



POLARISMEDIA

Presentasjon av resultater 2. kvartal 2015

Investorpresentasjon, 28. august 2015

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Per Olav Monseth

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Agenda

- Konsernet per 2. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Framtidsutsikter
- Vedlegg

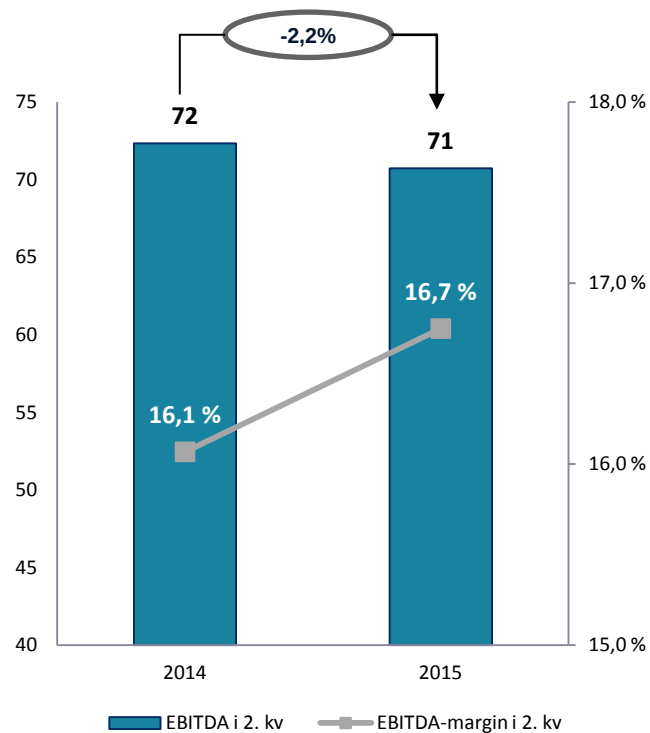
Resultatframgang i første halvår med EBITDA 101 (97) mill. Andre kvartal likt med fjoråret med EBITDA 71 (72) mill.

- **Samlede annonseinntekter ned 9% i andre kvartal og 6% i første halvår. I første halvår 13% nedgang i papir og 16% digital vekst. Store variasjoner mellom mediehus hvor flere mindre mediehus har god vekst.**
- **Økt nedgang i annonseinntektene innen stillings- og eiendomsmarkedet, men lykkes bra innen dagligvare og generell handel.**
- **Abonnementsinntektene vokser, mens løssalg svekkes.**
- **Krevende markedssituasjon for Polaris Trykk med lavere avisvolum og lavere priser. Trykking av VG i Polaris Trykk Trondheim bortfalt i midten av juni 2015. Betydelig omstilling og effektivisering gjennomføres.**
- **Kostnadstiltakene gjennomføres som planlagt og driftskostnadene er ned 5% i første halvår og 6% i andre kvartal.**
- **Styrket finansiell posisjon med vekst i operasjonell kontantstrøm til 62 (54) mill.**

Resultatframgang i første halvår. Andre kvartal likt med fjoråret.

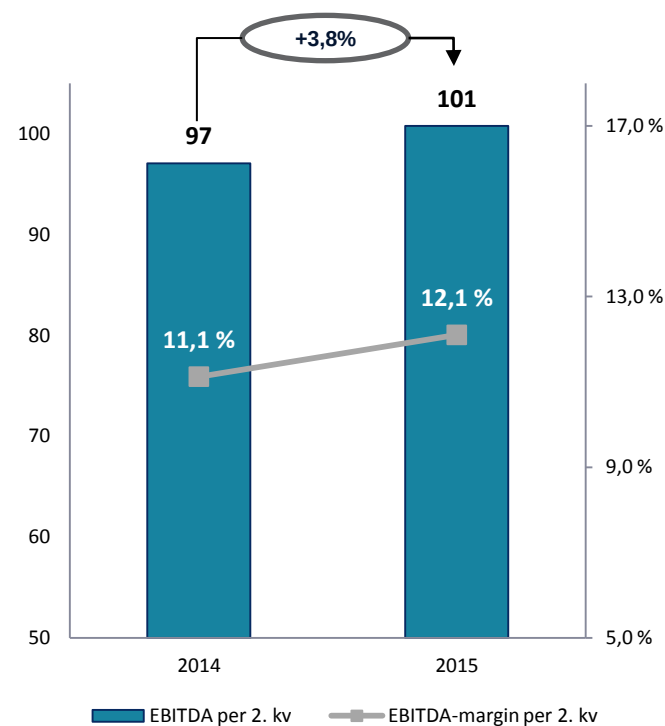
EBITDA og EBITDA-margin i 2. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



EBITDA og EBITDA-margin per 2. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



Omsetning i 2. kvartal:

450

422

Omsetning per 2.
kvartal:

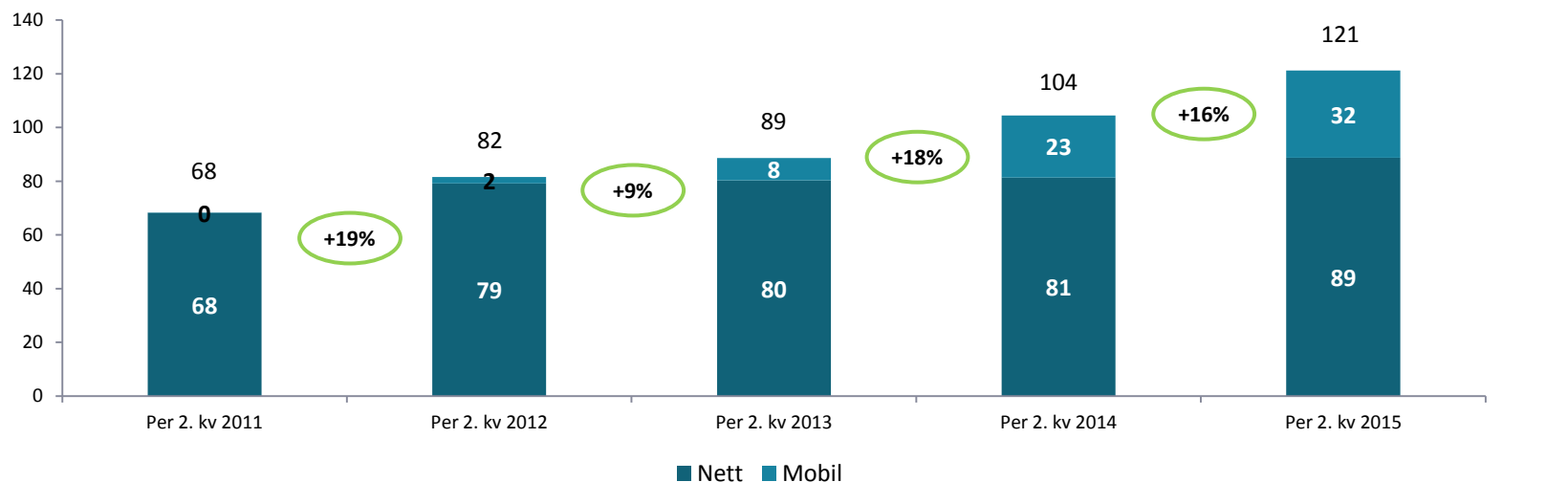
873

833

16% digital annonsevekst. Sterk vekst innen mobil, men også god vekst på desktop

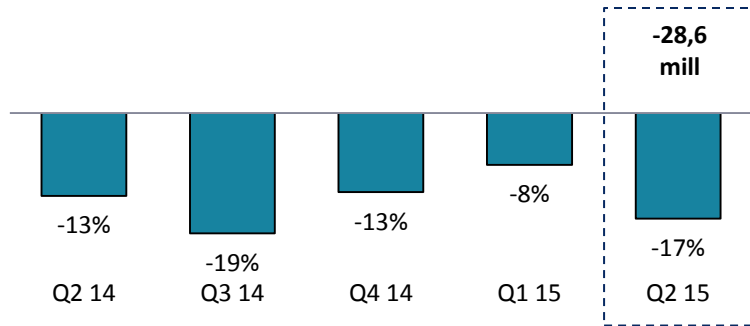
Digitale annonseinntekter

Per 2. kvartal 2009-2014, NOK millioner

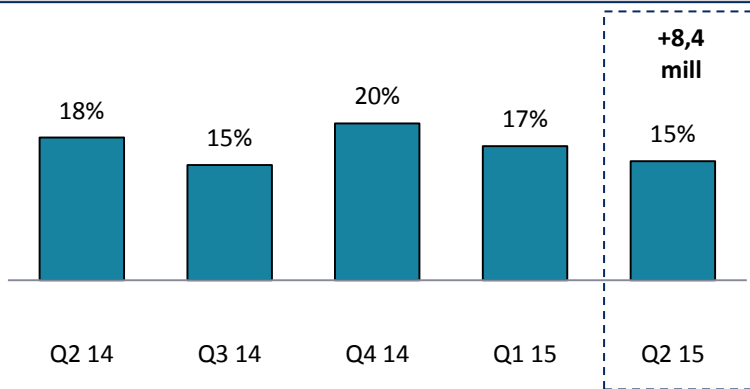


God digital annonsevekst, men kompensere ikke nedgangen i annonseinntekter papir

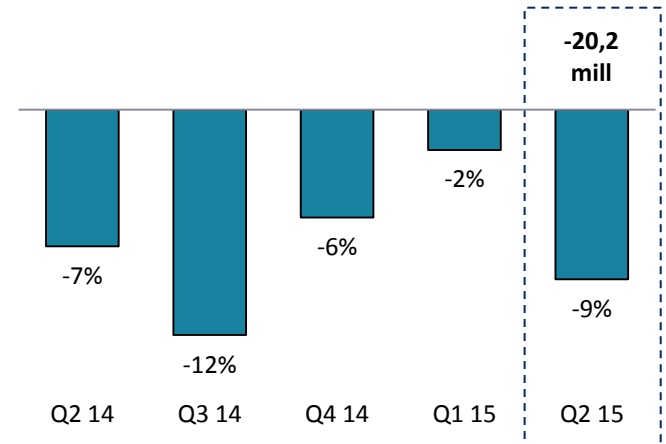
Relativ utvikling i annonseinntekter
fra samme kvartal året før (papir)



Relativ utvikling i annonseinntekter
fra samme kvartal året før (digitalt)



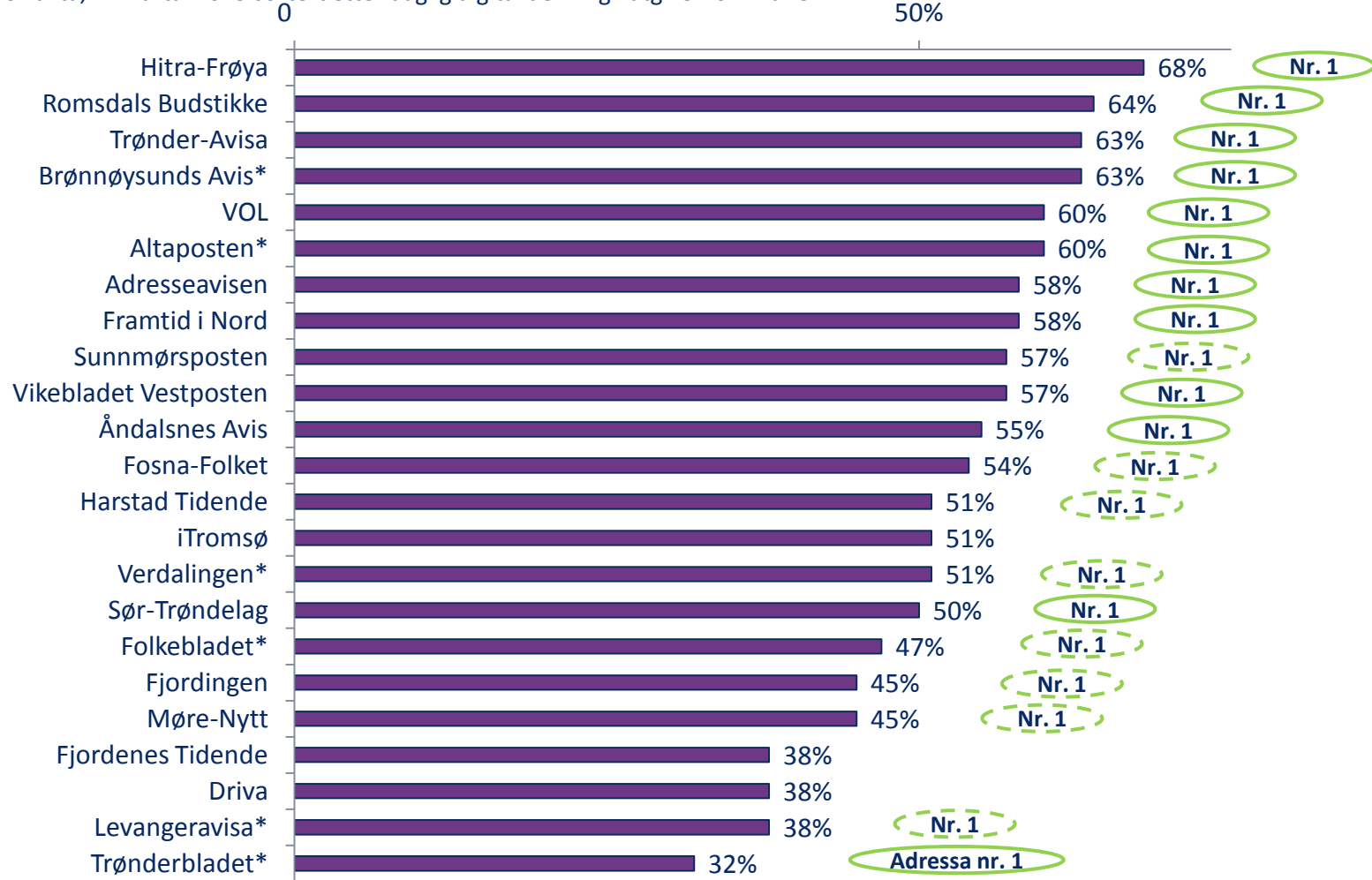
Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra
samme periode året før:



Mange mediehus i Polaris Media har etablert ledende nr. 1-posisjoner digitalt

Daglig digital dekning i kjernemarkedet

Norfakta, 2. kvartal 2015 sortert etter daglig digital dekning i utgiverkommune



Kilde: Norfakta, heltrukket linje indikerer daglig nr.1-posisjon, stiplet linje indikerer ukentlig nr. 1-posisjon

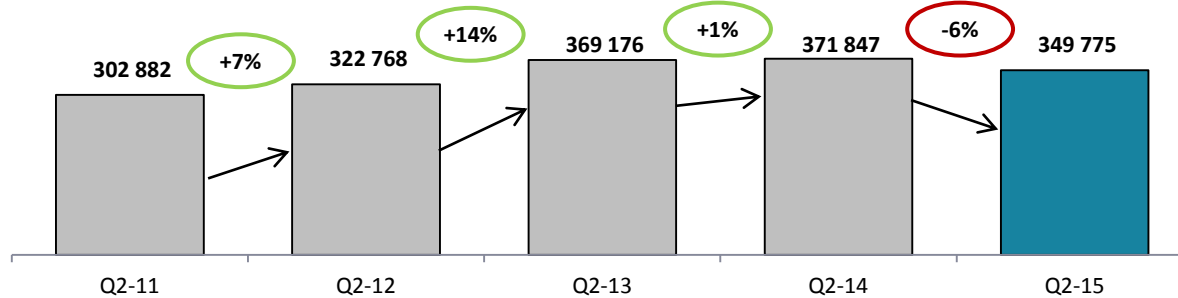
* - målt i tidligere målinger

Mobilveksten øker fortsatt sterkt og gir samlet styrket digital brukerposisjon.

 Vekst mot fjoråret
 Nedgang mot fjoråret

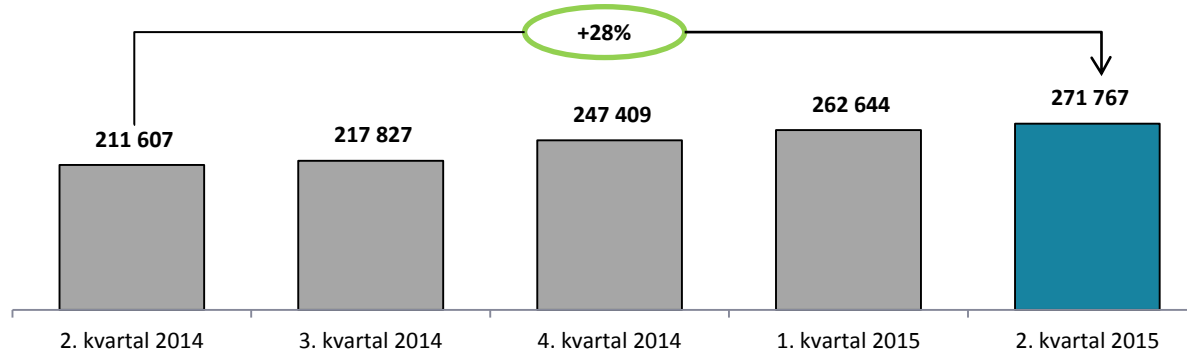
Nedgang i daglige unike nettbrukere i Polaris Media

Snitt daglige brukere i 2. kvartal 2011-2015, målt brutto antall brukere



Sterk trafikkvekst på konsernets mobilsider

Brutto unike daglige brukere, snitt fra 2. kvartal 2014 til 2. kvartal 2015

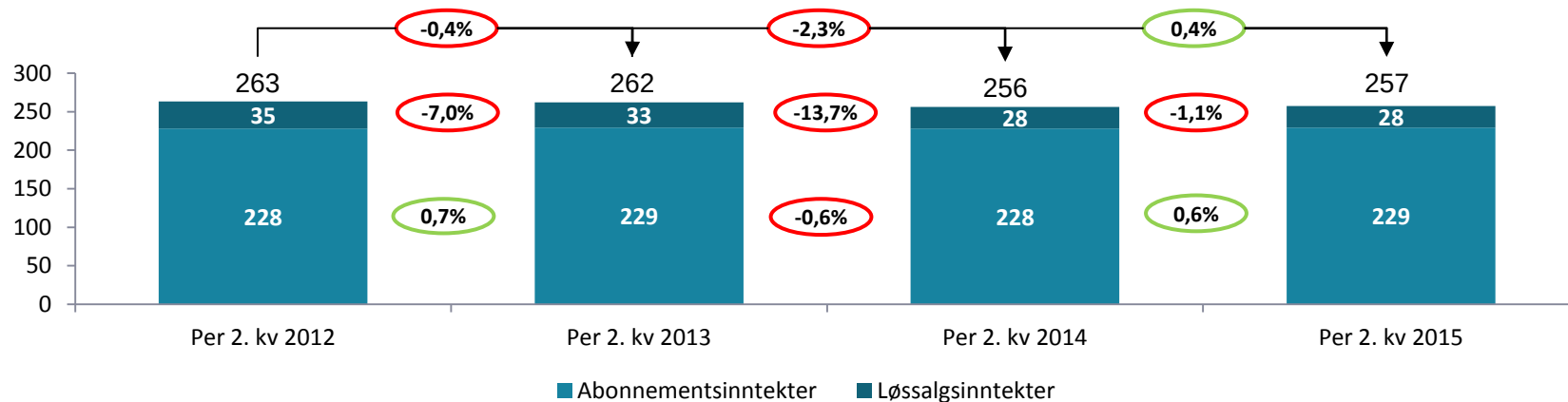


Abonnementsinntektene digitaliseres og vokser, mens løssalget faller

- Vekst mot fjoråret
- Nedgang mot fjoråret

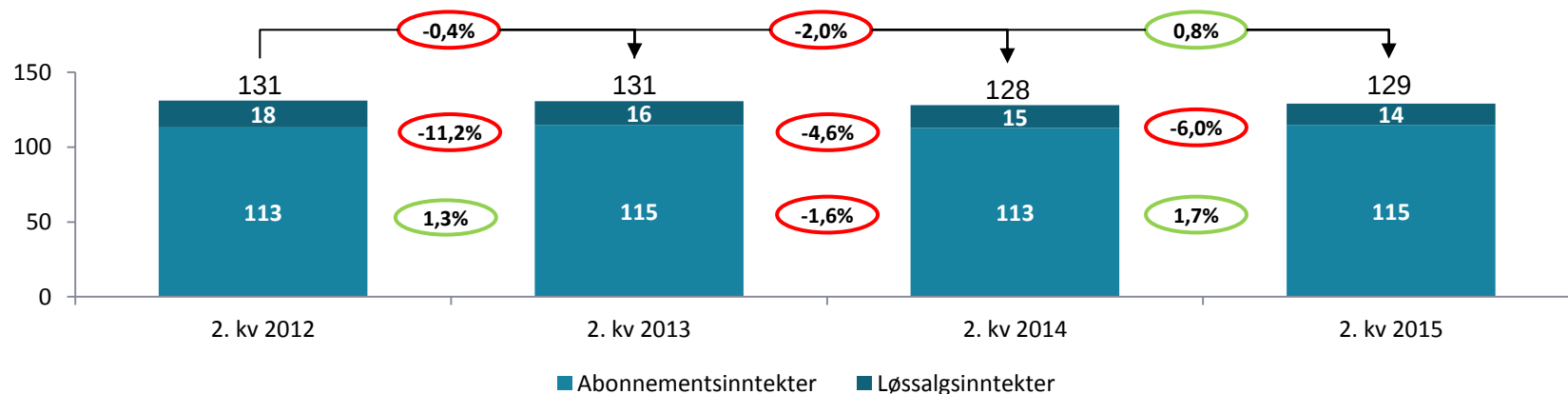
Opplagsinntekter

Per 2. kvartal 2012-2015, NOK millioner



Opplagsinntekter

I 2. kvartal 2012-2015, NOK millioner

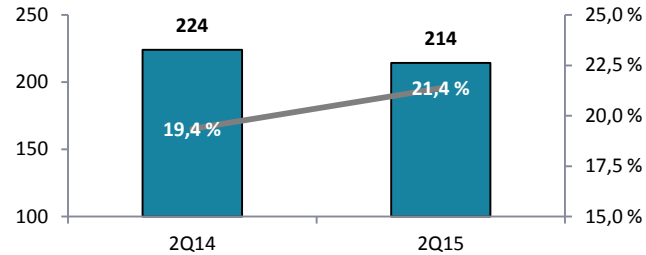


Opplagsvolum ned 5,3%, hvorav 20% fall i løssalg

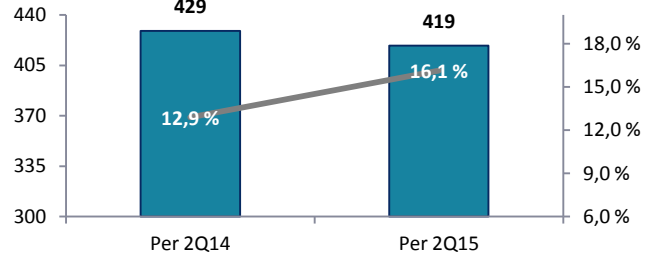
Mediehusene¹⁾: EBITDA 47 (42) mill. i andre kvartal. Per første halvår EBITDA 64 (45) mill.

Adresseavisen Gruppen

Driftsinntekt og EBITDA-margin i 2. kvartal
Mill. kroner

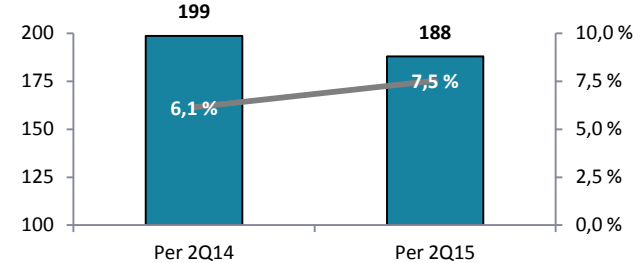
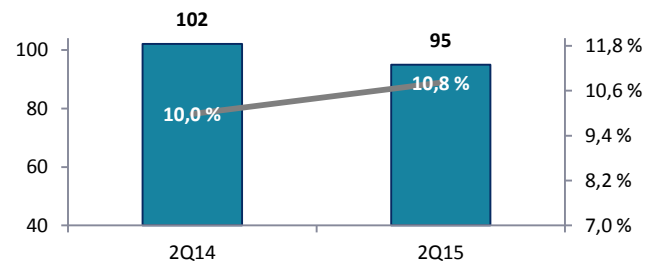


Driftsinntekt og EBITDA-margin per 2. kvartal
Mill. kroner



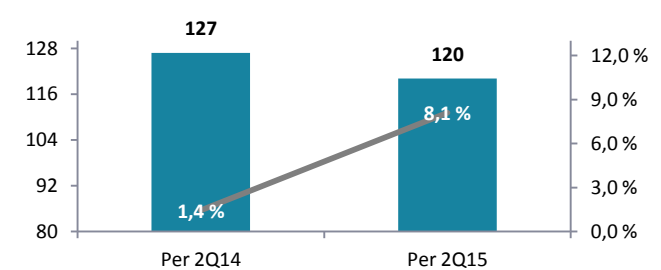
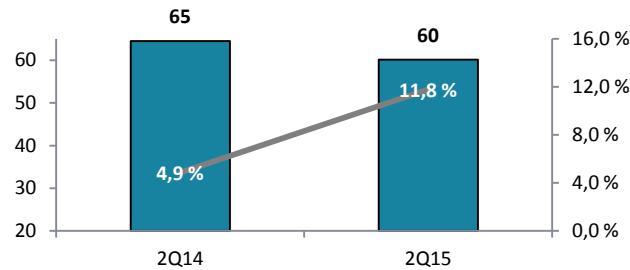
EBITDA: 29 31 30 41

Polaris Media Nordvestlandet



EBITDA: 10 10 12 14

Harstad Tidende Gruppen



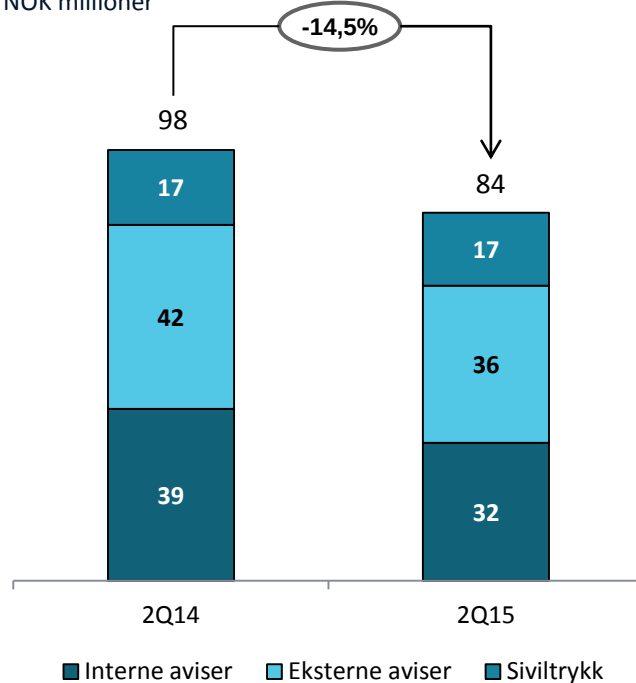
EBITDA: 3 6 2 8

¹⁾ EBITDA ekskl. resultatandel TS/FKV.

Krevende markedsutvikling for Polaris Trykk som følge av generell nedgang i avisvolum og lavere priser, men stabile siviltrykkinntekter

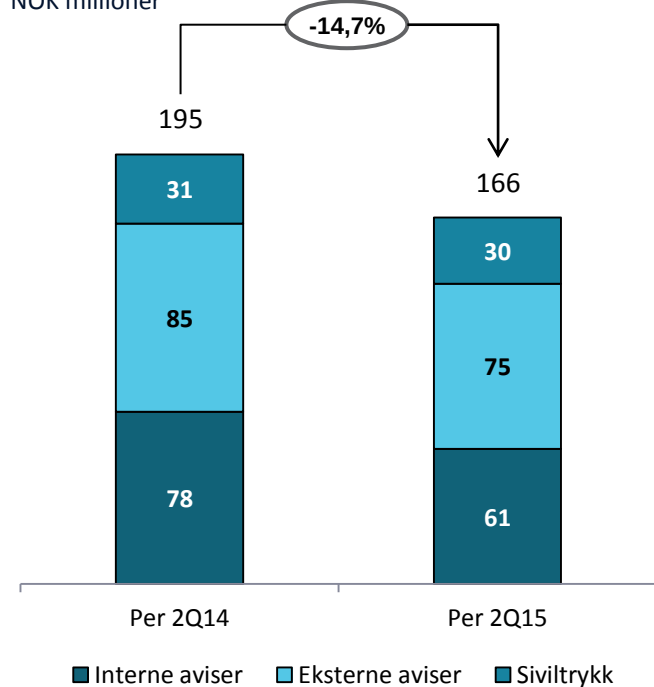
Trykkeriinntekter Polaris Trykk i 2. kvartal

NOK millioner



Trykkeriinntekter Polaris Trykk per 2. kvartal

NOK millioner



EBITDA:

22

15

44

28

- Nye prismodeller til interne mediehus i 2015 flytter resultater fra trykk til mediehusene.
- Ny presse og produksjon på glanset papir gir nye inntektsmuligheter i Polaris Trykk Trondheim. Forventer vekst innen siviltrykk framover.
- Bortfall av VG-kontrakten fra medio juni 2015. Vil få effekt ut året.
- Betydelig effektivisering og omstilling i trykkeriene som følge av lavere volum og prispress.

Polaris Media utvikler fremtidens mediekonsern

Målbilde:

Videreutvikle de digitale innholdsproduktene
Ledende brukerposisjoner alle plattformer

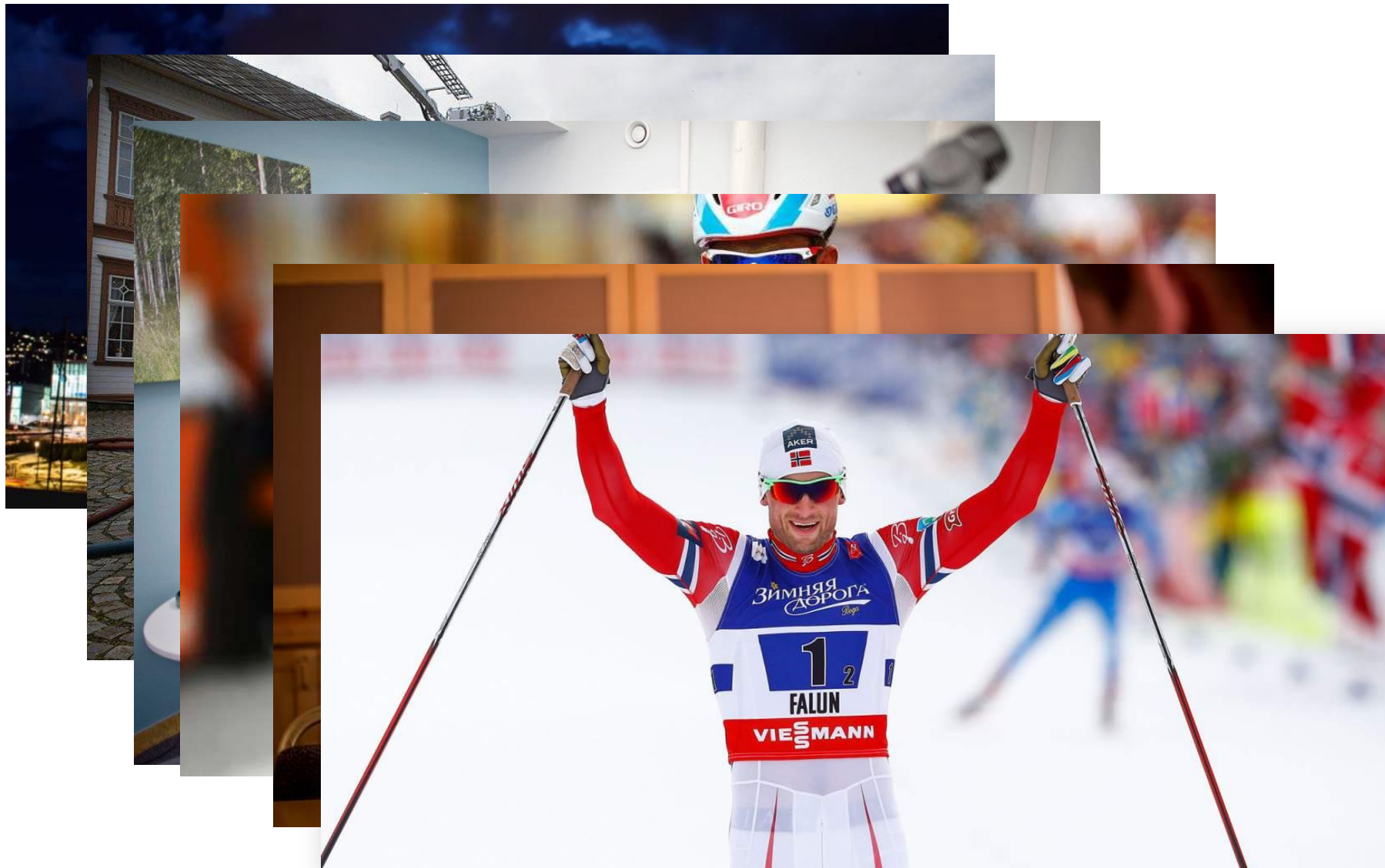
Digitalisere abonnementsmassen

Fortsatt sterk digital annonsevekst

Nye trykkeri- og distribusjonsinntekter

Effektiv drift

God journalistikk er kjernen i virksomheten



Kommet godt i gang med «digitaliseringen» av abonnementsmassen

- 15 mediehus innført *Pluss-løsning*
- 138 tusen abonnenter er «digitalisert» i nye produktpakker
- God utvikling i antall brukere med «digital»-abonnement, mens «helg+digital» har stagnert
- Bruk av data og sosiale medier gir nye effektive salgsmuligheter. Lav kost per salg ved å målrette kampanjer
- Det arbeides med å øke bruken av de digitale abonnementsproduktene

Selger SOME-produkter i kombinasjon med egne annonseprodukter. Tar rollen som digital medierådgiver i alle kanaler

Eksempel Harstad Tidende:

Selger komplette markedsføringspakker på Facebook

Community manager for viktige kunder

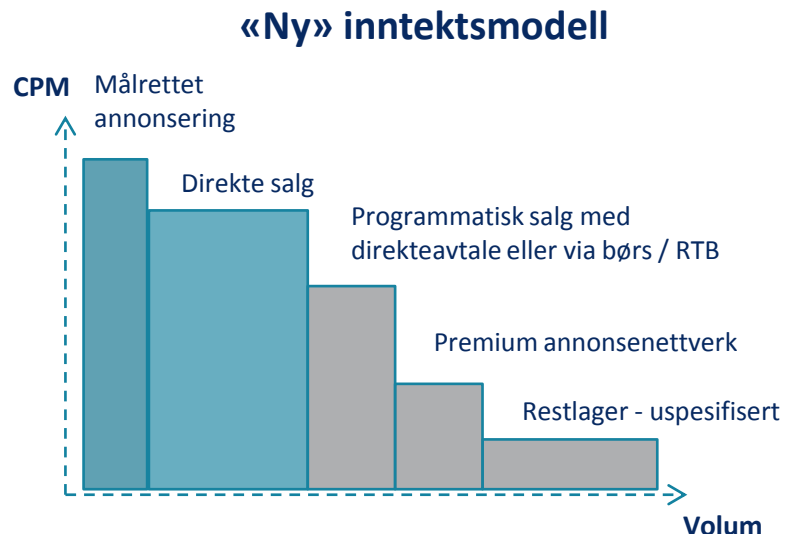
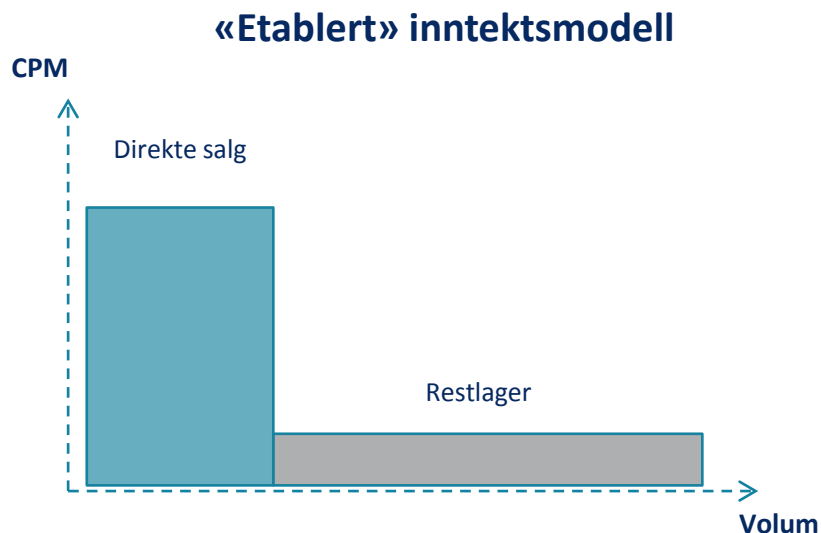


Annonsepakker med mobil- og Facebooktilpasset landingsside



- Fokus på oppsalg av annonser fra eget nettsted
- Tar rollen som «community manager» – bygger tette relasjoner til kundene
- Selger både rådgivning, produksjon av kampanjesider, drift av kundens Facebook-sider m.m.

Fokus på å øke utnyttelsen av varelageret. Nye salgsmetoder tas i bruk, og inntekt per sidevisning øker i alle kanaler



- Kraftig vekst i programmatisk annonsering. Utgjør over 50% av det digitale annonsemarkedet i USA, og Norge følger etter
- Polaris Media har i første halvår 2015 økt inntjening per sidevisning både på nett (+20%) og mobil (+14%)

Polaris Trykk øker markedssatsingen – direkte og gjennom samarbeidspartnere

Eksempler

Regionale og lokale kunder



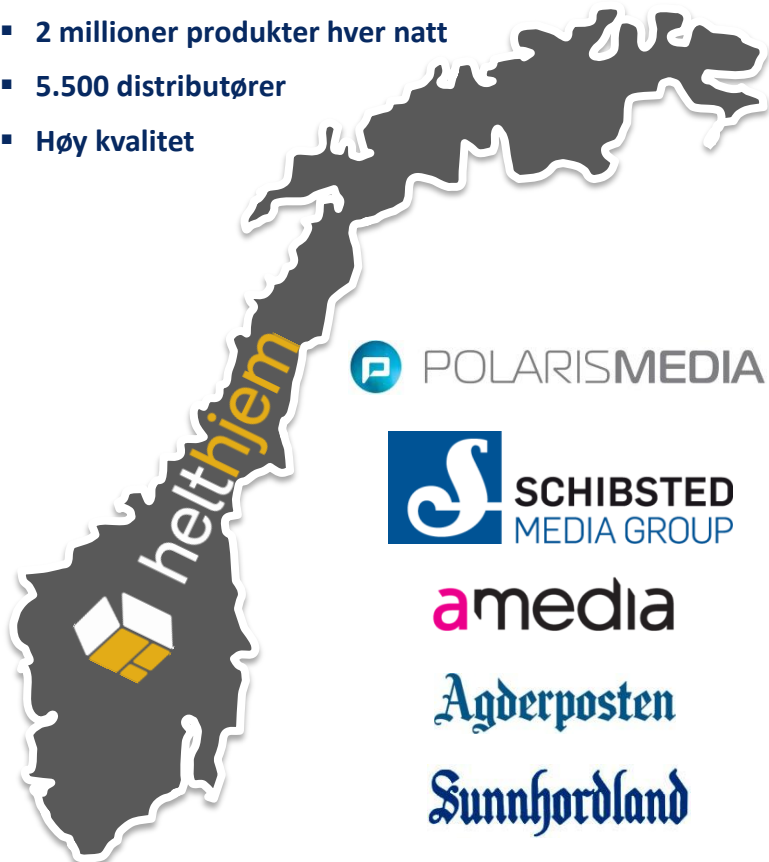
Nasjonale kunder



Øker utnyttelsen av distribusjonsnettet. Har sammen med Schibsted og Amedia lansert distribusjonstjenesten «Helt hjem»

Distribusjonsnett som dekker hele landet

- Levering man - lør før 07:00
- 2 millioner produkter hver natt
- 5.500 distributører
- Høy kvalitet



amedia

Agderposten

Sunnhordland

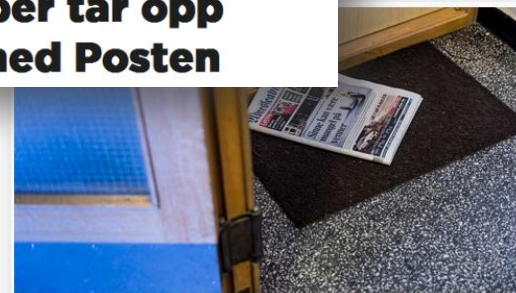
Avisbudene skal levere pakker «helt hjem»



Trio: De tre medlemskonsernene Amedia, Polaris og Schibsted går sammen om distribusjonen. Fra venstre: styreleder Jens Frydenlund i Hordalens Mediepost og nærlagsdirektør i Amedia Trysil, Håkon Ørstad i Polaris Distribusjon og administrerende direktør Catherine Laithaus i Schibsted Distribusjon.

Medier / Publisert 11.05.2015 07:28:25 - Oppdatert 11.05.2015 07:46:41

Aviskjemper tar opp kampen med Posten



Tre medlemskonserner går sammen i et helhetlig nett som skal sørge for pakkeløst levering på døra, sammen med avisene. **AVIS OG MEDIER**

Avisbudet skal levere pakker på døren

Mediekonsernene Polaris Media, Schibsted og Amedia tar opp kampen med Posten, og etablerer landsdekkende distribusjonsnett.

Agenda

- Konsernet per 2. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Framtidsutsikter
- Vedlegg

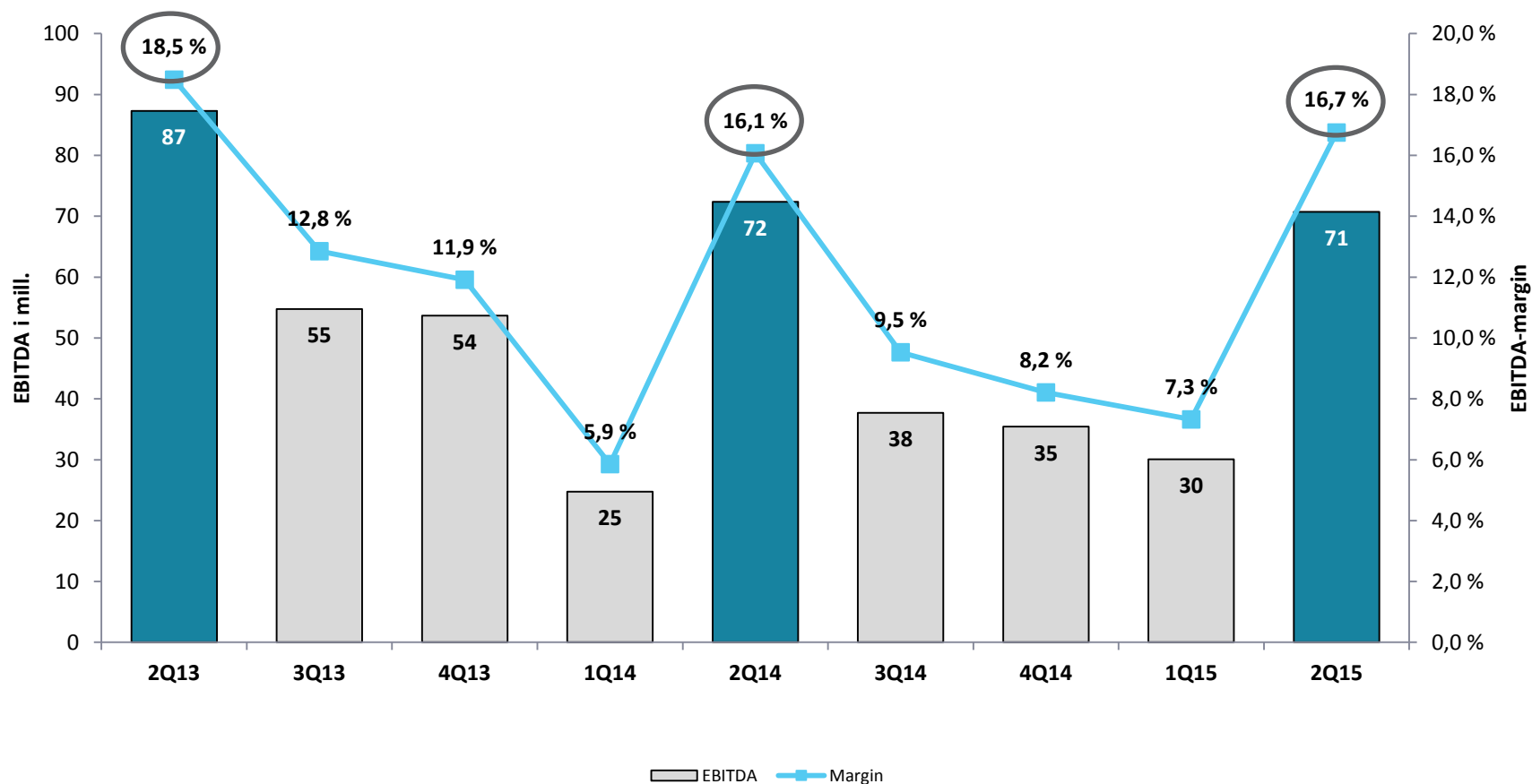
Sterkere nedgang i papirbaserte annonseinntekter i andre kvartal. Nedgangen kompenseres av digital vekst, vekst i brukerinntekter og kostnadsreduksjoner

2Q15 Faktisk	2Q14 Faktisk	Endring mill. 2Q14-2Q15	Polaris Media konsern NOK millioner	Per 2Q15 Faktisk	Per 2Q14 Faktisk	Endring mill. 2Q14-2Q15	Året 2014 Faktisk
422	450	-27,9	Driftsinntekter	833	873	-39,9	1700
368	393	24,2	Driftskostnader	761	801	39,8	1569
17	15	2,1	Resultat fra selskap etter EK-metoden (TS og FKV)	29	25	3,8	39
71	72	-1,6	EBITDA	101	97	3,7	170
16,7 %	16,1 %		<i>EBITDA-margin</i>	12,1 %	11,1 %		10,0 %
24	22	-2,3	Ordinære avskrivinger	49	44	-5,1	89
0	1	0,6	Nedskrivning	0	1	0,6	62
46	50	-3,4	EBIT	52	53	-0,8	19
0	0	0,0	Omstillingskostnader og avvikling ytelsespensjon	13	0	13,1	73
0	0	0,0	Gevinst ved salg av eiendom	0	0	0,1	36
-1	1	-1,8	Øvrige rente- og finansposter	-4	-2	-1,9	-8
46	51	-5,2	Resultat før skatt	61	50	10,4	120
7	8	1,3	Skattekostnad	8	5	-2,5	30
38	42	-3,9	Resultat etter skatt	53	45	7,9	90
0,79	0,85	-0,06	Resultat per aksje (kr)	1,08	0,91	0,17	1,86

Andre kvartal er det viktigste kvartalet resultatmessig

EBITDA per kvartal siste 2 år*

EBITDA i NOK millioner og EBITDA-margin i %

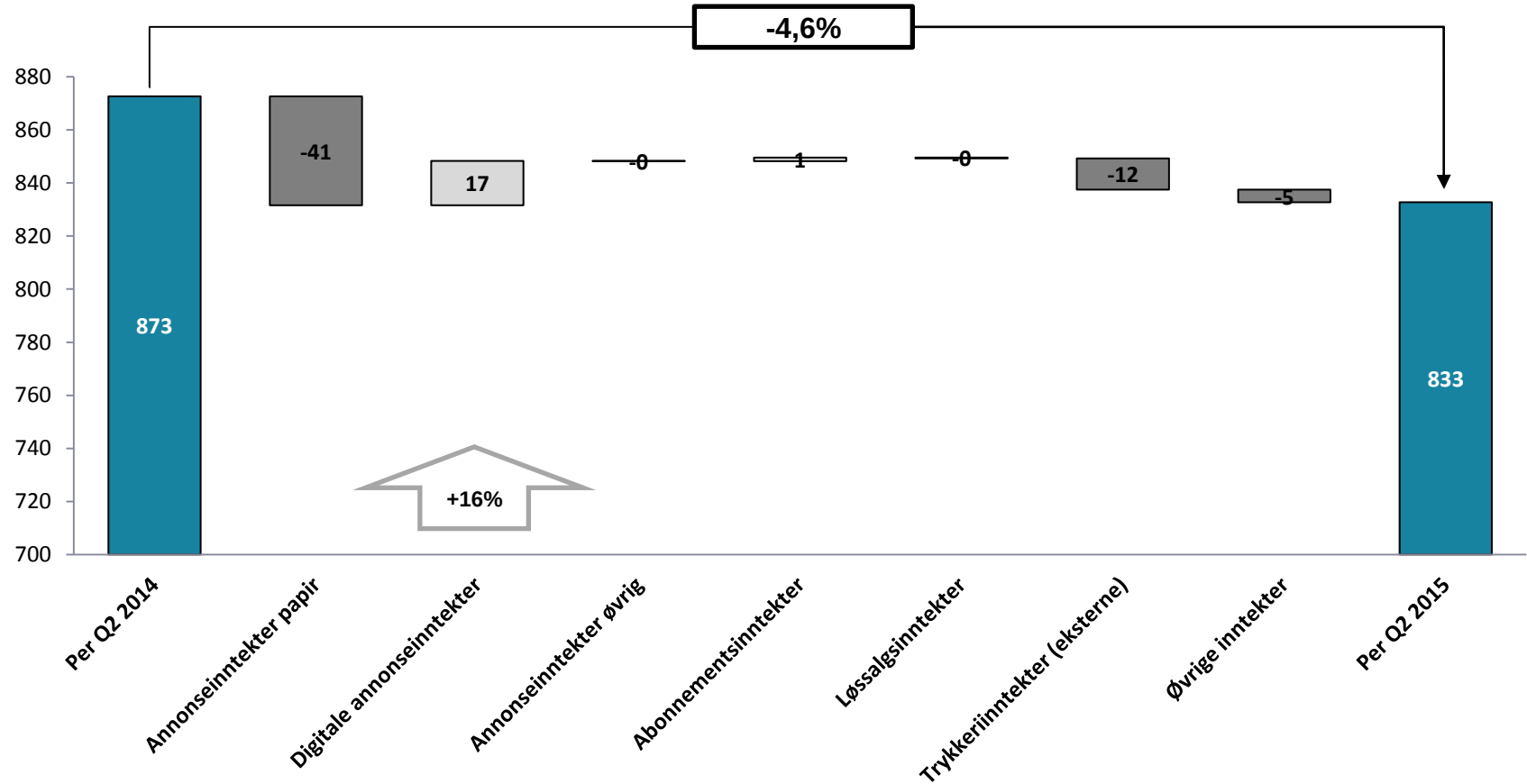


* Etter implementering av IFRS 11 Joint Arrangements blir felleskontrollert virksomhet konsolidert etter egenkapitalmetoden. Resultat fra felleskontrollert virksomhet og tilknyttede selskaper presenteres under drift som resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden og balanseverdiene presenteres som eierandel i tilknyttet selskap og felleskontrollert virksomhet under finansielle anleggsmidler. Utbytte fra selskaper etter egenkapitalmetoden presenteres under kontantstrømmer fra drift. Sammenligningstall for 2012 og 2013 er omarbeidet.

Fortsatt betydelig nedgang i annonseinntekter papir og trykk, men kompenseres delvis av digital vekst og vekst i brukerinntekter

Inntektsutvikling per 2. kvartal 2014 vs. 2015

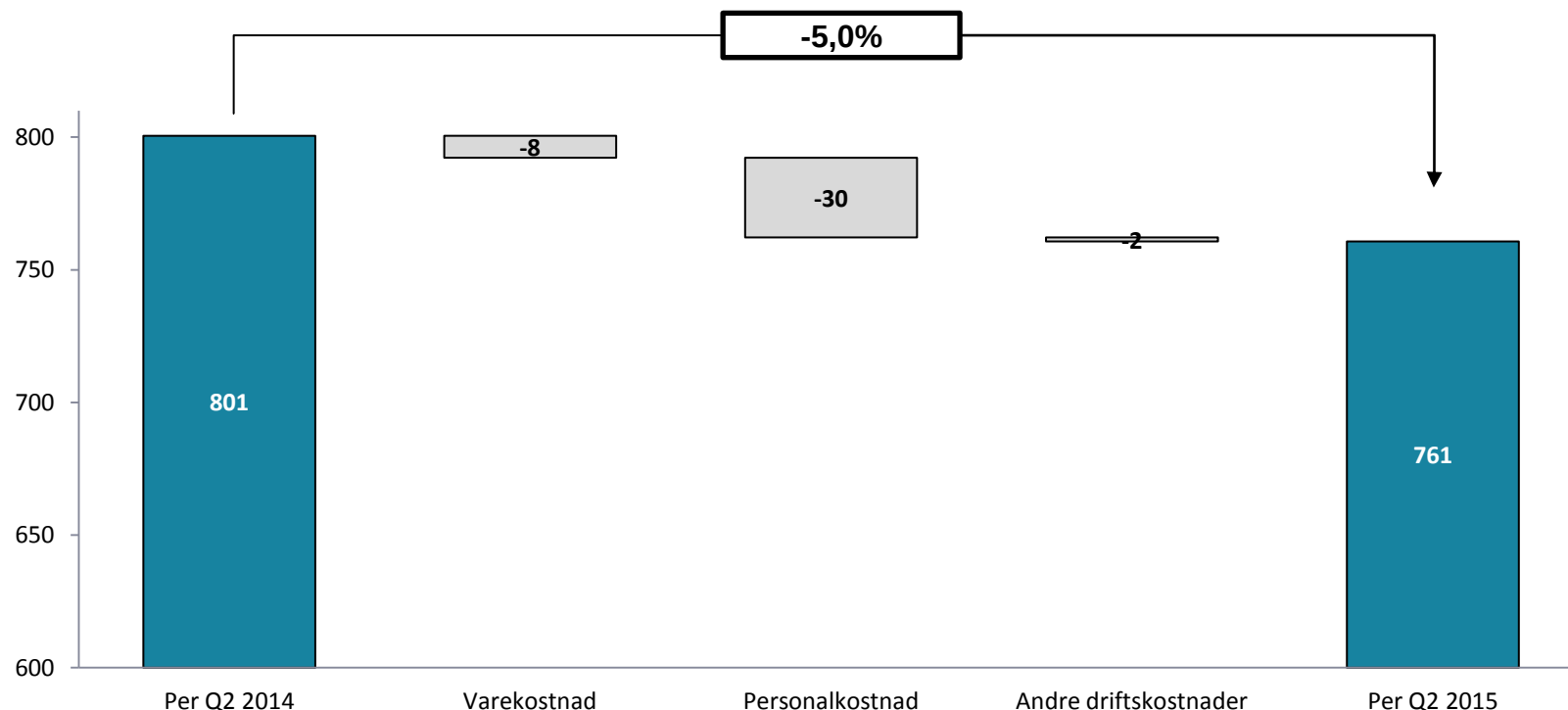
NOK millioner



Effektiviseringstiltak gjennomføres som planlagt. 40 mill. (5%) nedgang i driftskostnadene i første halvår.

Kostnadsutvikling per 2. kvartal 2014 vs. 2015

NOK millioner



Over 160 mill. i resultatforbedrende tiltak gjennomføres i 2015-2016:

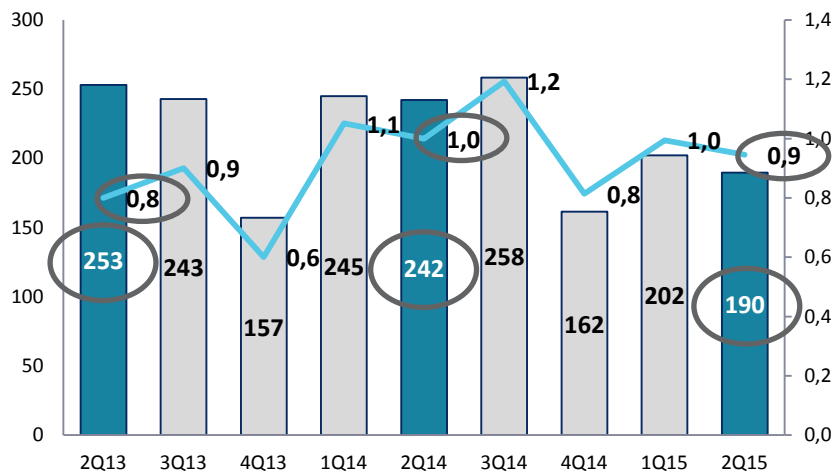
- Bemanningsreduksjoner og endring pensjonsordning
- Frekvensendringer
- Reduksjon trykk- og distribusjonskostnader
- Strukturelle endringer og samarbeidsløsninger
- Generell effektivisering

God underliggende vekst i operasjonell kontantstrøm som følge av bedre arbeidskapitalposisjon, mindre skatt og pensjonsutbetalinger. Utbytte fra Finn.no AS på 50 (90) mill.

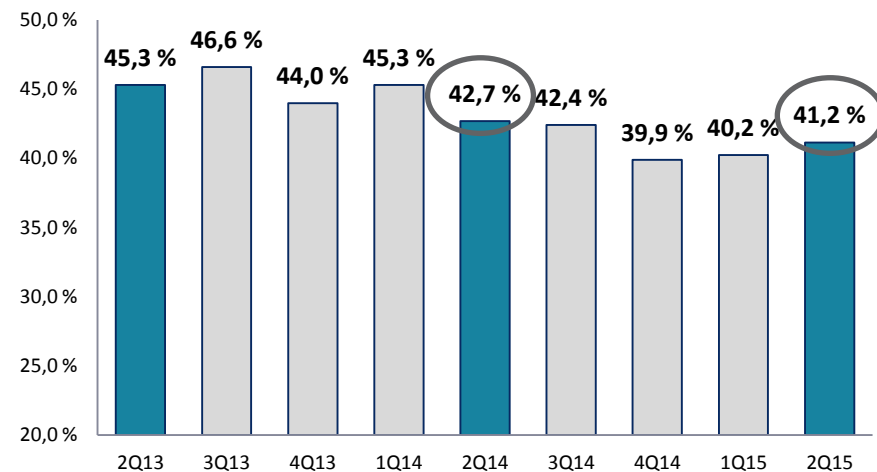
Kontantstrømoppstilling (Tall i 1.000 NOK)	2.kvartal 2015	2. kvartal 2014	Per 2. kvartal 2015	Per 2. kvartal 2014	Året 2014
Driftsresultat (EBITDA)	70,7	71,7	100,8	96,7	170,4
<i>Justert for</i>					
Betalt skatt	-1,4	-3,6	-4,5	-13,6	-14,3
Endring arbeidskapitalposter	-30,4	-29,3	-48,5	-61,7	-34,5
Pensjon	-4,8	-2,4	-9,4	-36,5	-42,9
Resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden	-16,8	-14,7	-28,7	-24,9	-38,9
Mottatt utbytte fra tilknyttede selskap	50,4	94,5	51,9	94,5	94,5
Netto kontantstrøm fra driftsaktiviteter	67,8	116,1	61,5	54,4	134,2
Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter					
Driftsinvesteringer	-13,3	-20,9	-32,6	-42,8	-79,5
Finansielle investeringer	-2,0	-5,0	-31,6	-5,5	1,0
Salg av datterselskap	0,0	0,0	0,0	0,0	40,5
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	-15,3	-25,9	-64,1	-48,3	-38,0
Kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter					
Opptak av lån	0,0	53,5	5,3	53,5	67,3
Nedbetaling av lån	-9,6	-8,5	-20,9	-17,1	-34,1
Netto finans	-2,3	-2,0	-5,9	-5,7	-12,3
Utbetalt utbytte	-48,9	-85,6	-48,9	-85,6	-85,6
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	-60,8	-42,7	-70,4	-54,9	-64,8
Endring i kontantbeholdning					
Kontantbeholdning ved periodens begynnelse	172,5	90,4	218,1	186,7	186,7
Kontantbeholdning nye selskap ved oppkjøp 01.01.	9,9	0,0	29,1	0,0	0,0
Netto kontantstrøm	-8,3	47,4	-73,0	-48,8	31,4
Kontantbeholdning ved periodens slutt	174,1	137,9	174,1	137,9	218,1
Kontanter knyttet til eiendeler holdt for salg	-1,1	1,7	-1,1	1,7	-1,1

Polaris Media har en god finansiell utviklingskraft

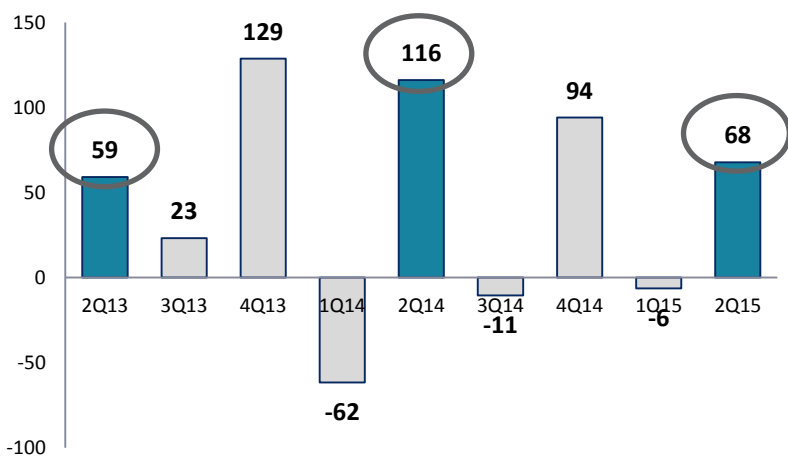
NIBD* – MNOK



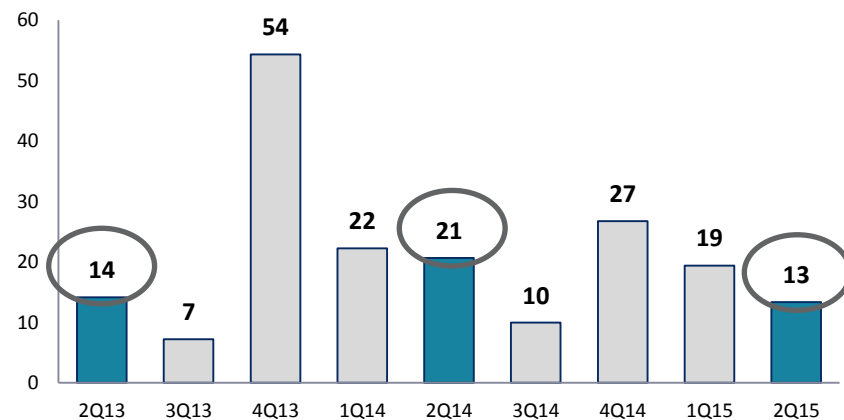
Egenkapitalandel** (%)



Kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter – MNOK



CAPEX - MNOK



* I henhold til definisjon i låneavtale med Sparebank 1 SMN

**I forbindelse med implementeringen av endringer i IAS19R fra og med regnskapsåret 2013, er det gjort en tilsvarende implementering av sammenligningstall for 2012

Agenda

- Konsernet per 2. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Framtidsutsikter
- Vedlegg

Fokus er å lykkes med betydelig vekst i digitale inntekter og brukerinntekter, samtidig som fortsatt effektivisering gjennomføres

Forventninger til resten av 2015:

Forsterket nedgang i annonseinntekter papir

Fortsatt god veksttakt digitale annonseinntekter

Stabilisering/vekst i samlede opplagsinntekter

Lønnsomheten i trykkerivirksomheten under press

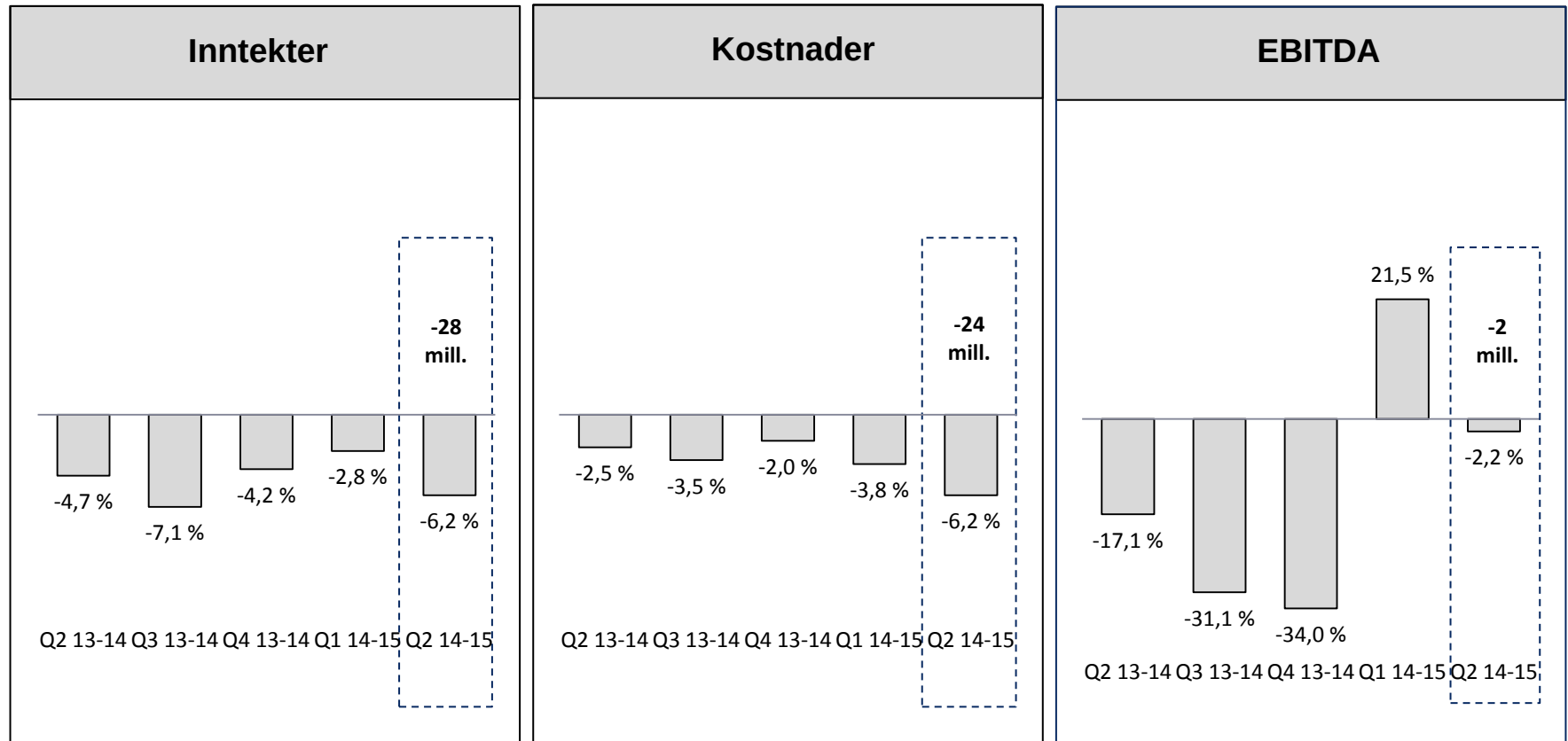
Over 160 mill. i resultatforbedrende tiltak gjennomføres i 2015-2016

Agenda

- Konsernet per 2. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Framtidsutsikter
- Vedlegg

Sterkere nedgang i papirbaserte annonseinntekter i andre kvartal. Nedgangen kompenseres av digital vekst, vekst i brukerinntekter og kostnadsreduksjoner

Relativ inntekts-, kostnads- og resultatutvikling per kvartal og akkumulert per kvartal



- 2. kv. 2015**
- Annonseinntekt papir ned 16,7%
 - Annonseinntekt digitalt opp 15,1%
 - Samlede brukerinntekter opp 0,8%
 - Trykkeriinntekter ned 11,0%

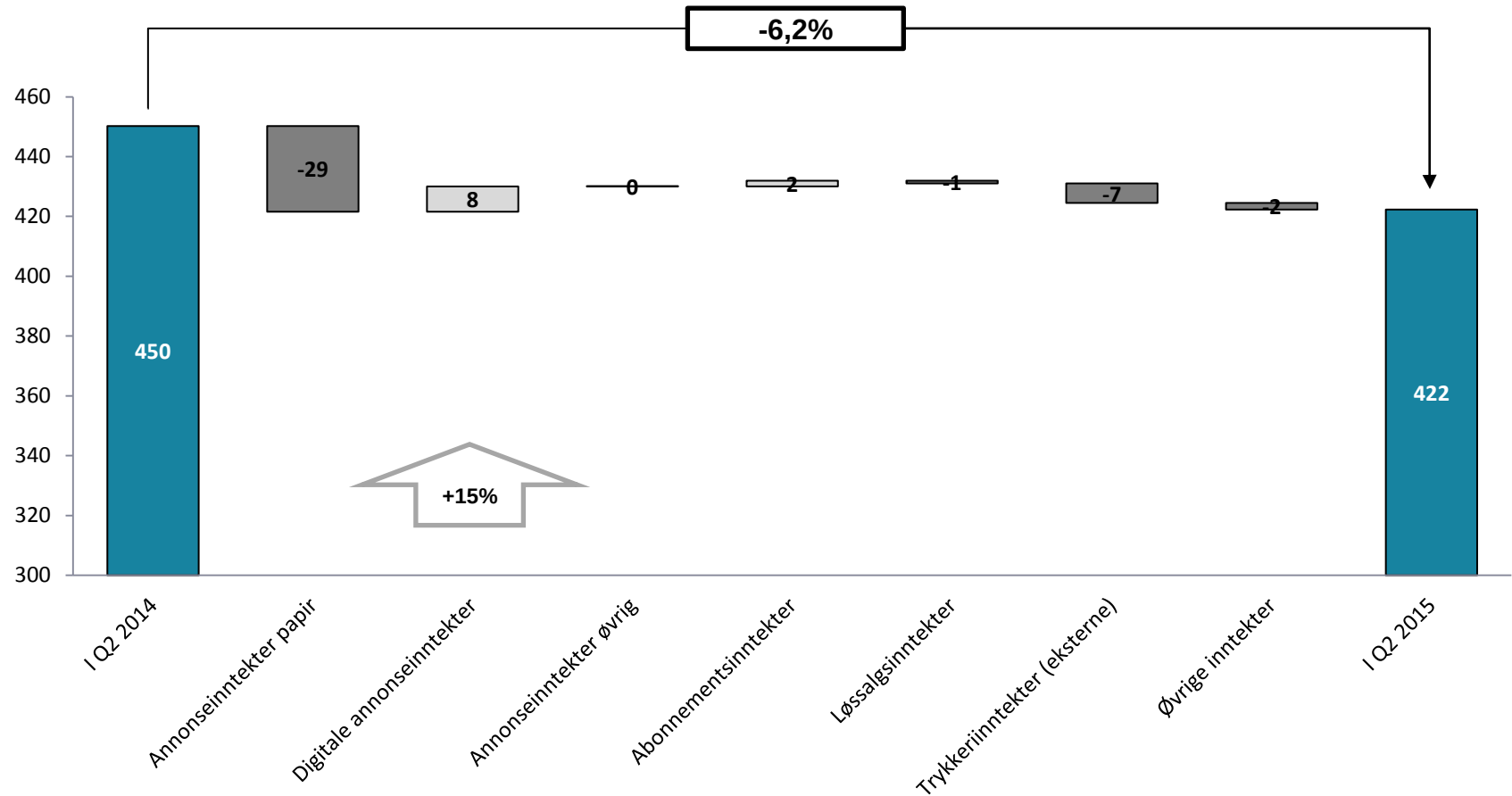
- Varekostnadene ned 7,8%
- Personalkostnadene ned 8,1%
- Andre driftskostnader ned 2,2%

- EBITDA ned til 71 (72) mill.
- EBITDA-margin på 16,7% (16,1%)
- 2,1 mill. økning i resultat fra TS/FKV

Samlet inntektsnedgang på 28 mill. (6,2%) i andre kvartal

Inntektsutvikling i 2. kvartal 2014 vs. 2015

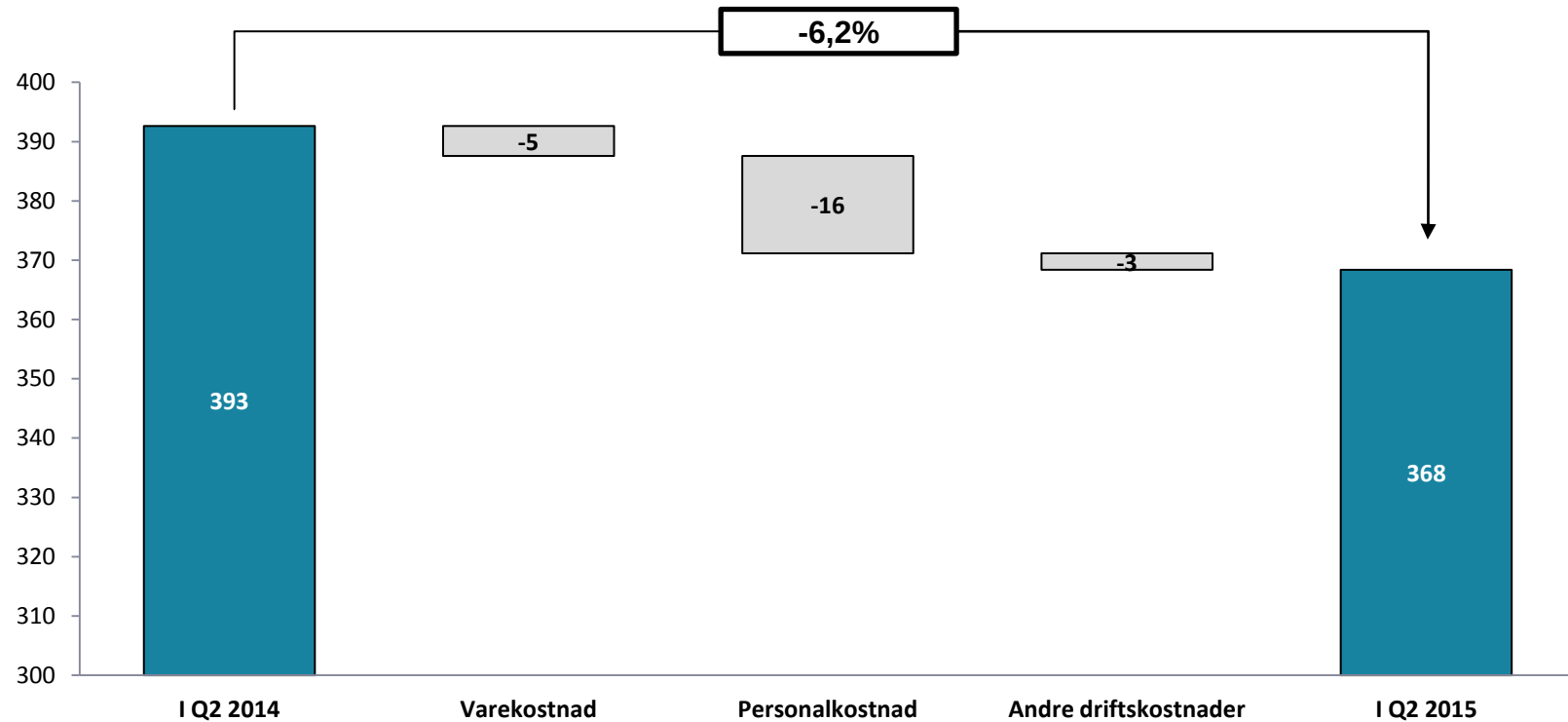
NOK millioner



25 mill. (6,2%) nedgang i driftskostnadene i andre kvartal.

Kostnadsutvikling i 2. kvartal 2014 vs. 2015

NOK millioner



Underliggende bemanningsreduksjon på 43 årsverk korrigert for effekten av nye mediehus

Oppkjøp av nye mediehus øker bemanningen i Adresseavisen Gruppen med 31 årsverk og med 11 årsverk i Polaris Media Nordvestlandet. Underliggende reduksjon i årsverk i 2015 er 43 årsverk.

Bemanningsutvikling faste årsverk (ekskl. avisbud)

