

Sara Feinberg
08-508 290 97

Medieexponering för bolagen inom koncernen Stockholms Stadshus AB

Förslag till beslut

Koncernstyrelsen föreslås besluta

att godkänna rapporteringen av medieexponeringen för bolagen inom koncernen
Stockholms Stadshus AB

Stockholm som ovan

Irene Lundquist Svenonius

Bakgrund

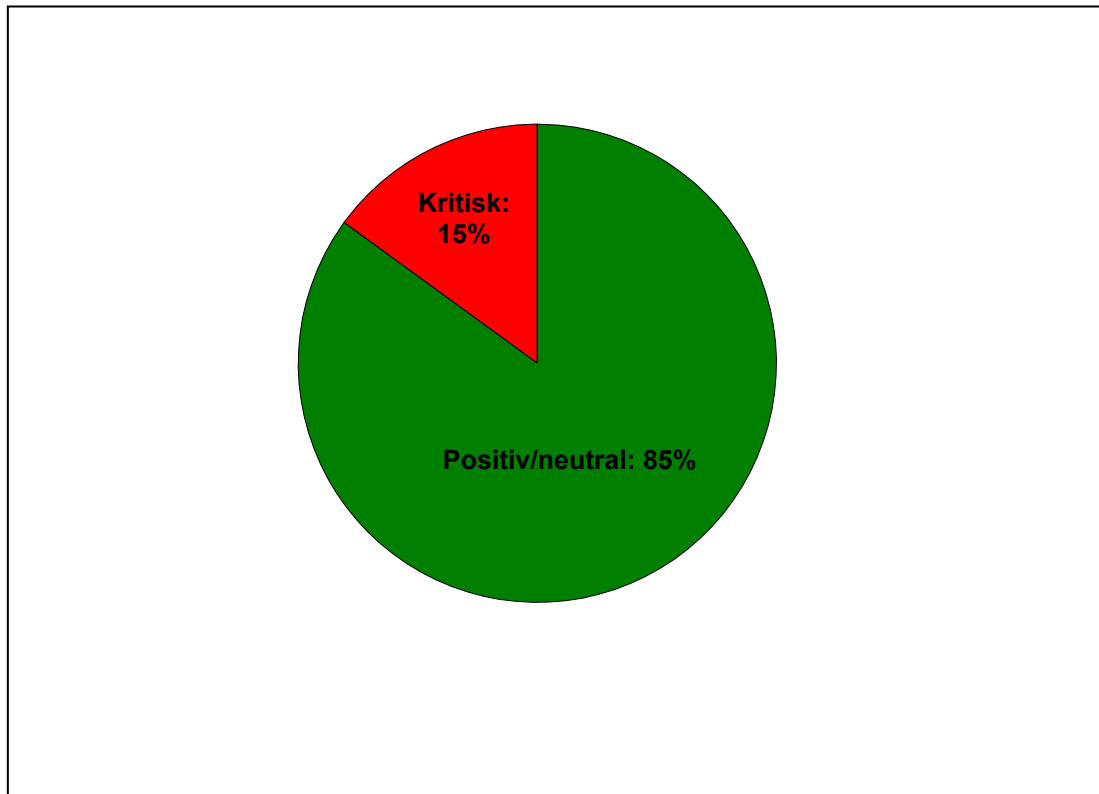
Koncernledningen tar tillsammans med Cision Sverige fram statistik över bolagens medieexponering. Cisions medieanalytiker har följt bolagens publicitet i innerstads- och storstadspress i Stockholm och analyserat mediebildens utifrån variabler som medievinkling (positiv/neutral eller negativ artikel) samt artikelstorlek för att ge en bild av hur koncernen framställs i media. Analysmetoden bygger på kvantitativ innehållsanalys och är objektiv vilket gör tolkningen oberoende av individen som analyserar publiciteten. All perifer publicitet har exkluderats ur analyserna, dvs. artiklar som bara kortfattat nämner bolagens namn och när de egentligen handlar om någonting annat. Från och med nästa rapport kommer tv- och radioinslag att ingå samt en uppdelning mellan evenemangsbaserad och övrig publicitet att göras.

Ärendet

Enligt analysen har bolagen inom koncernen Stockholms Stadshus AB direkt eller indirekt varit omskrivna i 1191 tidningsartiklar under fyra månader, perioden oktober 2007 – januari 2008. Vid en jämförelse med perioden oktober 2006-januari 2007 (1091 artiklar) framstår

publicitetens omfattning som normal. Orsaken till ökningen under den aktuella perioden är den evenemangsbaserade publiciteten kring Globenarenorna och Stadsteatern. Under den traditionellt lågproduktiva föregående fyramånadersperioden (juni-sept 2007) uppgick publiciteten till 626 artiklar.

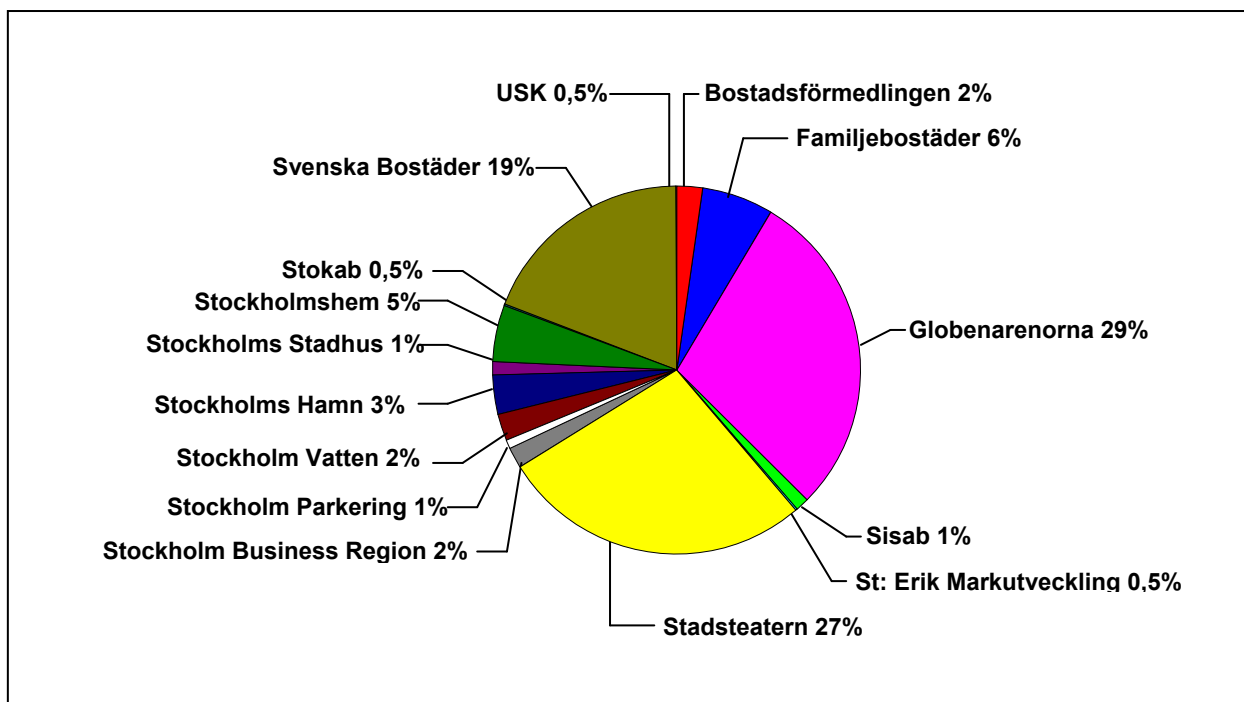
Total medievinkling för koncernen



Kommentarer:

- Den kritiska rapporteringen ökar från 11 till 15 procent av nyhetsmaterialet. Det är en ökning jämfört med de tre senaste analyserna där den ofördelaktiga publiciteten i genomsnitt har stått för 12 procent av den totala mediebilden. Under perioden oktober 2006-januari 2007 uppgick andelen kritisk publicitet till 10 procent.
- För bostadsbolagen är omvandlingen av allmännyttan den enskilda fråga som skapar mest kritisk publicitet. Rapporteringen även Stockholms Stadshus AB. Globenarenorna uppmärksammas också negativt under perioden i samband med oroligheter på Söderstadion vilket skapar en debatt om säkerheten på arenorna.
- Stockholm Vatten får kritisk publicitet i samband med biogasfrågor.
- Bostadsköerna skapar en ökning i Bostadsförmedlingens andel av kritisk publicitet.
- Stockholms hamn får kritisk publicitet i form av förgiftningar i marken, gasläcka i Frihamnen och en protest mot miljonbidragen till Volvo Ocean Race. Arrangemanget Volvo Ocean Race omskrivs dock även positivt.

Bolagens andelar av publicerade artiklar

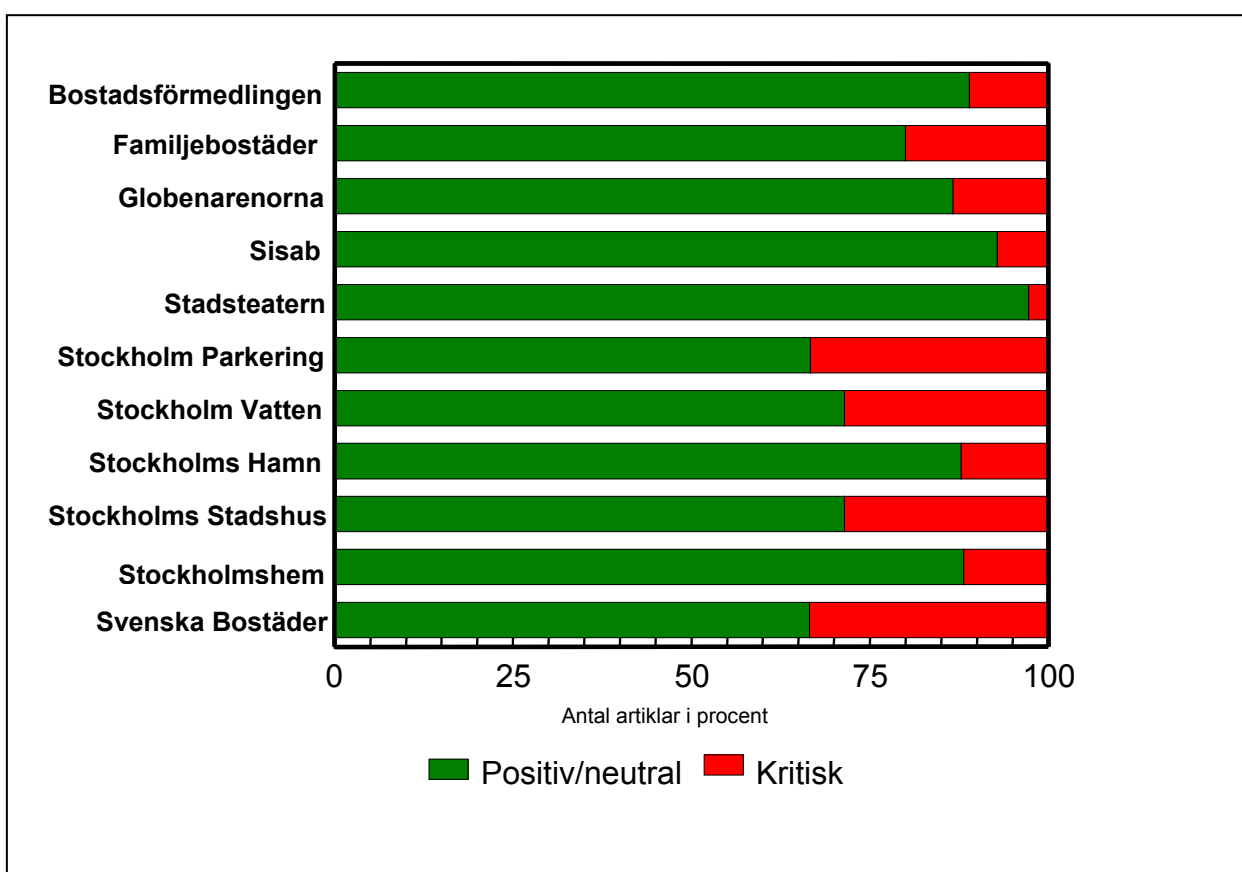


Kommentarer:

- Globenarenorna och Stadsteatern dominerar bolagens sammanlagda artikelskörd tack vare en ökad andel underhållningsbaserad publicitet. Publicitetens omfattning är relativt konstant jämfört med tidigare period (28 respektive 30 %). De två bolagen ökar dock sin synlighet sett till antal artiklar.
- Omvandlingen av allmännyttan upptar en stor del av samtliga bostadsbolags publicitet. Svenska Bostäder ökar sin andel av publiciteten rejält jämfört med tidigare period (14 %). Detta beror främst på det kritiserade Järvalyftet som skapar artiklar i stadsdelspressen. Familjebostäder och Stockholmsshem klarar sig bättre i mediebruset men också dessa bolag belastas av diskussionen kring försäljningen av allmännyttan.
- St:t Erik Markutveckling, Stockholm Vatten och Stockholm Parkering minskar sin synlighet i medierna, både procentuellt och i antal artiklar, jämfört med föregående sommarperiod. De flesta bolagen ökar dock i nyhetsvärde under den aktuella perioden.
- Stockholms Hamn ökar sin andel rejält jämfört med förra perioden. Satsningen på att locka Volvo Ocean Race, gasläckor, ny terminal för kryssningsfartyg är synliga nyhetsinslag i deras publicitet.
- Stockholm Vattens andel minskar med hälften jämfört med tidigare period. Artiklarna behandlar bland annat privatiseringsönskemål, svårsåld biogas, förändrad vattentaxa samt Swecos köp av dotterbolaget Byggprojekt AB.
- Bostadsförmedlingen fördubblar nästintill sin andel artiklar. Nyhetsinslag om kötiden för bostäder och Erstas samarbete med Bostadsförmedlingen återfinns i nyhetsmaterialet.

- Nyheten om övervakningskameror på skolor för att hindra bränder skapar ett intresse hos stadsdelspressen, men tas även upp av Dagens Nyheter. SISAB behåller sin andel genom denna nyhet.
- I likhet med tidigare period är Stockholms Stadshus AB huvudsakligen synligt i inslag som behandlar ombildningen av allmännyttan. De nationella medierna tar även upp försäljningen av Studentskrapan.
- Stockholm Parkering minskar sin andel av publiciteten. Felskyltningar i Skärholmens parkeringshus, miljöpartiets krav på att minska gatuparkering och tips om hur man får rätt mot parkeringsvakten återfinns bland nyhetsinslagen.
- Stokab, S:t Erik Markutveckling och Stockholms stads utrednings- och statistikkontor (USK) förekommer i enstaka nyhetsinslag och ingår därför inte i nedanstående diagram. USK är ett nytt bolag som bevakas av Cision från och med januari 2008.

Bolagens andelar av artiklar, uppdelat i kritisk och positiv/neutral vinkling



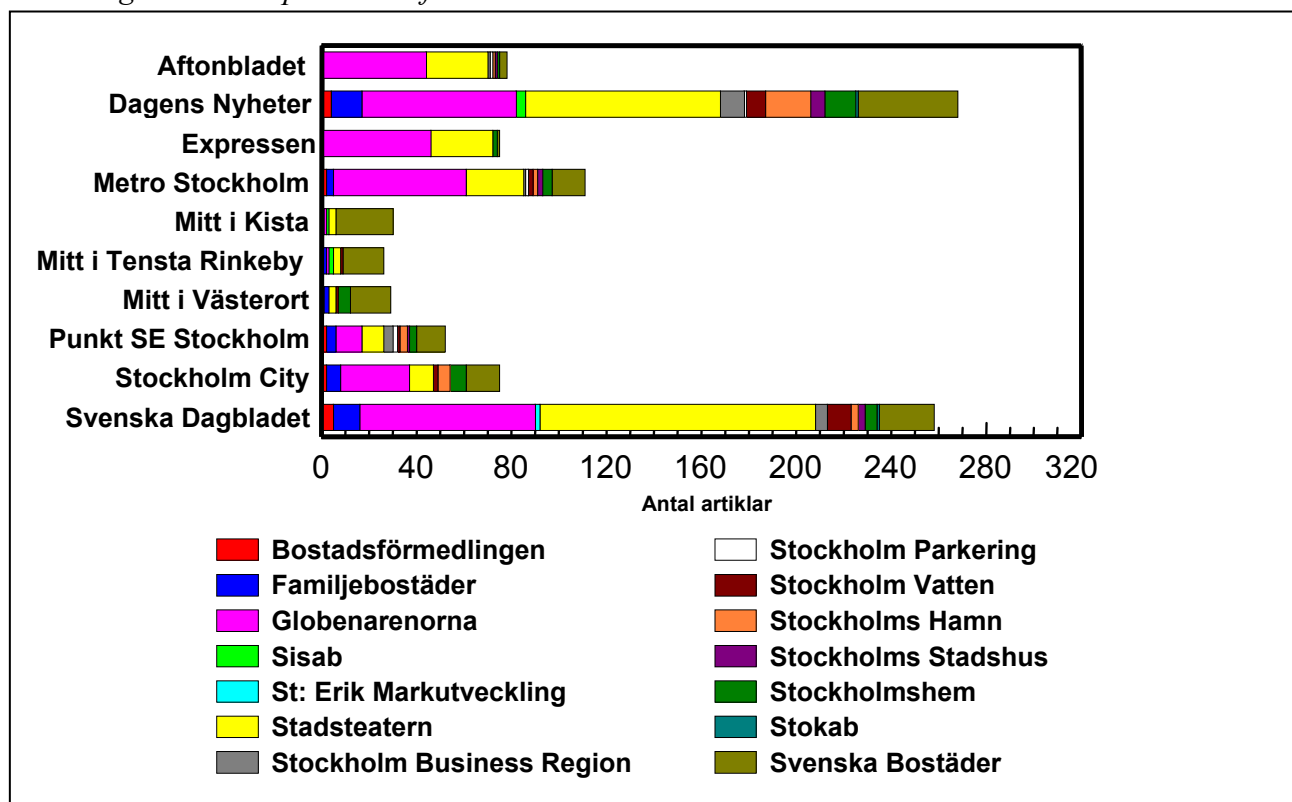
Kommentarer:

- Mediebilderna för majoriteten av stadens bolag är fortfarande övervägande positiv/neutral.
- Den kritiska publiciteten kring Svenska Bostäder bidrar till ökningen andel kritisk publicitet. Majoriteten av kritiken utspelar sig under november och främst bland stadsdelspressen som tar upp hanteringen av Järvalyftet och försäljningen av

kulturhusen.

- Globenarenorna behåller sin andel av kritisk publicitet som involverar både bråk och läktarskandaler vid matcharrangemang.

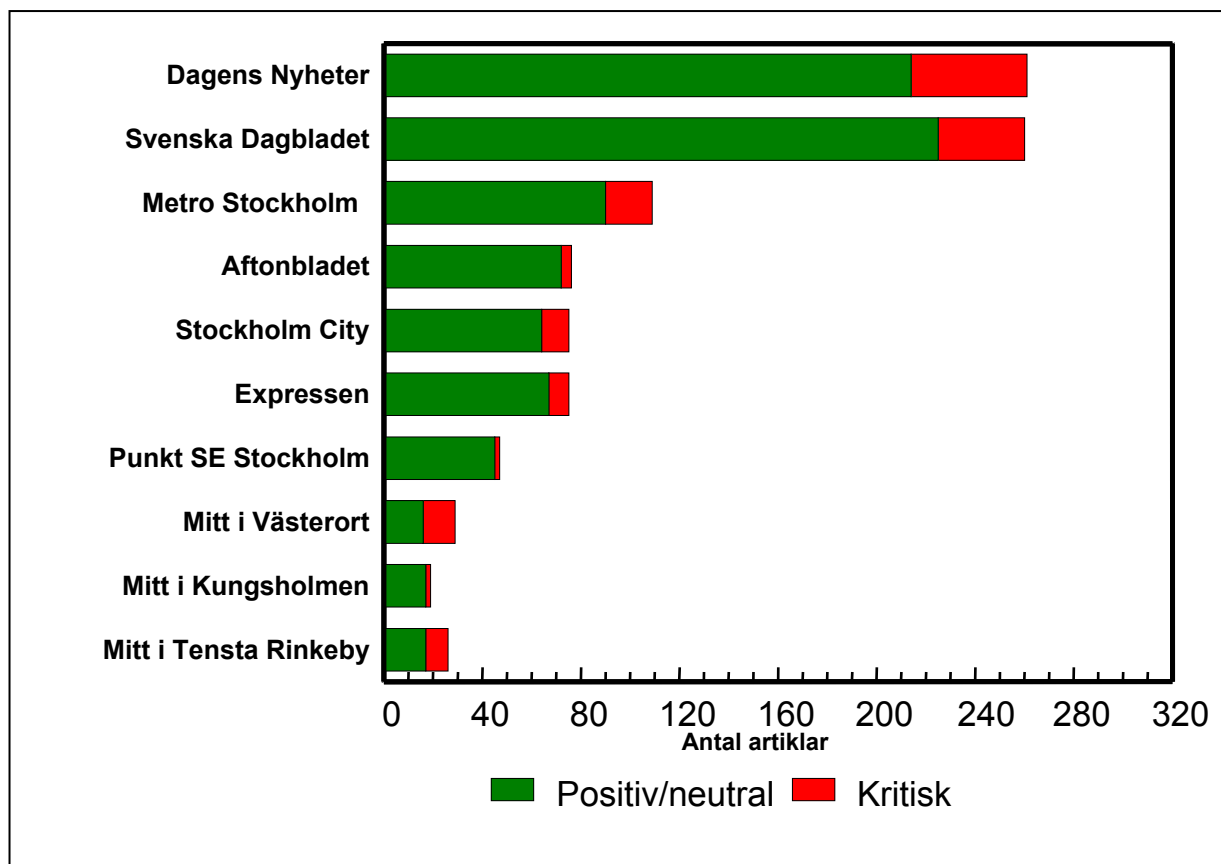
Tidningar som har publicerat flest artiklar



Kommentarer:

- DN behåller tätpositionen som den enskilda källa som publicerar flest antal inslag kring Stockholm Stads bolag. Globenarenorna, Stadsteatern och Svenska Bostäder står för flest antal införanden i DN. Bostadsbolagen bevakas främst av DN och Svenska Dagbladet, men stadsdelspressen uppmärksammar också frågorna.
- Bland gratistidningarna publicerar fortfarande Metro Stockholm flest inslag. En utjämnning av skillnaden mellan Stockholm Citys och Metro Stockholms rapportering om bostadsfrågor har ägt rum under perioden. Metro Stockholm är fortfarande främst inriktad på nöjesinriktade nyheter. Punkt SE fortsätter att ha ett förhållandevis stort intresse för bostadsbolagen.
- Aftonbladet publicerar marginellt fler nyhetsinslag än Expressen om stadens bolag. För båda kvällstidningarna är Stadsteatern och Globenarenorna de mest omskrivna bolagen. Den evenemangsbaserade publiciteten i kvällspressen är därför mycket omfattande.
- Mitt I – tidningarna innehåller en hög grad av rapportering som rör omvandlingen av allmännyttan. Mitt i Västerort rapporterar mest frekvent.
- Från och med nästa rapport kommer radio- och tv-inslag att ingå i denna del av analysrapporten.

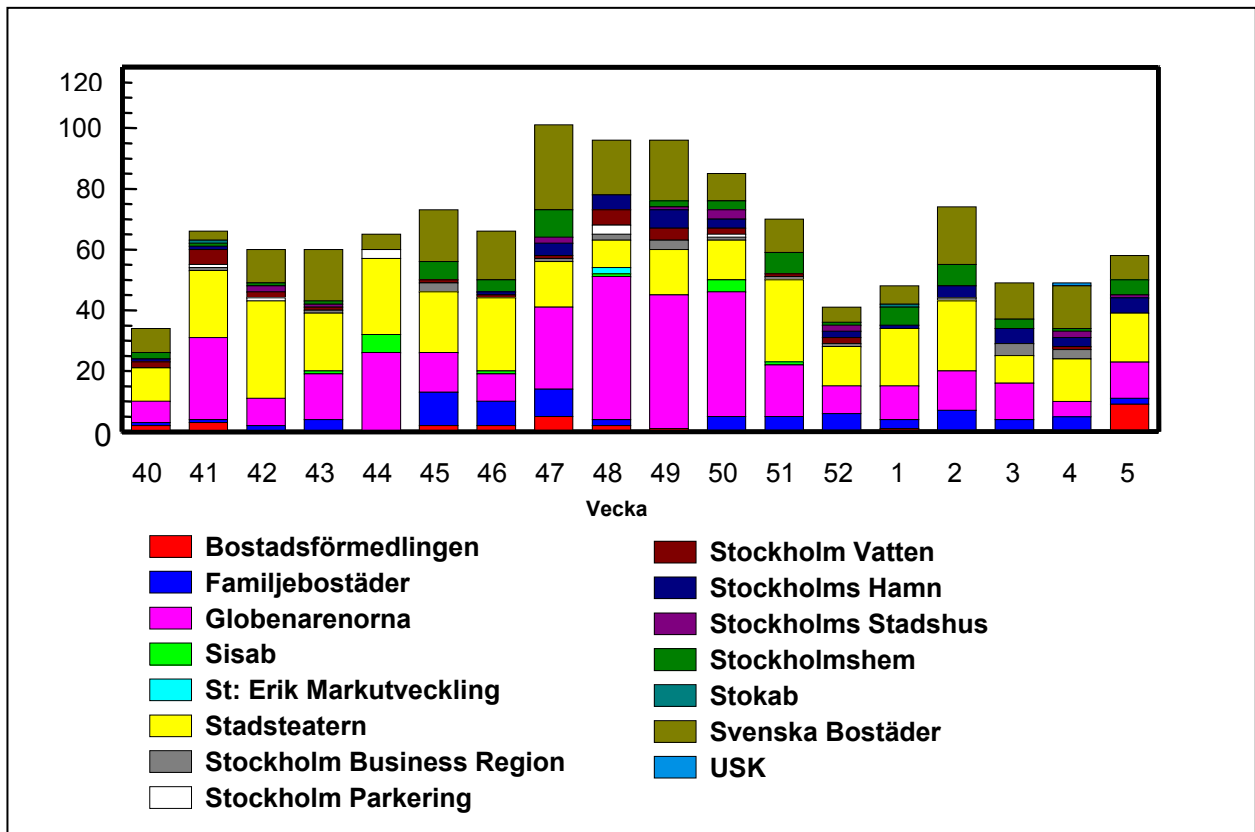
Tidningar som har publicerat flest artiklar, uppdelat i kritisk och positiv/neutral vinkling



Kommentarer:

- Flest antal kritiska nyhetsinslag står Dagens Nyheter för under perioden. Tidningen har en omfattande bevakning på bland annat Svenska Bostäder där en rad negativa nyhetsinslag syns. Även Svenska Dagbladet bevakar bostadsfrågorna. Både SvD och DN ökar sin andel kritiska artiklar rejält under analysperioden. Procentuellt sett är det dock Mitt i Västerort som är den mest kritiska tidningen under perioden.
- Expressen ökar marginellt sin andel av kritiska inslag samtidigt som Aftonbladets andel är nästintill konstant.

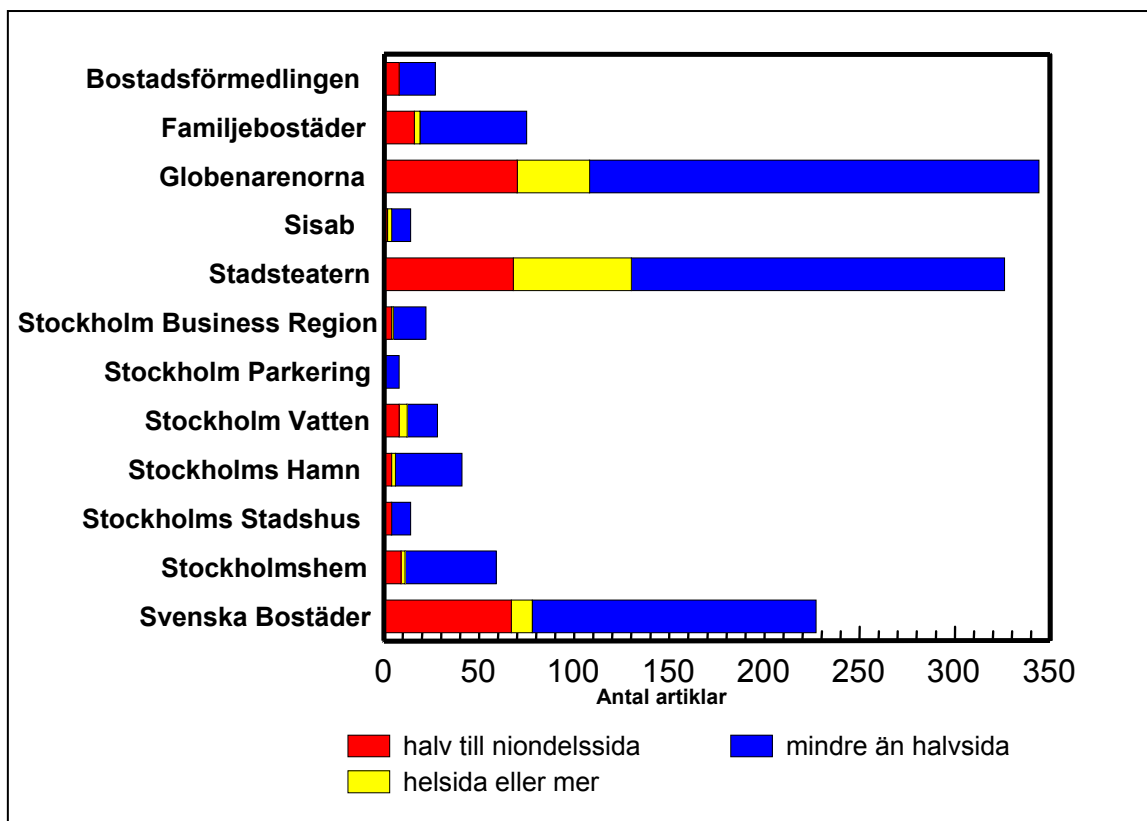
Bolagens publicitet över tid



Kommentarer:

- Publiciteten har en topp under vecka 47. Detta förklaras av en ökning av publicitet för bostadsbolagen. Bakgrunden är nyheter om fler försäljningsplaner samt protester kring Järvalyftet som cirkulerar i stadsdelspressen.
- Under hela perioden har Stadsteatern en omfattande publicitet. Höstprogrammet, premiärer och kommande föreställningar får ett stort utrymme. Globenarenornas toppar under veckorna 41 respektive 48-50 beror på matchrelaterade oroligheter på Söderstadion respektive underhållningspublicitet (bland annat Globen Horse Show).

Bolagen andel av helsida i tidning



Kommentarer:

- Globenarenorna, Stadsteatern och Svenska Bostäder är de bolag som förekommer mest på helsidor eller större del av nyhetsinslaget. Svenska Bostäder är det bolag som ökar mest i antalet artiklar, vilket också resulterar i förekomsten på helsidor. Omvandlingen av allmännyttan skapar också publicitet för bostadsbolagen i form av flera mindre artiklar. De underhållningsbaserade bolagen förekommer i artiklar i samband med olika evenemang som generöst tas upp i pressen.
- Jämfört med perioden oktober 2006-januari 2007 ökar synligheten totalt för bolagen. Det är framförallt de mellanstora artiklarna (halv till niondelssida) som ökar rejält både sett till antal och andel.
- För majoriteten av bolagen dominerar de mindre artiklarna i form av notiser. S:t Erik Markutveckling, Stokab och USK förekommer i enstaka artiklar och finns därför inte med i ovanstående diagram.
- Stockholmshem är mer synligt i större artiklar jämfört med förra mätperioden.