



JANUARI - SEPTEMBER 2001

● Den 7 oktober inledde TV4 ett samarbete med CNN International. TV4 vidaresänder CNN:s sändningar dygnet runt i det digitala marknätet.

● TV4 befäster sin position som Sveriges största tv-kanal med 27,3 procent av tittandet i hela befolkningen. Andelen ökade under det tredje kvartalet.

● Varumärket TV4 rankas som det femte starkaste varumärket i Sverige i en undersökning av branschtidningen Vision.

● I målgruppen unga tittare (15-39 år) är TV4 Nyheterna klockan 22.00 nu större än både Aktuellt 21.00 och Rapport 19.30. Dokusåpan Farmen har mer än fördubblat antalet unga tittare mellan klockan 19.30 och 20.00 jämfört med samma period förra året. Under tredje kvartalet ökade andelen unga kvinnliga tittare (12-59 år) i satellituniversum med 21 procent.

● TV4.se ökar besökstalen till 939.000 unika besökare i september 2001, nästan dubbelt så många som i september förra året. TV4.se är nu Sveriges näst mest besökta mediasajt. Antalet dagliga tittare på TV4 Text-TV har ökat till 1,75 miljoner vilket är all time high.

● Resultatet efter finansnetto uppgick till 213 miljoner kronor. Resultatet för samma period förra året var 188 miljoner kronor. I årets resultat ingår positiva engångsbelopp med 196 miljoner kronor jämfört med 21 miljoner kronor föregående år. Koncernens intäkter minskade med 9 procent till 1.566 miljoner kronor.

Resultat per område

	2001	2000
TV4 kanalen		
Resultat före koncession	349	536
Statlig koncessionsavgift	-230	-308
Resultat efter koncessionsavgift	119	228
Lokal-TV		
Resultat före koncession	-4	7
Statlig koncessionsavgift	-69	-71
Resultat efter koncessionsavgift	-73	-64
TV4 Interaktiv	-15	3
Allt om Stockholm	-14	-
Jämförelsestörande poster	196	21
Resultat efter finansnetto	213	188

● Tredje kvartalet var intäkterna 9 procent lägre än föregående år. Kostnaderna har bromsats och är nu i nivå med förra året.

● Första halvåret 2001 betalade TV4 ingen koncessionsavgift. Regeringen har också fått i uppdrag av riksdagen att se över koncessionsavgiften mot bakgrund av förändringarna på tv-marknaden.

TV4 AB (publ) 2001-10-31

Delårsbokslut januari-september 2001

TV4-koncernen
Resultaträkning, januari – september

Miljoner kronor	2001	2000	Förändring	Helår 2000
Nettoomsättning	1 566,2	1 717,1	-150,9	2509,4
Sändningskostnad	-1 279,1	-1 332,3	53,2	-1852,9
Försäljningskostnad	-156,5	-130,3	-26,2	-195,7
Administrationskostnad	-120,8	-94,6	-26,2	-157,7
Jämförelsestörande poster	196,3	20,8	175,5	20,8
Rörelseresultat	206,1	180,7	25,4	323,9
Finansnetto	7,4	7,2	0,2	12,5
Resultat efter finansnetto	213,5	187,9	25,6	336,4
Minoritetens andelar	0,5	1,4	-0,9	0,7
Skatt på årets resultat	-59,9	-53,0	-6,9	-99,4
Periodens resultat	154,1	136,3	17,8	237,7

Vinst/aktie (efter skatt)	12,77	12,42
Antal aktier per rapportdatum, miljoner st	20,0	20,0

Vinst per aktie är beräknat på ackumulerade 12 månaders värden.

TV4-koncernen
Resultaträkning, juli – september

Miljoner kronor	2001	2000	Förändring	Helår 2000
Nettoomsättning	430,8	471,8	-41,0	2509,4
Sändningskostnad	-368,3	-381,6	13,3	-1852,9
Försäljningskostnad	-45,6	-46,9	1,3	-195,7
Administrationskostnad	-26,4	-31,9	5,5	-157,7
Jämförelsestörande poster	-	-	-	20,8
Rörelseresultat	-9,5	11,4	-20,9	323,9
Finansnetto	1,1	2,1	-1,0	12,5
Resultat efter finansnetto	-8,4	13,5	-21,9	336,4
Minoritetens andelar	-0,7	0,6	-1,3	0,7
Skatt på årets resultat	2,6	-4,0	6,6	-99,4
Periodens resultat	-6,5	10,1	-16,6	237,7

Balansräkning

Miljoner kronor	2001-09-30	2000-09-30	Förändring	2000-12-31
Anläggningstillgångar	196,0	198,5	-2,5	208,9
Lager	621,5	575,6	45,9	584,6
Övriga omsättningstillgångar	431,5	408,6	22,9	376,5
Likvida medel	51,9	284,0	-232,1	605,7
Summa tillgångar	1 300,9	1 466,7	-165,8	1 775,7
Eget kapital	897,8	791,5	106,3	893,0
Minoritetsandelar	0,5	1,6	-1,1	2,3
Avsättningar	32,1	9,8	22,3	32,9
Långfristiga skulder	1,1	1,6	-0,5	0,6
Kortfristiga skulder	369,4	662,2	-292,8	846,9
Summa eget kapital och skulder	1 300,9	1 466,7	-165,8	1 775,7

Eget kapital per 2001-09-30

Miljoner kronor	Aktiekapital	Bundna reserver	Fria reserver	Totalt
Ingående eget kapital enligt fastställd balansräkning	100,0	498,7	284,5	883,2
Utdelning			-150,0	-150,0
Effekt av byte av redovisningsprincip			10,6	10,6
Periodens resultat			154,1	154,1
Utgående balans	100,0	498,7	299,2	897,9

Anpassning har skett till redovisningsrådets nya rekommendation nr 9 rörande inkomstskatter. Effekten redovisas enligt redovisningsrådets rekommendation nr 5, redovisning av byte av redovisningsprincip, i eget kapital. I övrigt har tillämpats samma redovisningsprinciper som i bokslutet för år 2000.

Nyckeltal

	2001	2000
Avkastning på eget kapital,% (efter skatt)	30,2	34,5
Avkastning på sysselsatt kapital,%	42,9	49,5
Soliditet, %	69,1	54,1
Vinst/aktie (efter skatt)	12,77	12,42
Eget kapital/aktie	44,89	39,58
Antal aktier per rapportdatum, miljoner st	20,0	20,0

Avkastningsmått samt vinst per aktie är beräknat på ackumulerade 12 månaders värden. Soliditet samt eget kapital per aktie är beräknat per bokslutsdagen.

Kassaflödesanalys, januari-september

Miljoner kronor	2001	2000	Helår 2000
Resultat efter finansnetto	213,4	187,9	336,4
Avskrivningar	40,0	55,5	79,0
Minoritet och resultat från intressebolag	4,8	3,3	1,0
Betald skatt	-112,3	-64,0	-94,8
Summa internt tillförda medel	145,9	182,7	321,6
Förändringar i rörelsekapital	-519,8	-147,8	46,9
Varav förändring i koncessionsskuld	-420,3	-62,5	93,4
Kassaflöde från löpande verksamhet	-373,9	34,9	368,5
Nettoinvesteringar	-28,6	-27,0	-61,8
Finansiering	-151,3	-102,1	-79,3
Varav utdelning	-150,0	-100,0	-100,0
Periodens kassaflöde	-553,8	-94,2	227,4
Likvida medel vid periodens början	605,7	378,3	378,3
Periodens kassaflöde	-553,8	-94,2	227,4
Likvida medel vid periodens slut	51,9	284,1	605,7
Nettokassa	51,9	284,1	605,7

Programverksamheten

TV4 fortsätter att vara Sveriges största tv-kanal. Under tredje kvartalet ökade tittartiden och andelen av tittandet. För de tre första kvartalen ackumulerat var TV4:s tittartid oförändrad men tittartidsandelen ökade till 27,3 procent. Det totala tv-tittandet minskade de tre första kvartalen från 145 minuter år 2000 till 143 minuter. Perioden fram till och med september präglades av att SVT tappade andelar samtidigt som gruppen Övriga ökade. Ökningen för Övriga förklaras delvis av att allt digital-tv-tittande under första halvåret redovisades i denna grupp.

TV4 behöll ledarpositionen på helgerna. *Vem vill bli miljonär*, *Gladiatorerna*, *Småstjärnorna* samt *Bio4-filmer* fortsatte att attrahera en stor publik. Även söndagarna med den nya svenska komedin *En ängels tålamod*, *Parlamentet*, *Sporten* och *Vem vill bli miljonär* lockade miljonpublik och bidrog till att TV4:s andel på söndagskvällar växte med hela åtta procentenheter.

I augusti startade *Stadskampen* som stärkte sitt grepp om publiken och ökade sin tittartidsandel. Programmet hade som mest 1.450.000 tittare. Efter *Stadskampen* förlängde friidrottstävlingarna *Golden League* framgångsrikt fredagskvällen. Sista veckan i september startade "Superfredag" med *Djurens Ö*, *Gladiatorerna*, *Farmen* och *Sen kväll med Luuk*. Kvällen blev en succé där *Gladiatorerna* toppade med 1.465.000 tittare.

Under tredje kvartalet har *Nyhetsmorgon* förstärkt sin position som den ledande morgonsändningen med 51 procent av tittarna. Förkvällen, som under första halvåret ökade i andel och lockade en något yngre publik, förstärkte den trenden under tredje kvartalet.

På primetime vardagar har TV4 tappat andelar. Måndagar och onsdagar når inte upp till tidigare års nivåer. Däremot fortsätter tisdagarna att gå mycket bra med *Äntligen hemma*, *När & fjärran* och *Ally McBeal*. Även torsdagarna med *Kalla Fakta* och *Providence* har tagit tittarandelar jämfört med föregående säsonger.

TV4, som efter första halvåret hade tappat andelar i åldersgruppen 20-44, har under det tredje kvartalet ökat med en procentenhet i denna viktiga målgrupp. Ökningen innebar att tittartidsandelen minskade marginellt under hela perioden.

Under tredje kvartalet har TV4 haft framgångar med flera evenemang. Augusti månad inleddes med Friidrotts-VM som delades mellan SVT och TV4. TV4:s toppnotering blev 1.090.000 tittare. Efter VM var det dags för det norska kronprinsbröllopet. Ett sammandrag av Haakon & Mette Marits vigsel lockade en stor publik. Cancergalan *Ett slag för livet* sändes i slutet av september och lockade som mest 1.495.000 tittare. Under den två och en halv timmes långa sändningen samlades det in drygt 30 miljoner kronor till Cancerfonden.

I samband med terrordåden den 11 september mot World Trade Center och Pentagon beslutades att lyfta ur hela det ordinarie programbudet samt all reklam. TV4 sände nyheter kontinuerligt i form av *Nyheter*, *CNN International* och samtal under ledning av Lennart Ekdal och Malou von Sivers. Användandet av CNN:s nyhetsmaterial blev möjligt genom det samarbete TV4 etablerat med CNN för sändningar i det digitala marknätet. Publiken reagerade mycket positivt på TV4:s

beslut och tittartidsandelen det första dygnet var 37,9 procent. I målgruppen 20-44 var TV4:s andel hela 43,8 procent.

Bevakningen av terrordåden kan ses som ett viktigt trendbrott för TV4 när det gäller publikens beteende vid större akuta nyhetshändelser. Tidigare, exempelvis vid Estoniakatastrofen eller brandkatastrofen i Göteborg, har SVT:s nyhetsprogram blivit publikens förstahandsval. Det mönstret bröts den här gången.

TV-kanalernas andelar (procent) och tittartid/dag (minuter) under januari-september 2001 och 2000 i hela befolkningen

	SVT1	SVT2	TV3	TV4	Kanal5	Övriga	Alla
01 Andel	24,6	16,9	11,5	27,3	6,3	13,3	100
00 Andel	20,3	23,8	11,4	27,0	6,2	11,3	100
01 Minuter	35	24	16	39	9	19	143
00 Minuter	30	35	16	39	9	16	145

TV-kanalernas andelar (procent) och tittartid/dag (minuter) under januari-september 2001 och 2000 i målgruppen 20-44 år

	SVT1	SVT2	TV3	TV4	Kanal5	Övriga	Alla
01 Andel	20,0	12,3	15,0	27,2	9,5	16,0	100
00 Andel	18,0	15,8	15,5	27,4	9,6	13,7	100
01 Minuter	27	17	20	37	13	22	136
00 Minuter	25	23	21	38	13	18	138

Källa: MMS – (Hot Time detalj)

Tv-reklammarknaden

Avmattningen i samhällsekonomin har starkt påverkat reklammarknaden. Enligt IRM (Institutet för reklam- och mediestatistik) minskade reklaminvesteringarna under årets åtta första månader med drygt åtta procent. TV-reklamen beräknas ha minskat med 10 procent. TV4:s reklamintäkter minskade med 12 procent till och med augusti. Kanalen TV4 utvecklades svagare än marknaden medan lokal-tv utvecklades bättre.

För TV4:s del förklaras minskningen i sin helhet av stora reklamintäkter under fjolåret i samband med PPM-reformen, börsintroduktionen av Telia och investeringar från den så kallade Dot.com-sektorn. TV4:s reguljära annonsörer har fortsatt att investera något mer än föregående år. Ett stort antal nya kunder har tillkommit men det har inte kunnat kompensera bortfallet från i första hand PPM-reformen. Till och med september hade intäkterna ökat med fyra procent jämfört med 1999.

Koncernens reklamintäkter var 1 411,9 miljoner kronor (1 592,0), varav sponsringsintäkter utgjorde 100,4 miljoner kronor (94,3). Kanalen TV4:s reklamintäkter uppgick till 1 255,4 miljoner kronor (1 439,8), varav sponsringsintäkter uppgick till 89,2 miljoner kronor (84,1). TV4:s totala reklamintäkter minskade alltså med 11,3 procent.

Försäljning och resultat

Koncernens nettoomsättning minskade med 150,9 miljoner kronor (-8,8 procent) och uppgick till 1 566,2 miljoner kronor (1 717,1). Rörelsekostnaderna exklusive koncessionsavgift ökade med 6,7 procent och uppgick till 1 257,6 miljoner kronor (1 178,6). Resultatet före koncessionsavgift var 512,4 miljoner kronor (566,5). Resultatet efter finansiella poster var 213,4 miljoner kronor (187,9). I resultatet ingår jämförelsestörande poster med 196,3 miljoner kronor mot 20,8 miljoner föregående år.

Resultatet efter finansnetto för tredje kvartalet uppgick till -8,5 miljoner kronor jämfört med 13,5 miljoner kronor föregående år. Nettoomsättningen minskade med 8,7 procent. Försämringen av annonskonjunkturen har fått kraftigt genomslag för samtliga verksamhetsområden. Kostnaderna, exklusive koncessionsavgift, var under tredje kvartalet i nivå med samma period föregående år.

Resultat per verksamhetsområde

Kanalen TV4:s nettoomsättning minskade med 158,4 miljoner kronor (-10,4 procent) till 1 357,2 miljoner kronor (1 515,5). Rörelsekostnaderna minskade med 48,6 miljoner (3,8 procent) till 1 245,4 (1 294,1). Exklusive koncessionsavgiften ökade kostnaderna med 29,3 miljoner kronor eller 3,0 procent. Programkostnaderna, som utgör den största enskilda kostnadsposten, uppgick till 592,7 miljoner kronor (553,5). Resultatet efter koncessionsavgift försämrades med 108,6 miljoner kronor till 119,3 miljoner kronor.

Intäkterna för licensieringsverksamheten ökade med 42,1 procent till 32,4 miljoner kronor (22,8). Under varumärket TV4 Vision säljs böcker, CD-romspel, videofilmer och DVD-produktioner. CD-skivan Gladiatorerna 1 var en framgång med 60.000 exemplar och under tredje kvartalet lanserades uppföljaren. Tomas Ledins samlingsskiva sålde platina efter två veckor och har nu sålt över 200.000 exemplar. Lokets favoriter sålde guld. I maj lanserades köpvideon Äntligen Hemma, den första av tre, och i september kom den andra. När och Fjärran DVD:n, den andra lanserades i juni och ett nytt Rummel & Rabalder CD-rom-spel i maj. Licensieringsverksamhetens försäljning är säsongsmässigt störst under det fjärde kvartalet.

Lokal-tv-bolagen uppvisade under de tre första kvartalen 2001 en försämring av resultatet. Lokal-tv-bolagens nettoomsättning var 213,8 miljoner kronor (219,4). Försäljningsutvecklingen skiljer sig mellan bolagen. Av dotterbolagen har TV4 Halland, TV4 Norrbotten och TV4 Göteborg utvecklats bäst. TV4:s andel av lokal-tv-bolagens resultat efter avdrag för gemensamma kostnader uppgick till -4,3 miljoner kronor (7,0). Efter avdrag för koncessionsavgift påverkade lokal-tv-bolagen TV4-koncernens resultat med -73,3 miljoner kronor (-63,7). Elva av de femton lokal-tv-bolagen är dotterbolag, varav åtta är helägda. Fyra lokal-tv-bolag utgör intressebolag. TV4 betalar koncessionsavgift på totala reklamintäkter oavsett ägarandel. TV Norrbotten, TV4 Uppland samt TV4 Öst har under året blivit helägda dotterbolag. Förvärven kommer att få marginell effekt på koncernens resultat innevarande år.

Lokal-tv-verksamheten regleras dels av TV4:s sändningsavtal med staten och dels av avtal med de lokala bolagen. De senare löper ut vid årsskiftet 2001/2002. TV4 eftersträvar att förbättra resultatet för lokal-tv utan att försämra programkvaliteten.

Lokal-TV samtliga bolag, januari-september

Miljoner kronor	2001	2000	Förändring
Reklamintäkter	189,8	193,2	-3,4
Övriga intäkter	24,0	26,2	-2,2
Summa intäkter	213,8	219,4	-5,6
Rörelsens kostnader	-203,0	-193,0	-10,0
Rörelseresultat	10,8	26,4	-15,6
Finans och avskrivning	-8,7	-4,8	-3,9
Resultat efter finansiella poster	2,1	21,6	-19,5

Lokal-TV i TV4-koncernen, januari-september

Miljoner kronor	2001	2000	Förändring
Reklamintäkter	156,5	152,2	4,3
Övriga intäkter	5,7	16,3	-10,6
Summa intäkter	162,2	168,5	-6,3
Rörelsens kostnader	-143,0	-140,4	-2,6
Andel i intressebolags resultat	-2,2	-1,9	-0,3
Rörelseresultat	17,0	26,2	-9,2
Finans och avskrivning	-6,7	-2,4	-4,3
Resultat	10,3	23,8	-13,5
Gemensamma kostnader	-14,7	-16,9	2,2
Koncession (40%)	-68,9	-70,6	1,7
Resultat efter finansiella poster	-73,3	-63,7	-9,6

Allt om Stockholm, som är en ledande stadsguide på internet, förvärvades i slutet av föregående år. Antalet besökare fortsätter att utvecklas positivt. Resultatet för perioden uppgick till -13,5 miljoner kronor. Intäkterna ökar och var för perioden 7,7 Mkr. Efter en svag sommar har intäkterna utvecklats positivt under hösten. I mars lanserades tjänsten i Göteborg och Malmö och antalet besökare ökar stadigt.

TV4 Interaktiv består av TV4 Text -TV och TV4.se.

Publikmässigt har året inletts mycket starkt för såväl text-tv som tv4.se. TV4 Text-TV hade i oktober redkordnivån 1,75 miljoner dagliga tittare (MMS). Det är den högsta siffran någonsin och en ökning med 17 procent från föregående år.

De publika framgångarna för tv4.se fortsätter med 939.000 unika besökare i september enligt Jupiter MMXI Nordic, den högsta publiksiffran någonsin. I augusti föregående år, före relanseringen av den nya internettjänsten, var motsvarande siffra 362.000 besökare. Satsningen på nytto- och nöjestjänster har nu positionerat tv4.se som den näst största mediasajten, enligt de officiella internet-mätningarna (Jupiter MMXI Nordic och Nielsen Netratings). Utvecklingen i oktober är fortsatt positiv.

TV4.se:s intäkter fortsätter att öka trots att marknaden för internetannonsering under de nio första månaderna minskat dramatiskt, minus 40 procent enligt medieförmedlarnas Mediebarometer.

Inriktningen för TV4 Interaktiv är att skapa nöjes- och nyttotjänster med interaktivitet för tittare och kunder på internet, text-tv och i andra distributionsformer. TV4 Interaktivs strategiska fördel är att kunna kombinera tv, text-tv, internet och olika mobila kanaler samt även utnyttja kombinationen av att vara rikstäckande och lokal på en och samma gång.

Omsättningen för TV4 Interaktiv minskade 9,4 procent under året till 56,6 miljoner kronor (62,5). Intäkterna tredje kvartalet var dock i nivå med föregående år. Resultatet till och med september var –15,4 miljoner kronor (2,9). Tredje kvartalet var resultatet oförändrat jämfört med föregående år. Text-tv minskade intäkterna dels som följd av avmattningen på annonsmarknaden, i första hand de finansiella tjänsterna, och dels minskade intäkter för börstjänsten.

Text-tv:s omsättning var 45,1 miljoner kronor, en minskning med 20,4 procent från föregående års 56,7 miljoner kronor. Omsättningen på tv4.se uppgick till 11,5 miljoner kronor (5,8).

Investeringar och finansiell ställning

Under perioden gjordes investeringar för sammanlagt 37,1 miljoner kronor (27,0), varav finansiella investeringar 3,4 (3,8). Periodens avskrivningar uppgick till 40,0 miljoner kronor (55,1). Koncernens likvida medel uppgick vid periodens utgång till 51,9 miljoner kronor jämfört med 284,0 vid samma tidpunkt förra året. Skuld för koncessionsavgift uppgick vid periodens slut till 71,7 miljoner kronor (336,1). Programlagret uppgick till 607,8 miljoner kronor (565,7) varav repriser utgjorde 170,8 miljoner kronor (164,0). Övrigt lager uppgår till 13,7 miljoner kronor (9,9).

Soliditeten uppgick till 69,1 procent per 30 september 2001 jämfört med 54,1 procent vid samma tidpunkt föregående år.

Moderbolaget

Moderbolagets nettoomsättning var 1 358,4 miljoner kronor (1 516,7). Resultatet efter finansiella poster uppgick till 260,2 miljoner kronor (189,8). Moderbolagets likvida medel var vid periodens slut 18,5 miljoner kronor (223,7).

Digital-TV

TV4 sänder från och med september 1999 i det digitala marknätet och har nu tillgång till två kanaler. Utveckling av programinnehåll som sänds exklusivt i digitala nätet har påbörjats men är ännu av begränsad omfattning. Exempel på unika program i det digitala marknätet är *Cityliv*, långfilmer och matcher från handbolls-VM. Från och med april 2000 sänder TV4 digitalt via Canal Digital. I augusti ansökte TV4 om sändningstillstånd för två nya kanaler, en nyhetskanal i samarbete med CNN och en sportkanal.

Digital-tv ger möjlighet till att utveckla nya tjänster och att öka antalet sändningstimmar med tillgång till nya kanaler. TV4:s programlager kan härigenom utnyttjas mer effektivt. En uppgradering av TV4:s teknik görs nu för att förenkla sändning av mer än en tv-kanal.

Koncessionsavgiften

Riksdagen beslutade i juni att TV4 inte skall betala koncessionsavgift för första halvåret 2001. Bakgrunden var Radio- och TV-verkets beslut att TV4:s ensamrätt till sändning av annonsfinansierad television upphört i och med regeringens beslut att bygga ut digital-tv i hela landet. Regeringen föreslog en lagändring för att återinföra avgiftsskyldigheten vilken ogillades av Riksdagen vad gäller retroaktiviteten för första halvåret. Från och med andra halvåret utgår koncessionsavgift. I framtiden skall avgiften beräknas per kalenderhalvår enligt en skala som ger samma avgift som den tidigare modellen.

Riksdagen uppmanade regeringen att göra en översyn av reglerna om koncessionsavgift mot bakgrund av de tekniska och marknadsmässiga förändringar som skett sedan avgiftens tillkomst. Vidare gav Riksdagen en kraftfull uppmaning till regeringen att skyndsamt återkomma till Riksdagen med ett lagförslag som klargör att TV4 inte skall missgynnas vad gäller koncessionsavgift på digitala intäkter. Regeringen har i oktober tagit initiativ för att följa Riksdagens beslut.

I Finland och Norge har en översyn av koncessionsreglerna lett fram till en avgiftsnivå som är avsevärt lägre än den som TV4 betalar.

För första halvåret har koncessionsavgiften beräknats som om den utgått enligt de nya reglerna. Samma belopp, 212,9 Mkr, redovisas som positiv post under jämförelsestörande poster.

Övrigt

TV4 har i samband ekonomiska problem hos en kund inom dot.com-sektorn skrivit bort en fordran på 16,6 Mkr vilket belastade resultatet för andra kvartalet. Beloppet redovisas som negativ post under jämförelsestörande poster.

Utsikter för helåret 2001

Samhällsekonomin utveckling fortsätter att vara osäker och reklammarknaden minskar även i oktober. TV4:s kostnader under andra halvåret (exklusive nyförvärvade dotterbolag) kommer att bli lägre än samma period föregående år.

Rapporteringsplan

TV4:s helårsrapport för 2001 presenteras den 12 februari 2002.

Stockholm den 31 oktober 2001

TV4 AB (publ)

Thorbjörn Larsson
Verkställande direktör

Denna delårsrapport har inte varit föremål för särskild granskning av TV4:s revisorer.

För vidare information kontakta vd Thorbjörn Larsson, tel 08-459 40 71, ekonomidirektör Erik Hægerstrand, tel 08-459 40 61 eller informationschef Eva Franchell, 08-459 40 12. Tel vxl 08-459 40 00.

*Denna kommuniké samt övrig ekonomisk information finns på **www.tv4.se***

