



PRESSMEDDELANDE

10 december 2002

RATINGFRAMGÅNGAR FÖR TV3 I SKANDINAVIEN

Den internationella mediekoncernen Modern Times Group MTG AB tillkännagav idag ytterligare ratingframgångar under förra veckan för TV3 i Sverige, Norge och Danmark. I Sverige hade TV3 den näst högsta tittartidsandelen sedan augusti 2001 och uppnådde ett nytt tittarekord under söndagsfilmen. TV3s genomsnittliga tittartidsandel under primetime (18.00-23.30) i målgruppen 15-44 år är nu högre än motsvarande period förra året. Primetime-segmentet motsvarar ungefär två tredjedelar av reklamförsäljningen.

Även TV3 i Norge och Danmark uppvisade framgångar. Den kommersiella tittartidsandelen för TV3 i Norge ökade under november jämfört med förra året. TV3 i Danmark stärkte sin position ytterligare och uppnådde förra måndagen kanalens näst högsta kommersiella tittartidsandel.

"Fame Factory" fortsatte framgångsrikt i Sverige med överlägset fler tittare än "Popstars" som haft samma sändningstid fyra dagar i veckan de senaste sex veckorna. Lördagens finalavsnitt av "Fame Factory" sågs av 745.000 personer med 45,1% tittartidsandel bland kvinnor i åldersgruppen 15-44 år i satellituniversum. "Fame Factory" hade även 290.000 tittare under torsdagen, vilket var fler än de som såg finalavsnittet av "Popstars" som sändes samma tid. "Fame Factory" har producerats av STRIX Television.

TV3 Sveriges söndagsfilm, "Tomten är far till alla barnen", lockade även ett nytt filmrekord med 1.1 miljoner tittare. Filmen har producerats av Sonet Film. Tittarrekordet följer framgången med James Bond-filmen, "The world is not enough", som sändes för två veckor sedan vilken är den femte mest sedda söndagsfilmen hittills med 720.000 tittare och 33,7% av tittarna i satellituniversum.

Förra måndagen sändes även det första avsnittet av "The Anna Nicole Show" i Sverige, Norge och Danmark. I Sverige hade det första avsnittet som mest 546.000 tittare, och i genomsnitt 490.000 tittare. Serien hade samma premiärframgångar i Norge och Danmark med en tittartidsandel på 26% och 30%.

TV3 Sverige uppnådde under förra veckan en tittartidsandel på 20,3% i åldersgruppen 15-44 i satellituniversum, som endast varit högre under vårens Hockey-VM sedan augusti 2001.

I Norge ökade TV3 under november månad sin kommersiella tittartidsandel i TV3-universum bland åldersgruppen 15-49 år till 14,6% jämfört med 12,5% förra året.

TV3 Danmark uppnådde förra måndagen den näst högsta kommersiella tittartidsandelen någonsin då 43,2% av tittarna såg "Robinson". Programmet hade 1.077.000 tittare och 71% av tittarna i åldersgruppen 15-50 år i TV3-universum.

"Ratingsiffror visar klart framgången med vår programtablå under hösten. Vi har nu ökat vår styrka, och vinner tittarduellerna mot konkurrerande format i det viktiga primetime-segmentet samt ökar våra tittartidsandelar i de viktigaste demografiska segmenten", kommenterar Hans-Holger Albrecht, VD och Koncernchef för MTG.

För ytterligare information, besök www.mtg.se, e-post info@mtg.se, eller kontakta:

Hans-Holger Albrecht, VD MTG
Investor Relations

tel +46 (0) 8 562 000 50
tel +44 (0) 20 7321 5010

Modern Times Group MTG AB är ett ledande vertikalt integrerat medieföretag med verksamheter inom Broadcasting, TV-produktion, publishing samt övrig mediaverksamhet i över 30 länder. MTG är den största fri-TV operatören i Norden och Baltikum, den tredje största betal-TV operatören Europa, och har fri-TV verksamheter i Ryssland och Ungern. MTG driver även det största kommersiella radionätverket i norra Europa, är global marknadsledare inom inom textning- och dubbingsverksamhet, samt är ett ledande företag inom produktion av reality-TV.

MTGs A- och B-aktier är noterade på Stockholmsbörsens O-lista, samt som ADR på Nasdaq-börsen i New York.