) varav outnyttjat belopp uppgick till 82,5 Mkr (22,7 Mkr).

Not 20 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	001231	991231
Koncernen		
Upplupna programkostnader	23,2	57,0
Upplupna transponderkostnader	3,9	1,5
Upplupna personalkostnader	37,8	64,6
Upplupna hyreskostnader	1,3	3,9
Upplupna räntekostnader	10,8	5,2
Upplupna agentprovisioner	15,2	6,9
Upplupna revisionsarvoden	4,7	3,2
Upplupna försäkringspremier	0,2	0,9
Upplupna garantikostnader	1,2	0,0
Upplupna fraktkostnader	19,1	6,1
Upplupna royalties	60,5	17,9
Upplupna myndighetsavgifter	10,7	5,2
Upplupen optionspremie för TV1000	–	39,2
Förutbetalda intäkter	379,1	243,7
Övrigt	194,0	215,9
	761,7	671,2
Moderbolaget		
Upplupna personalkostnader	2,8	4,7
Upplupna räntekostnader	9,1	4,3
Övrigt	3,4	0,2
	15,3	9,2

Not 21 ANSVARSFÖRBINDELSER

	001231	991231
Koncernen		
Borgens- och garantiförbindelser	165,9	4,3
Moderbolaget		
Borgens- och garantiförbindelser	165,9	4,3
Borgens- och garantiförbindelser för dotterföretag	327,7	410,6
	493,6	414,9

Garantier för Metro International S.A. och dess dotterföretag uppgick till 155,3 Mkr. Dessa garantier kommer successivt att avvecklas.

Åtaganden om framtida betalningar per 31 december

	Framtida hyres- betalningar på ej annullerbara hyreskontrakt	Framtida betalningar för kon- trakterade program rättigheter	Transponder åtaganden	Åtaganden totalt
Koncernen				
2001	75,7	1 148,4	218,2	1 442,3
2002	67,3	582,3	164,8	814,4
2003	30,8	312,1	160,8	503,7
2004	10,6	58,3	130,9	199,8
2005 och därefter	45,0	458,9	54,0	557,9
	229,4	2 560,0	728,7	3 518,1

Not 22 MEDELANTALET ANSTÄLLDA

	män	2000 kvinnor	män	1999 kvinnor
Koncernen				
Sverige	355	254	390	258
Storbritannien	97	81	113	82
Danmark	85	82	33	27
Förenta Staterna	49	50	19	15
Norge	51	46	42	37
Litauen	53	26	66	37
Hongkong	30	39	30	45
Spanien	18	17	17	17
Finland	15	4	17	15
Tyskland	6	10	4	5
Nederländerna	8	7	13	10
Thailand	4	7	3	8
Taiwan	4	4	3	6
Estland	4	3	–	2
Tjeckien	1	5	25	30
Polen	1	5	2	4
Ungern	2	3	20	25
Portugal	2	3	2	3
Lettland	1	2	–	2
Libanon	1	1	1	1
Sydkorea	–	2	–	–
Frankrike	1	1	1	–
Israel	1	1	1	–
Japan	–	2	–	4
Singapore	1	–	–	–
Ryssland	–	–	1	8
Chile	–	–	19	16
Belgien	–	–	–	–
	790	655	822	657
Totalt antal anställda		1 445		1 479

Not 23 LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

	2000	1999
Koncernen		
Styrelse, VD och vice VD		
Bolag i Sverige	23,1	34,9
Bolag i utlandet	37,1	22,4
	60,2	57,3
Övriga anställda		
Bolag i Sverige	238,7	182,5
Bolag i utlandet	270,2	191,7
	508,9	374,2
Totalt löner och andra ersättningar	569,1	431,5
Sociala kostnader	140,0	123,6
Därav pensionskostnader	41,3	25,6

I enlighet med bolagsstämmans beslut om arvode till styrelsen har under 2000 utbetalats 1 425 tkr, varav efter styrelsens bestämmande 300 tkr till styrelsens ordförande. Styrelsearvoden i dotterföretag har ej utgått. Styrelsens ordförande och av honom ägda bolag har under året erhållit konsultarvode om USD 200 000 i enlighet med styrelsens beslut.

Till verkställande direktören har utgått lön och förmåner om sammanlagt 3 989 tkr. Till de vice verkställande direktörerna har utgått lön, bonus och förmåner om sammanlagt 3 410 tkr.

Till den under året avgångne verkställande direktören Per Törnberg har utgått lön och bonus om 5 624 tkr. Till avgångna vice verkställande direktörer har utgått lön och bonus om 5 678 tkr.

För verkställande direktören och övriga personer i bolagets ledning finns sedvanliga pensionsutfästelser inom ramen för allmän pensionsplan, innebärande pensionering vid 65 års ålder. Pensionsutfästelserna tryggas genom premieinbetalningar till försäkringsbolag.

Av koncernens pensionskostnader avser 4,7 Mkr styrelse och verkställande direktörer.

För ledande befattningshavare i MTG-koncernen finns ett av Industriförvaltnings AB Kinneviks bolagsstämma den 3 maj 1996 beslutat optionsprogram där dessa genom ett särskilt intressentbolag förvärvat en option på 5 procent av aktiekapitalet i MTG. Under 1999 kontantreglerades en femtedel av optionen av Kinnevik. Under 2000 utnyttjades ytterligare en femtedel av optionen och aktierna levererades av Kinnevik. Vidare har antalet utestående MTG-aktier ökat genom nyemission. Därmed innehar intressentbolaget som ägs av de ledande befattningshavarna per den 31 december 2000 en option att förvärva 2,7 procent av aktierna i MTG.

Vid uppsägning från bolagets sida av verkställande direktören eller övriga ledande befattningshavares anställning utgår lön under uppsägningstiden, 12-24 månader.

Vid uppsägning från verkställande direktörens sida gäller 12 månaders uppsägningstid.

Not 24 REVISIONSARVODEN

	2000	1999
Koncernen		
KPMG, revisionsuppdrag	4,2	2,5
KPMG, andra uppdrag	4,4	0,2
Ernst & Young, revisionsuppdrag	0,2	0,3
Ernst & Young, andra uppdrag	0,7	0,5
Övriga revisorer (revisionsuppdrag)	0,5	0,5
	10,0	4,0
Moderbolaget		
KPMG, revisionsuppdrag	0,5	0,3
KPMG, andra uppdrag	1,0	0,0
Ernst & Young, revisionsuppdrag	0,1	0,2
Ernst & Young, andra uppdrag	0,0	0,2
	1,6	0,7

Not 25 YTTERLIGARE KASSAFLÖDES- INFORMATION

	2000	1999
Poster i årets resultat som ej genererar kassaflöde från rörelsen		
Resultat av företagsutveckling och vid försäljning av värdepapper	-113,8	3,3
Avskrivningar	370,0	259,2
Utrangeringar	26,1	20,3
Minoritetsandelar	-1,2	-13,3
Resultatandelar i intresseföretag	-56,8	-42,8
Andel i intresseföretagens skattekostnad	31,9	29,1
Förändring av uppskjuten skatteskuld	47,4	-39,9
Förändring av avsättningar	-0,9	40,0
	302,7	255,9

Betalningar för ränta och inkomstskatt uppgick till Moderbolaget		
Ränta	57,0	45,9
Inkomstskatt	0,0	0,0
	57,0	45,9

Koncernen		
Ränta	87,7	72,7
Inkomstskatt	118,8	94,4
	206,5	167,1

Not 26 REDOVISNING ENLIGT AMERIKANSKA REDOVISNINGSPRINCIPER

Koncernens bokslut upprättas enligt svenska redovisningsprinciper, som i vissa avseenden skiljer sig från amerikanska redovisningsprinciper, US GAAP.

Som en följd av att bolaget är noterat på den amerikanska Nasdaq-börsen görs en årlig avstämning av skillnader mellan resultatet enligt svenska och amerikanska redovisningsprinciper.

	2000	1999
Koncernen		
Avstämning av årets resultat		
Redovisat resultat enligt svenska redovisningsregler	202,5	130,0
Justeringar enligt US GAAP:		
Aktiverade utvecklingskostnader	-696,1	-352,1
Avskrivning av programrättigheter	-21,4	-27,3
Närståendetransaktioner	-3,0	-
Skillnader mot US GAAP i intresseföretagens redovisning	-57,3	-15,3
Optionsprogram	180,0	-557,6
Annan skattebas för aktier i intresseföretag	-7,0	-14,0
Konsolidering av Metro International S.A.	-384,7	-
Skatteeffekter på justeringar enligt US GAAP	193,4	50,1
Resultat enligt US GAAP	-593,6	-786,2

	001231	991231
Avstämning av eget kapital		
Eget kapital enligt svenska redovisningsregler	2 453,9	1 088,3
Justeringar enligt US GAAP:		
Aktiverade utvecklingskostnader	-1 045,9	-586,0
Avskrivning av programrättigheter	-116,6	-95,2
Närståendetransaktioner	26,1	29,1
Skillnader mot US GAAP i intresseföretagens redovisning	-72,6	-15,3
Annan skattebas för aktier i intresseföretag	-21,0	-14,0
Skatteeffekter på justeringar enligt US GAAP	330,8	138,0
Eget kapital enligt US GAAP	1 554,7	544,9

I enlighet med svenska redovisningsregler har MTG aktiverat utvecklingskostnader relaterade till nystartade verksamheter. US GAAP kräver att sådana utgifter kostnadsförs. Även avskrivningar har justerats.

I enlighet med svenska redovisningsregler har inköpta programrättigheter för TV avskrivits i takt med intäkterna från reklamförsäljning vid respektive visningstillfälle. US GAAP kräver att avskrivningen vid första visningstillfället är högre än vid senare tillfällen om denna visning är mer värdefull än repriserna.

Vidare har justering skett för transaktioner med bolag under gemensam kontroll, där dessa enligt US GAAP redovisas på ett sätt som i princip motsvarar pooling-metoden.

I vissa av intresseföretagens redovisning finns skillnader i mot US GAAP, framför allt avseende aktiverade utvecklingskostnader, för vilka justering sker från och med 2000. Siffrorna för 1999 har omräknats enligt samma princip.

Enligt svenska redovisningsregler redovisas inte optionsprogrammet som nämns i Not 23 av MTG, eftersom det lagts upp och finansieras av Kinnevik. Enligt US GAAP ska det dock redovisas av MTG, eftersom optionsinnehavarna arbetar åt MTG. Justering sker från och med 2000, och siffrorna för 1999 har omräknats enligt samma princip.

Enligt US GAAP skall en uppskjuten skatteskuld redovisas avseende skillnaden mellan bokfört värde och skattemässigt anskaffningsvärde på aktier i intresseföretag.

Enligt svenska redovisningsregler kan Metro International S.A., som delades ut till aktieägarna den 15 augusti 2000, räknas som externt företag för hela året. Enligt US GAAP skall det konsolideras till och med utdelningsdagen.

UNDERSKRIFTER

Stockholm 2001-04-02

Jan Hugo Stenbeck

Asger Aamund

David Chance

Lars-Johan Jarnheimer

Stig Nordin

Pelle Törnberg

Hans-Holger Albrecht
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har avgivits 2001-04-04.

Hans Karlsson
Auktoriserad revisor

Lars Träff
Auktoriserad revisor

REVISIONSBERÄTTELSE

Till bolagsstämman i Modern Times Group MTG AB
(org nr 556309-9158)

Vi har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Modern Times Group MTG AB för år 2000. Det är styrelsens och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av vår revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisionssed i Sverige. Det innebär att vi planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra oss om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga fel. En revision omfattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Vi anser att vår revision ger oss rimlig grund för våra uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen är uppgjorda i enlighet med årsredovisningslagen och ger därmed en rättvisande bild av bolagets och koncernens resultat och ställning i enlighet med god redovisningssed i Sverige.

Vi tillstyrker att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen, disponerar vinsten i moderbolaget enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm 2001-04-04

Hans Karlsson
Auktoriserad revisor

Lars Träff
Auktoriserad revisor

ADRESSER www.mtg.se

Modern Times Group MTG AB

Skeppsbron 18
Box 2094
SE-103 13 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 000 50
Telefax: +46 8 20 50 74

Viasat Broadcasting

Viasat Broadcasting UK

MTG Broadcast Centre
Horton Road
West Drayton
Middlesex
UB7 8JD
Storbritannien
Telefon: +44 189 5433 433
Fax: +44 189 5446 606

Viasat Sverige www.viasat.se

Münchenbryggeriet
Söder Mälarstrand 31
Box 171 04
SE-104 62 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 023 00
Fax: +46 8 562 410 70
Annonsavdelning: +46 8 562 023 00
Kundtjänst: +46 8 522 000 00

TV3 Sverige www.tv3.se

TV6 www.tv6.se
Münchenbryggeriet
Söder Mälarstrand 31
Box 170 54
SE-104 62 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 023 00
Fax: +46 8 562 023 30
Annonsförsäljning: +46 8 562 023 00

TV3 Direkt www.tv3.se

Hangövägen 25, Hus 8
SE-115 74 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 012 30
Fax: +46 8 562 012 01

ZTV www.ztv.se

Söder Mälarstrand 31
Box 171 05
SE-104 62 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 023 00
Fax: +46 8 562 025 75
Annonsförsäljning: +46 8 562 023 00

ZTV Nytt

Hangövägen 25, Hus 8
SE-115 74 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 090 65
Fax: +46 8 562 090 02

Viasat Sport/TV3 Sport

Hangövägen 25, Hus 8
SE-115 74 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 090 70
Fax: +46 8 562 090 85

TV1000 www.tv1000.se

Münchenbryggeriet
Söder Mälarstrand 31
Box 171 04
SE-104 62 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 023 00
Fax: +46 8 562 023 30
Kundtjänst: 0200 24 10 00

TV4 www.tv4.se

Tegeluddsvägen 3
SE-115 79 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 459 40 00
Fax: +46 8 459 44 44

Viasat Norge www.viasat.no

Hammersborg Torg 1
Postboks Viasat
Youngstorget
NO-0028 Oslo
Norge
Telefon: +47 22 99 01 50
Fax: +47 22 99 01 55

TV3 Norge www.tv3.no

Hammersborg Torg 1
Postboks TV3
Youngstorget
NO-0028 Oslo
Norge
Telefon: +47 22 99 00 33
Fax: +47 22 99 00 19
Annonsförsäljning: +47 22 99 00 33

Viasat+

Hammersborg Torg 1
Postboks Viasat
Youngstorget
NO-0028 Oslo
Norge
Telefon: +47 22 99 00 33
Fax: +47 22 99 00 19
Annonsförsäljning: +47 22 99 00 33

Viasat Danmark www.viasat.dk

Wildersgade 8
DK-1408 Köpenhamn K
Danmark
Telefon: +45 77 30 55 00
Fax: +45 77 30 55 10

TV3 Danmark www.tv3.dk

Wildersgade 8
DK-1408 Köpenhamn K
Danmark
Telefon: +45 77 30 55 00
Fax: +45 77 30 55 10
Annonsförsäljning: +45 77 30 55 00

3+

Wildersgade 8
DK-1408 Köpenhamn K
Danmark
Telefon: +45 77 30 55 00
Fax: +45 77 30 55 10
Annonsförsäljning: +45 77 30 55 00

TV3 Estland www.tv3.ee

Peterburi Tee 81
EE-0014 Tallinn
Estland
Telefon: +372 6 22 02 00
Fax: +372 6 22 02 01
Annonsförsäljning: +372 6 22 02 00

TV3 Lettland www.tv3.lv

Mukusalas 72 B
LV-1004 Riga
Lettland
Telefon: +371 755 43 75
Fax: +371 755 32 74
Annonsförsäljning: +371 755 43 75

TV3 Litauen www.tv3.lt

Nemencines Pl 4
LT-2016 Vilnius
Litauen
Telefon: +370 2 23 16 131
Fax: +370 2 76 42 53
Annonsförsäljning: +370 2 76 42 90

Viasat3 Ungern

1037 Budapest
Kiscelli u. 104.
Ungern
Telefon: +36 14 53 45 85
Fax: +36 14 53 45 86

New Media

Everymobile

www.everymobile.com
Münchenbryggeriet
Söder Mälarstrand 31
Box 170 54
SE-104 62 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 024 71
Fax: +46 8 588 984 01

Everyday Webguide AB

www.everyday.com
Söder Mälarstrand 31
Box 17041
SE-104 62 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 588 984 00
Fax: +46 8 588 984 01

New Media Norge

Hammersborg Torg 1
Postboks TV3
Youngstorget
NO-0028 Oslo
Norge
Telefon: +47 22 99 00 33
Fax: +47 22 99 00 19

New Media Danmark

Wildersgade 8
DK-1408 Köpenhamn K
Danmark
Telefon: +45 77 30 55 00
Fax: +45 77 30 55 10

Radio

RIX FM www.rixfm.com

Ringvägen 100
Box 178 20
SE-118 94 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 720 00
Fax: +46 8 562 721 11
Annonsförsäljning: +46 8 562 720 88

Power Hit Radio

www.powerhitradio.com
Ringvägen 100, uppg C
Box 178 20
SE-118 94 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 562 720 00
Fax: +46 8 562 721 06
Annonsförsäljning: +46 8 562 720 00

P4 - Radio Hele Norge

www.p4.no

NO-2626 Lillehammer
Norge

Karl Johansgate 27
NO-0159 Oslo
Norge

Telefon:

+47 61 24 84 44 (Lillehammer)

+47 23 00 00 44 (Oslo)

Fax:

+47 61 24 84 45 (Lillehammer)

+47 23 00 00 45 (Oslo)

Annonsavd

+47 61 24 84 44 (Lillehammer)

+47 23 00 00 44 (Oslo)

Radio Nova Finland

Ilmalankatu 2 C

FIN-00240 Helsingfors
Finland

Telefon: +358 9 88 48 87 00

Fax: +358 9 88 48 87 30

Star FM Estland

Petersburi Tee 81, V korrus

EE-11415 Tallinn

Estland

Telefon: +372 6 22 02 85

Fax: +372 6 22 02 94

Power Hit Radio Estland

Petersburi Tee 81, V korrus

EE-11415 Tallinn

Estland

Telefon: +372 6 22 02 90

Fax: +372 6 22 02 94

Star FM Lettland

Zakusalas Knastmala 3

LV-1509 Riga

Lettland

Telefon: + 371 7 20 05 44

Fax: + 371 7 20 09 99

Publishing

Kungsgatan 18

Box 70347

SE-107 23 Stockholm

Sverige

Telefon: +46 8 56 20 86 00

Fax: +46 8 56 20 87 90

Finanstidningen www.fti.se

Financialhearings.com

www.financialhearings.com

Kungsgatan 18

Box 70347

SE-107 23 Stockholm

Sverige

Telefon: +46 8 56 20 86 00

Fax: +46 56 20 87 90

Redaktion Inrikes: +46 8 56 20 86 20

Annonsavdelning: +46 8 56 20 87 10

Prenumeration: +46 8 56 20 87 00

Kapital

Kungsgatan 18

Box 70347

SE-107 23 Stockholm

Sverige

Telefon:

Växel: +46 8 56 20 86 00

Annonsavdelning: +46 8 50 62 45 80

Fax: +46 8 56 20 87 90

TV8 www.tv8.se

Hangövägen 25, Hus 8

SE-115 74 Stockholm

Sverige

Telefon: +46 8 562 012 81

Fax: +46 8 562 012 08

Moderna Tider www.modernatider.se

Industrigatan 4A, 6 tr

Box 12880

SE-112 98 Stockholm

Sverige

Telefon: +46 8 56 26 20 01

Fax: +46 8 56 26 20 20

Bromberg Bokförlag

Industrigatan 4A, 6 tr

Box 12886

SE-112 98 Stockholm

Sverige

Telefon: +46 8 56 26 20 80

Fax: +46 8 56 26 20 85

Modern Interactive**TV-Shop Europe**

www.tv.shop.com

Martin Beheim Strass v12

DE-63263 Neulsenbeurg

Tyskland

Telefon: +49 61 02 74 08 80

Fax: +49 61 02 74 08 18

TV-Shop Sverige www.tvshop.se

Bergsgatan 20

Box 385

SE-201 23 Malmö

Sverige

Telefon: +46 40 601 60 60

Fax: +46 40 601 61 90

eCommerce Logistics

Bergsgatan 20

Box 385

SE-201 23 Malmö

Sverige

Telefon: +46 40 601 60 00

Fax: +46 40 601 60 50

MTG Internet Retailing

CDON www.cdon.com

NoName4Us

www.noname4us.com

Bergsgatan 20

Box 385

SE-201 23 Malmö

Sverige

Telefon: +46 40 601 60 00

Fax: +46 40 601 61 20

SDI Media**SDI Media www.sdi-media.com**

Top Floor

533 Kings Road

London SW10 0TZ

Storbritannien

Telefon: +44 20 73 49 12 80

Fax: +44 20 73 49 12 81

Modern Studios**Modern Studios**

Rosenlundsgatan 40

SE-118 53 Stockholm

Sverige

Telefon: +46 8 556 064 20

Fax: +46 8 556 064 30

Modern TV

Rosenlundsgatan 40

SE-118 53 Stockholm

Sverige

Telefon: +46 8 556 064 20

Fax: +46 8 556 064 30

Strix www.strix.se

Lumavägen 6, Entre 1C

SE-120 87 Stockholm

Sverige

Telefon: + 46 8 522 595 00

Fax: + 46 8 522 595 05

Strix Norge

Kirkegate 34 A

0153 Oslo

Norge

Telefon: +47 22 40 17 20

Fax: +47 22 40 17 21

Sonet Film www.sonetfilm.se

Tappvägen 24

Box 20105

SE-161 02 Bromma

Sverige

Telefon: +46 8 55 52 48 00

Fax: +46 8 28 58 34

Modern Entertainment

16255 Ventura Boulevard, Suite

1100

Encino, CA 91436

USA

Telefon: +1 818 386 0444

Fax: +1 818 728 8294