



Pressmeddelande

Stockholm 19 maj, 2008

Schibsted förvärvar 35 procent i Metro Sverige

Schibsted förvärvar 35 procent av aktierna i Metro Sverige för 350 miljoner kronor. Schibsted och Metro inleder samarbete på annonsmarknaden.

Förvärvet av 35 procent av Metro Sverige stärker Schibsteds position på den svenska gratistidningsmarknaden. Affären är ett led i Schibsteds vision om att bli Europas mest attraktiva och nyskapande mediekoncern.

”Våra tidningar passar bra ihop med Metro Sverige. Våra respektive erfarenheter och styrkor kompletterar varandra väl. Metro är oerhört duktiga på försäljning och Schibsted är väldigt starka på affärsutveckling. För att möta utmaningarna på dagens och morgondagens mediemarknad, skapar vi nu ett spännande och konkurrenskraftigt erbjudande. Det här är en logisk och strategiskt viktig affär”, säger Gunnar Strömblad, koncerndirektör Schibsted, med ansvar för Sverige.

I anslutning till affären skapas fyra annonsarbeten. Aftonbladet och Metro Sverige bildar ett gemensamt bolag för att erbjuda marknaden ett rikstäckande paket som blir ett komplement till Aftonbladets befintliga erbjudanden. Det rikstäckande paketet kommer att ha en nettoräckvidd om drygt 4,2 miljoner dagliga läsare vid fyra införanden* och kommer initialt att säljas av Metro Sverige. Aftonbladet och Metro Sverige, respektive Svenska Dagbladet och Metro Sverige, skapar annonspaket för nöjesannonsmarknaden i Stockholm. Vidare skapar Aftonbladet, Svenska Dagbladet och Metro Sverige ett paket för detaljistannonsmarknaden i Stockholm. Metro Sverige och Svenska Dagbladet tecknar ett Letter of Intent för platsannonseringsmarknaden. De nya annonsarbetena beräknas skapa intäktssynergier inom Schibstedkoncernen (Svenska Dagbladet och Aftonbladet) om 40 - 50 miljoner SEK efter två till tre år.

”Dagens affär är ytterligare ett viktigt steg för oss att befästa vår position på den svenska marknaden och därmed också skapa värde för våra aktieägare i Metro International. Tillsammans med Schibsted skapar vi en överlägsen kombination som har stark tillväxtpotential. Vi delar synen på marknaden och har många beröringspunkter, både i Sverige och internationellt. Jag är övertygad om att vårt samarbete snabbt kommer att ge god utväxling för alla parter, säger Per Mikael Jensen, CEO och President Metro International.

Förvärvet innebär att Schibsted får två styrelseplatser i Metro Sverige. Metro har tre platser i styrelsen. Affären är villkorad av Konkurrensverkets godkännande. Parterna kommer inom kort att anmäla affären till Konkurrensverket.

Efter en längre tids förluster i Punkt SE har Aftonbladet, som är en del av Schibsted-koncernen, inlett MBL-förhandlingar om att lägga ned Punkt SE.

”Det är väldigt beklagligt. Personalen har uppnått alla mål vad gäller att göra en fantastiskt bra tidning. Tyvärr har Punkt SE inte lyckats få med sig annonsmarknaden, vilket har lett till att vi inte har nått lönsamhet för tidningen,” säger Gunnar Strömblad.



Pressmeddelande

Stockholm 19 maj, 2008

2007 uppgick Punkt SE:s totala förluster till 198 miljoner SEK. Punkt SE:s förluster det första kvartalet 2008 uppgår till 44 miljoner SEK. Kostnaderna för en nedläggning uppskattas till 65 miljoner SEK.

Inbjudan till presskonferens

Med anledning av affären håller Schibsted och Metro en gemensam presskonferens kl. 11:00 på Hotel Anglais, Humlegårdsgatan 23, 1 tr, Stockholm. Närvarande på presskonferensen är Gunnar Strömblad, koncerndirektör Schibsted med ansvar för Sverige, Carl Gyllfors, koncernchef Aftonbladet Hierta, Per Mikael Jensen CEO Metro International, Martin Alsander, Executive Vice President, Metro International och Andreas Ohlson, VD Metro Sverige. Presskonferensen åtföljs av en separat frågestund kring Punkt SE. Vänligen anmäl er till anmalan@schibsted.se

*Källa: Orvesto 2007:3

För mer information, vänligen kontakta:

Gunnar Strömblad, koncerndirektör Schibsted, med ansvar för Sverige

Mobiltelefon: 0705-252104

E-post: gunnar.stromblad@schibsted.se

Om Schibsted

Schibsted är en skandinavisk mediekoncern med ambitionen att bli ledande i Europa. Idag har koncernen företag med sammanlagt över 9 000 anställda i 22 länder. Starka mediehus utgör kärnan i vår verksamhet och våra 12,7 miljoner tidningsläsare är en utgångspunkt för en tillväxtstrategi som bygger på nära samspel mellan print, mobil och internet. I Sverige har Schibsted drygt 1 700 anställda som framförallt jobbar inom mediehusen Aftonbladet och Svenska Dagbladet, men även inom företag som Blocket, Hitta.se eller Metronome. I Norge har koncernen runt 2 700 anställda som främst arbetar inom mediehusen Aftenposten och VG, men också i FINN.no, Bergens Tidende och Stavanger Aftenblad. I Europa är gratistidningen 20 minuter den mest lästa tidningen i både Frankrike och Spanien. Schibsted är också ledande inom annonsverksamhet online på flera av de största marknaderna i Europa.