



POLARISMEDIA

Presentasjon av resultater 3. kvartal

Investorpresentasjon, 30. oktober 2014

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Per Olav Monseth

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Agenda

- Konsernet i 3. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

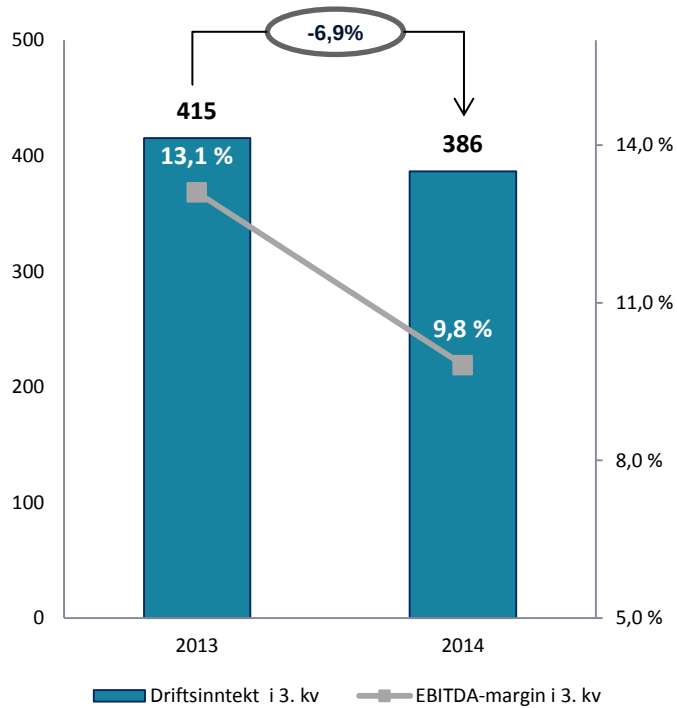
EBITDA i tredje kvartal på 42 (54) mill. og margin på 10,8% (13,1%). EBITDA per tredje kvartal på 138 (180) mill. og margin på 11,2% (13,8%)

- 19% nedgang i papirbaserte annonseinntekter, men måles mot sterkt tredje kvartal i fjor.
- 15% samlet digital inntektsvekst, med nær 150% vekst på mobil i tredje kvartal.
- Flere mediehus lykkes meget godt med digital omstilling og har vekst i topplinjen.
- Ny presse i Trondheim i kommersiell produksjon 27. august. Gir nye effektiviserings- og inntektsmuligheter.
- Konsernet gjennomfører kostnadstiltak i 2014-2016 med effekt på omtrent 260 mill.
- Nedskrivninger av goodwill i Harstad Tidende Gruppen på 60 mill.

Sterk nedgang i papirbaserte inntekter i mediehusene og Polaris Trykk trekker ned inntektene og resultatene i 3. kvartal

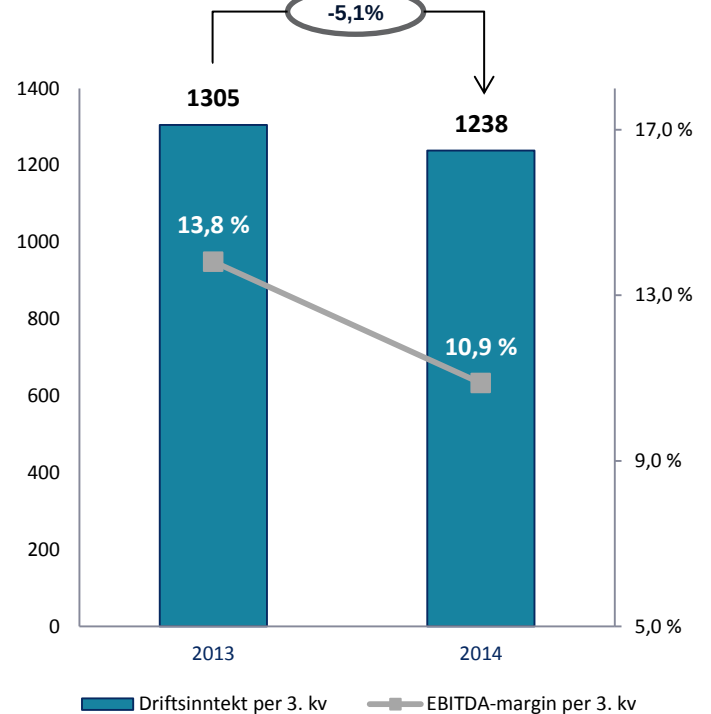
Driftsinntekter og EBITDA i 3. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



Driftsinntekter og EBITDA i 3. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



EBITDA i 3. kvartal:

54

38

EBITDA per 3. kvartal:

180

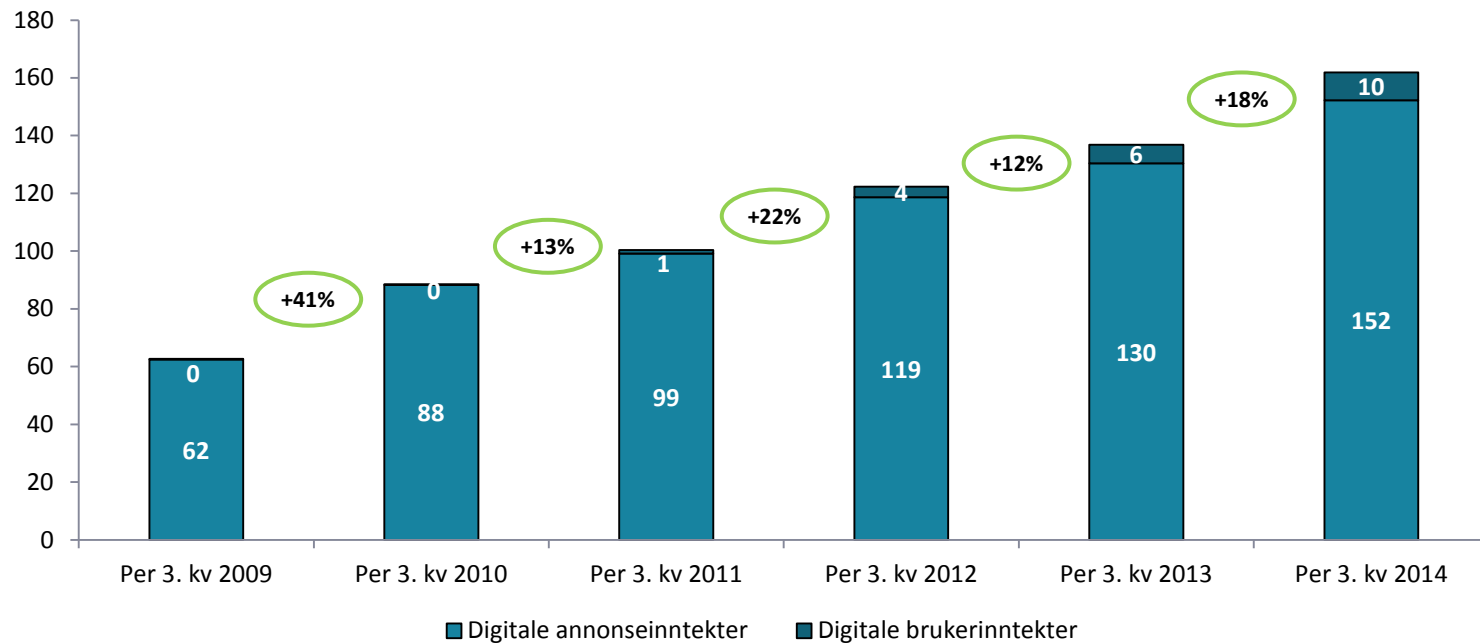
135

18% vekst i digitale inntekter per 3. kvartal, 15% i 3. kvartal

Digitale inntekter

Per 3. kvartal 2009-2014, inntekter i NOK millioner

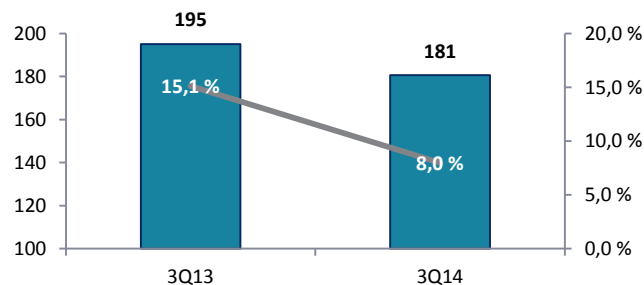
 Vekst mot fjoråret



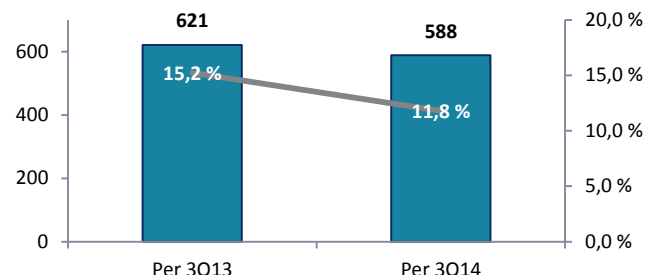
Mediehusene: EBITDA 21 (36) mill. Per 3. kvartal EBITDA 90 (126) mill.

Adresseavisen Gruppen

Driftsinntekt og EBITDA-margin i 3. kvartal
Mill. kroner



Driftsinntekt og EBITDA-margin per 3. kvartal
Mill. kroner



EBITDA¹⁾:

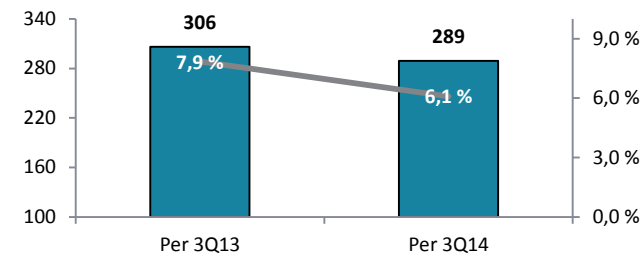
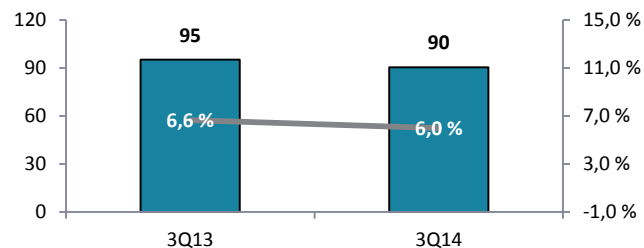
30

14

94

69

Polaris Media Nordvestlandet



EBITDA:

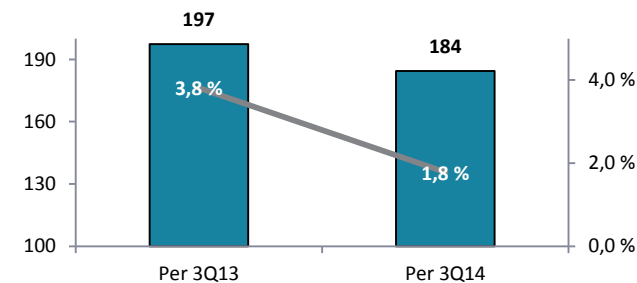
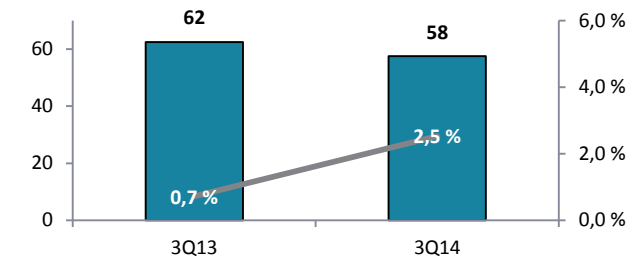
6

5

24

18

Harstad Tidende Gruppen



EBITDA²⁾:

0

1

8

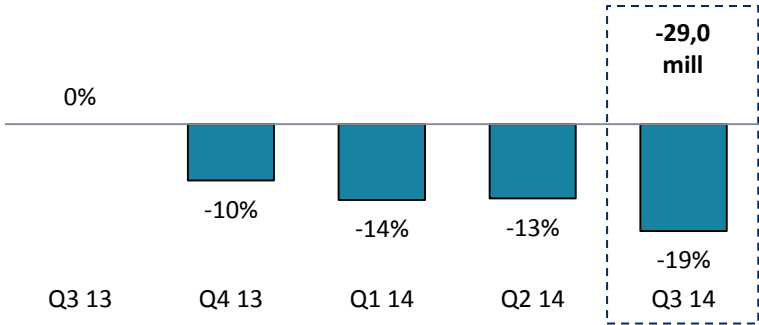
3

¹⁾Herav eierandel Finn.no 11 (13) mill. i 3. kvartal og 35 (37) mill. per 3. kvartal.

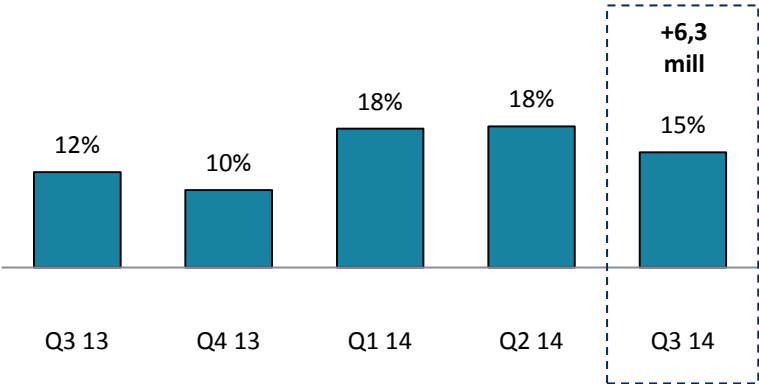
²⁾Herav eierandel Avisa-Nordland 1 (0) mill. i 3. kvartal og 1 (3) mill. per 3. kvartal.

15% digital annonseinntektsvekst i 3. kvartal, men 19% nedgang i papirbaserte annonseinntekter gir 12% samlet inntektssvikt i 3. kvartal

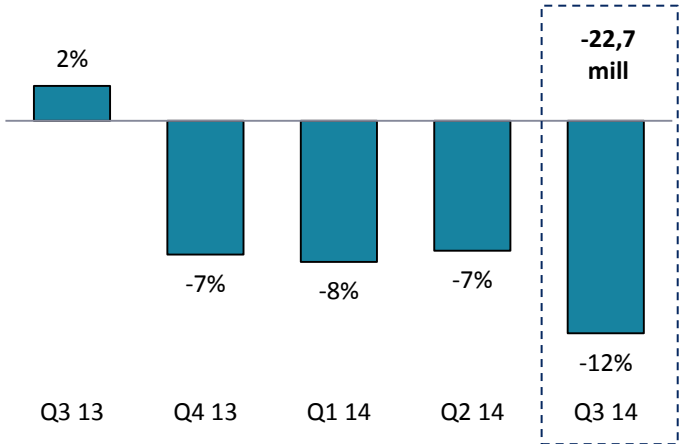
Relativ utvikling i annonseinntekter fra samme kvartal året før (papir)



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



Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra samme periode året før:

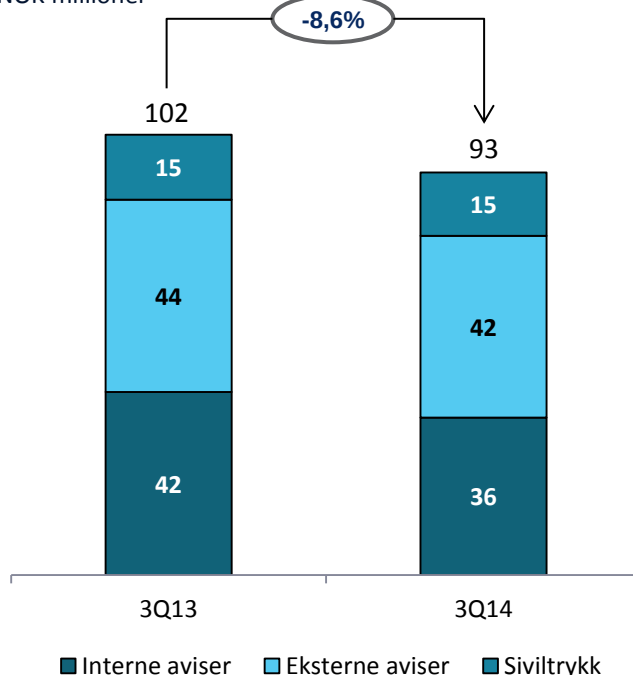


Svakere resultat i Polaris Trykk som følge av generell nedgang i avisvolum.

Posisjonen innen siviltrykk styrkes

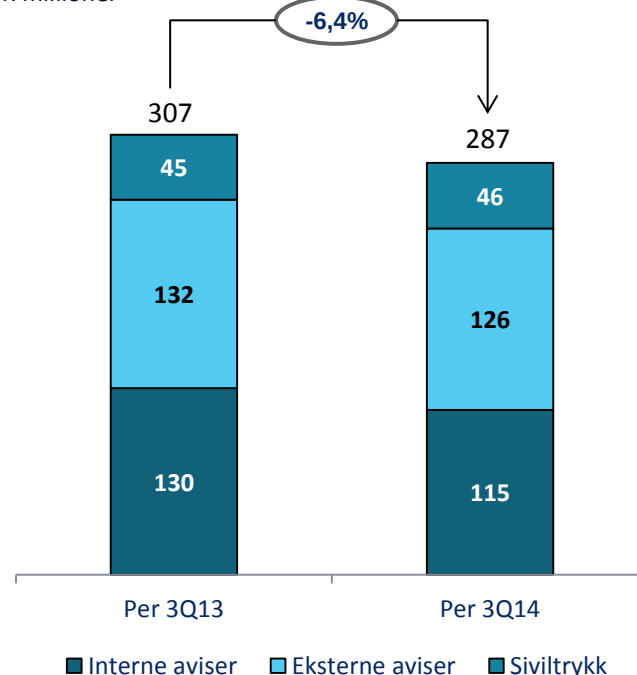
Trykkeriinntekter Polaris Trykk i 3. kvartal

NOK millioner



Trykkeriinntekter Polaris Trykk per 3. kvartal

NOK millioner



EBITDA:

27

26

79

69

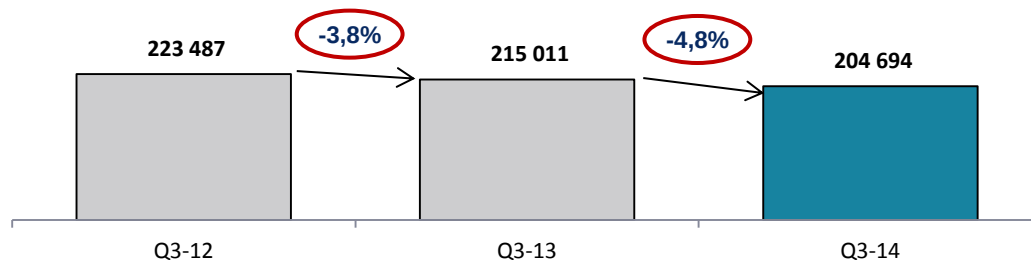
- Inntektene svekkes av redusert avisvolum og bortfall av bilagsproduksjoner
- Fortsatt effektivisering og nye inntekter i siviltrykkmarkedet kompenserer noe for svikt fra avisene
- Installering av nye presse til Polaris Trykk Trondheim er gjennomført som planlagt, men har bidratt til noe svekket resultat i 3. kvartal. Vil gi nye inntekts- og effektiviseringsmuligheter i trykk og distribusjon

Samlet brukerposisjon styrkes som følge av sterk vekst på mobil

 Vekst mot fjoråret
 Nedgang mot fjoråret

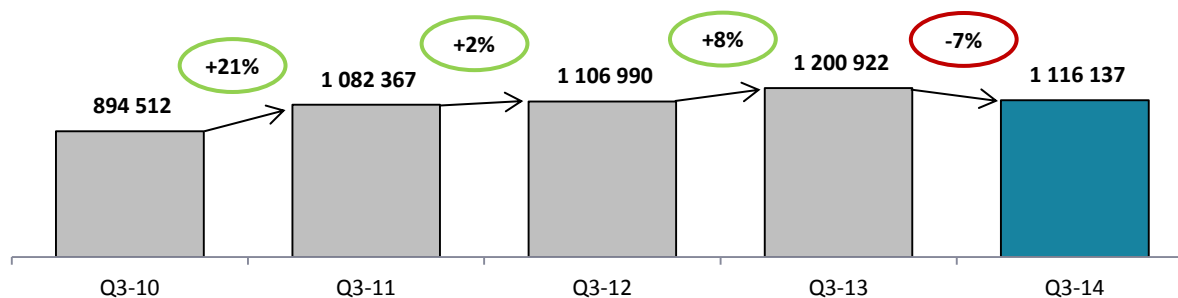
Opplagsnedgang

Historiske opplagstall per 3. kvartal



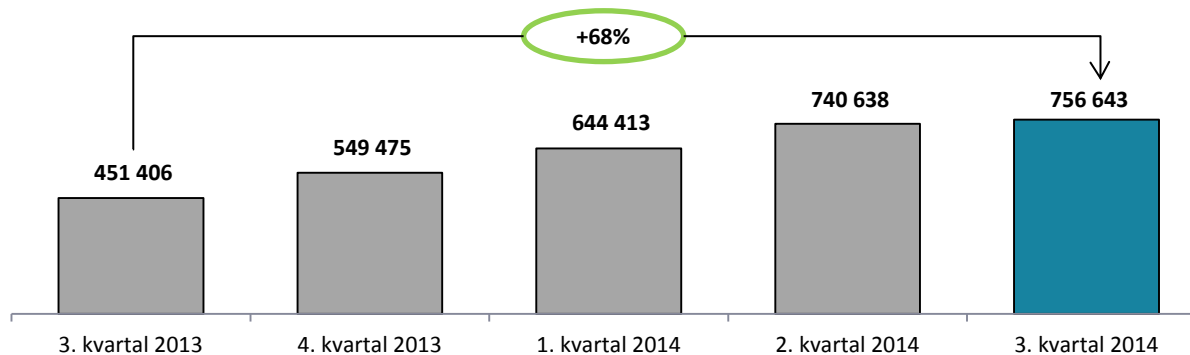
Vekst i ukentlige unike nettbrukere i Polaris Media

Snitt ukentlige brukere i 3. kvartal 2010-2014, målt brutto antall brukere



Sterk trafikkvekst på konsernets mobilsider

Brutto unike ukentlige brukere, snitt fra 3. kvartal 2013 til 3. kvartal 2014

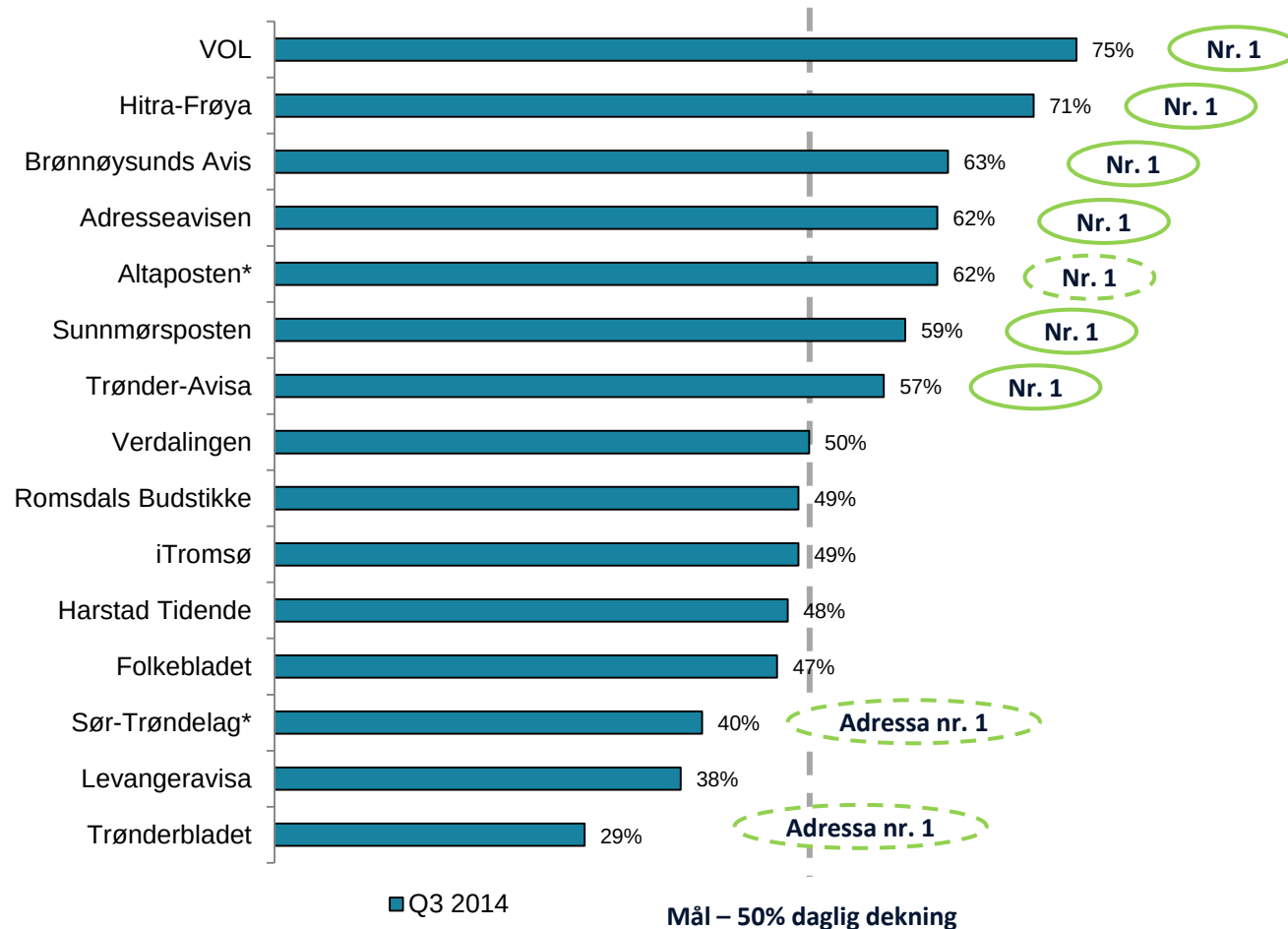


Mediehusene i PM har styrket sine digitale posisjoner betydelig, og etablert sterke lokale nr. 1-posisjoner

6 av 13 målte mediehus har lokal nr. 1-posisjon målt i daglig dekning, i tillegg til Altaposten som tidligere er målt som nr. 1

Norfakta, 3. kvartal 2014, sortert etter daglig dekning

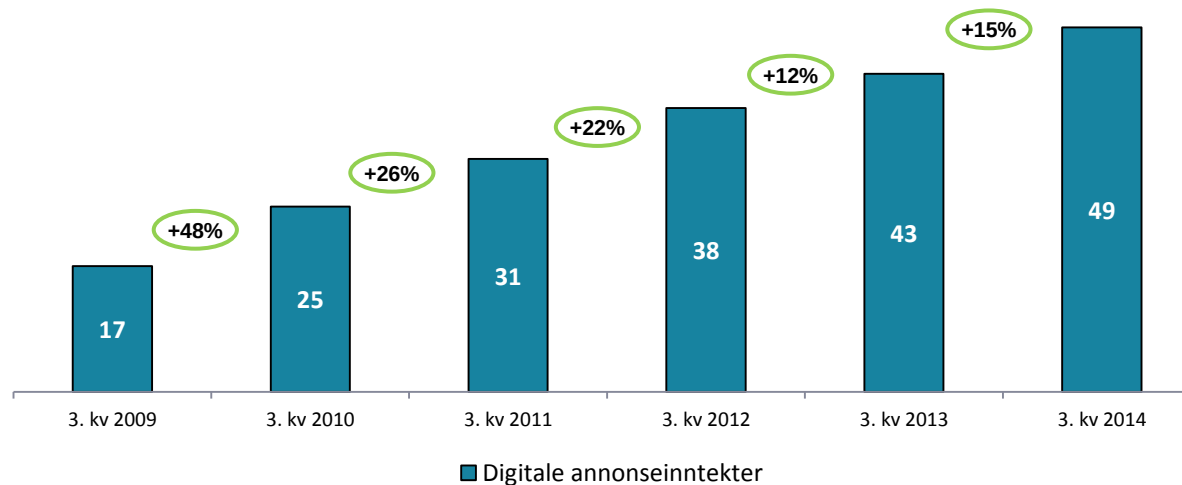
*Altaposten og Sør-Trøndelag målt i tidligere gjennomføringer



15% vekst i digitale annonseinntekter, og nær 150% vekst i annonseinntekter på mobil i 3. kvartal

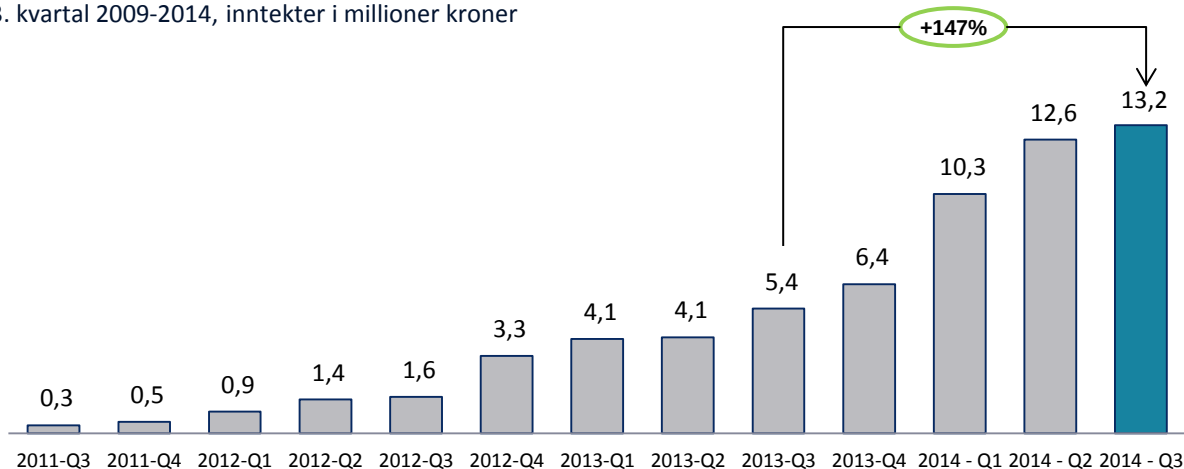
Digitale annonseinntekter – Polaris Media

3. kvartal 2009-2014, inntekter i millioner kroner



Utvikling i mobilinntekter Polaris Media, per kvartal

3. kvartal 2009-2014, inntekter i millioner kroner



Digitalt hovedfokus i mediehusene. Spesielle satsninger på *betalt innhold, mobil, levende bilder, big data og sosiale medier*

Våre mediehusstrategier tar utgangspunkt i våre styrker:

- Sterke merkevarer
- Lokalt ledende
- Godt og unikt innhold
- Sterk relasjon til lesere og annonsører
- Innarbeidede markeds plasser



Spesielle satsninger:



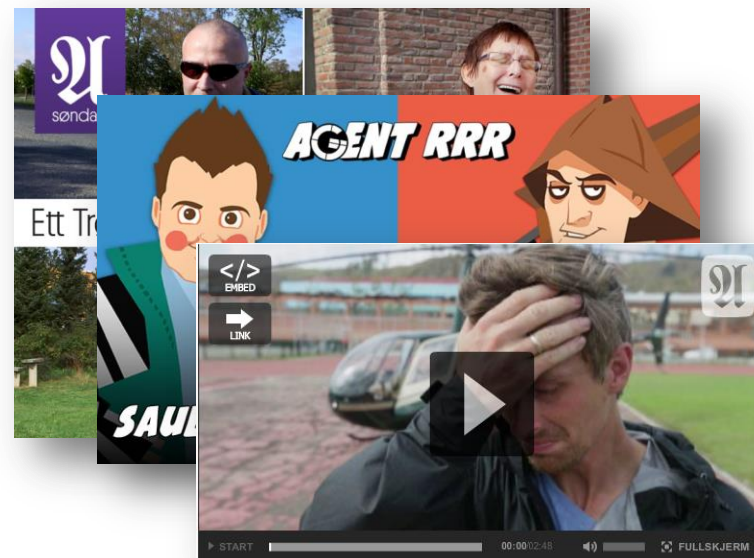
Utvikler fremtidens mediehus

Nøkkelpunkter for fremtidens mediehus:

- Hyppigere publisering – tilpasset leservaner
- Digital kompetanse i alle ledd
- Alle produserer digitalt innhold
- Alle kan lage videoinnhold
- Papiravis en konsekvens av digitale saker gjennom døgnet
- Selgerne er digitale rådgivere i alle kanaler og produkter
- Kjenner våre brukere – tilbyr personaliserte opplevelser og annonser

Eksempel:

Adresseavisen



- Klart ledende digitalt i sitt område
- Lansert Adressa Pluss, Adressa Søndag og digitalisert abonnementsmassen
- Sterk på live-dekning, web-TV og lager egne serier
- Bruker data til personalisering og salg

Utvikler fremtidens mediehus

Nøkkelpunkter for fremtidens mediehus:

- Hyppigere publisering – tilpasset leservaner
- Digital kompetanse i alle ledd
- Alle produserer digitalt innhold
- Alle kan lage videoinnhold
- Papiravis en konsekvens av digitale saker gjennom døgnet
- Selgerne er digitale rådgivere i alle kanaler og produkter
- Kjenner våre brukere – tilbyr personaliserte opplevelser og annonser

Eksempel:



- Prisvinnende på digital fortellerteknikk
- Bygger digital salgskompetanse og nye kommersielle produkter
- Sterk digital vekst, og har inntatt nr.1-posisjonen i Ålesund i 2014

Utvikler fremtidens mediehus

Nøkkelpunkter for fremtidens mediehus:

- Hyppigere publisering – tilpasset leservaner
- Digital kompetanse i alle ledd
- Alle produserer digitalt innhold
- Alle kan lage videoinnhold
- Papiravis en konsekvens av digitale saker gjennom døgnet
- Selgerne er digitale rådgivere i alle kanaler og produkter
- Kjenner våre brukere – tilbyr personaliserte opplevelser og annonser

Eksempel:



- Økt digital publisering av tekst og video
- Rendyrket «digitalt først»-tankesett
- Gått fra nr. 3-posisjon til å kjempe om nr. 1-posisjonen i Tromsø
- Utvikler superlokale tjenester og nye kommersielle produkter - topplinjevekst drevet av 170% vekst i digitale annonseinntekter

Utvikler fremtidens mediehus

Nøkkelpunkter for fremtidens mediehus:

- Hyppigere publisering – tilpasset leservaner
- Digital kompetanse i alle ledd
- Alle produserer digitalt innhold
- Alle kan lage videoinnhold
- Papiravis en konsekvens av digitale saker gjennom døgnet
- Selgerne er digitale rådgivere i alle kanaler og produkter
- Kjenner våre brukere – tilbyr personaliserte opplevelser og annonser

Eksempel:



- Meget sterk dekning i lokalmiljøet – soleklar nr. 1-posisjon
- Fokus på å bygge lokale tjenester – redaksjonelt og kommersielt
- Svært høy digital annonseandel

Agenda

- Konsernet i 3. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

Betydelige kostnadsreduksjoner kompenserer ikke for hele inntektsfallet.

Nedskrivninger av goodwill i HTG trekker ned resultatet

3Q14 Faktisk	3Q13 Faktisk	Endring mill. 3Q13-3Q14	Polaris Media konsern Mill kr	Per 3Q14 Faktisk	Per 3Q13 Faktisk	Endring mill. 3Q13-3Q14	Året 2013 Faktisk
386	415	-28,8	Driftsinntekter	1238	1305	-67,0	1745
358	370	12,6	Driftskostnader	1137	1164	26,4	1562
9	9	-0,2	Resultat fra selskap etter EK-metoden (TS og FKV)*	34	39	-5,0	51
38	54	-16,5	EBITDA	135	180	-45,6	234
9,8 %	13,1 %		EBITDA-margin	10,9 %	13,8 %		13,4 %
22	26	3,2	Ordinære avskrivninger	66	76	9,8	102
60	0	-59,9	Nedskrivning	61	0	-60,4	2
-45	29	-73,2	EBIT	8	104	-96,2	130
-3	-4	0,5	Øvrige rente- og finansposter	-6	-11	5,3	-15
-48	25	-72,7	Resultat før skatt	2	93	-90,9	116
1	4	3,5	Skattekostnad	6	15	8,6	19
-49	20	-69,1	Resultat etter skatt	-4	78	-82,3	97
-1,00	0,42	-1,42	Resultat per aksje (kr)	-0,09	1,60	-1,69	1,98

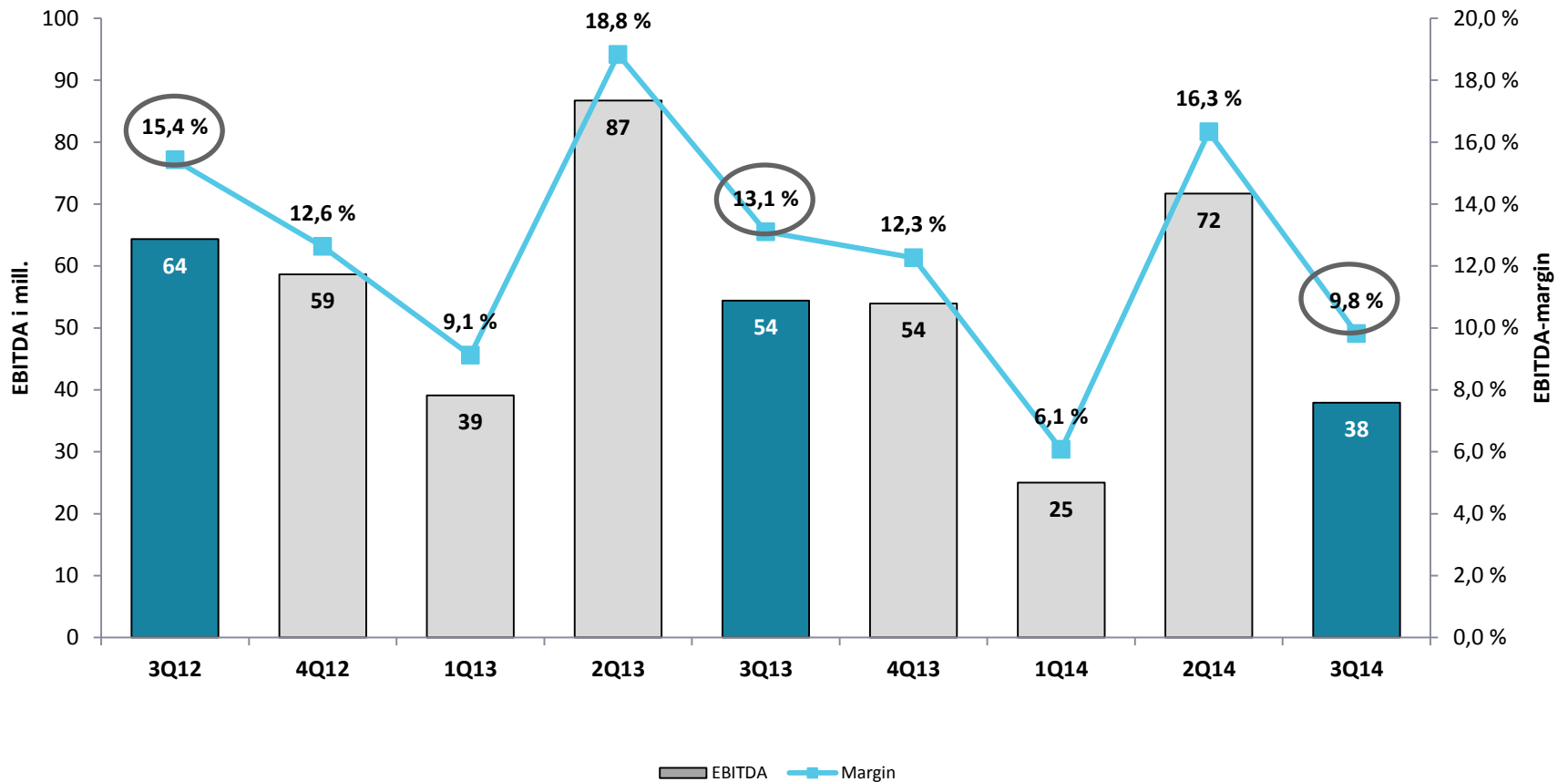
*Etter implementering av IFRS 11 Joint Arrangements blir felleskontrollert virksomhet konsolidert etter egenkapitalmetoden. Resultat fra felleskontrollert virksomhet og tilknyttede selskaper presenteres under drift som resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden. Sammenligningstall for 2013 er omarbeidet.

Selskapene består i hovedsak av Finn.no, Avisa Nordland, Hitra-Frøya, Levanger-Avisa og Nr. 1 Adressa-Trykk Orkanger. Goodwill i Levangeravisa AS er per 30.9.2014 nedskrevet med 3,8 mill.

Kostnadsreduksjoner bidrar til fortsatt god driftsmargin og Polaris Media gjør det bra sammenlignet med andre mediekonsern

EBITDA per kvartal siste 2 år*

EBITDA i mill. ekskl. engangseffekter og EBITDA-margin i %

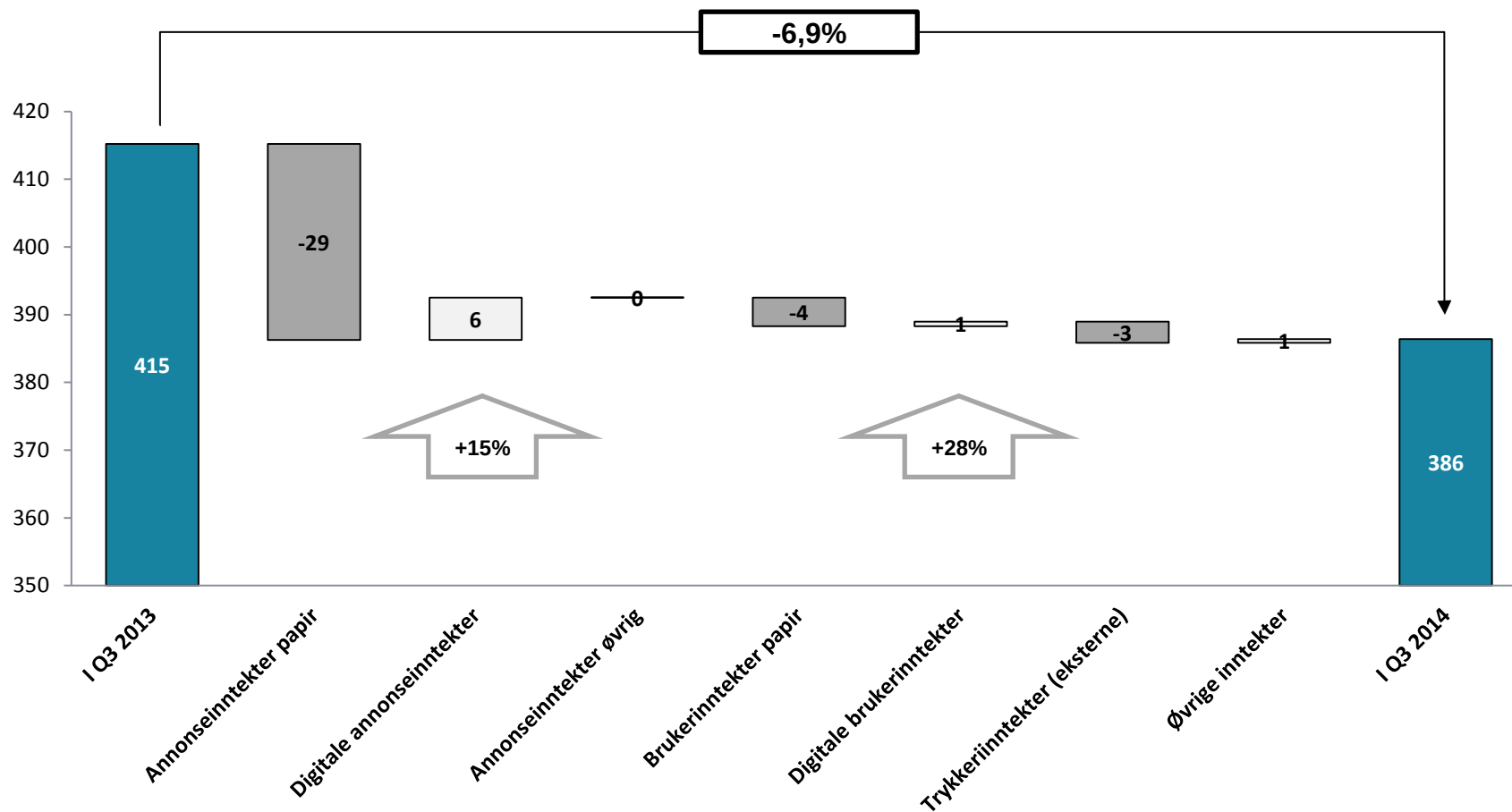


* Etter implementering av IFRS 11 Joint Arrangements blir felleskontrollert virksomhet konsolidert etter egenkapitalmetoden. Resultat fra felleskontrollert virksomhet og tilknyttede selskaper presenteres under drift som resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden og balanseverdiene presenteres som 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.

I 3. kvartal var samlet inntektssvikt 29 mill.; papir svikter 36 mill., digitalt vokser 7 mill.

Inntektsutvikling i 3. kvartal 2013 vs. 2014

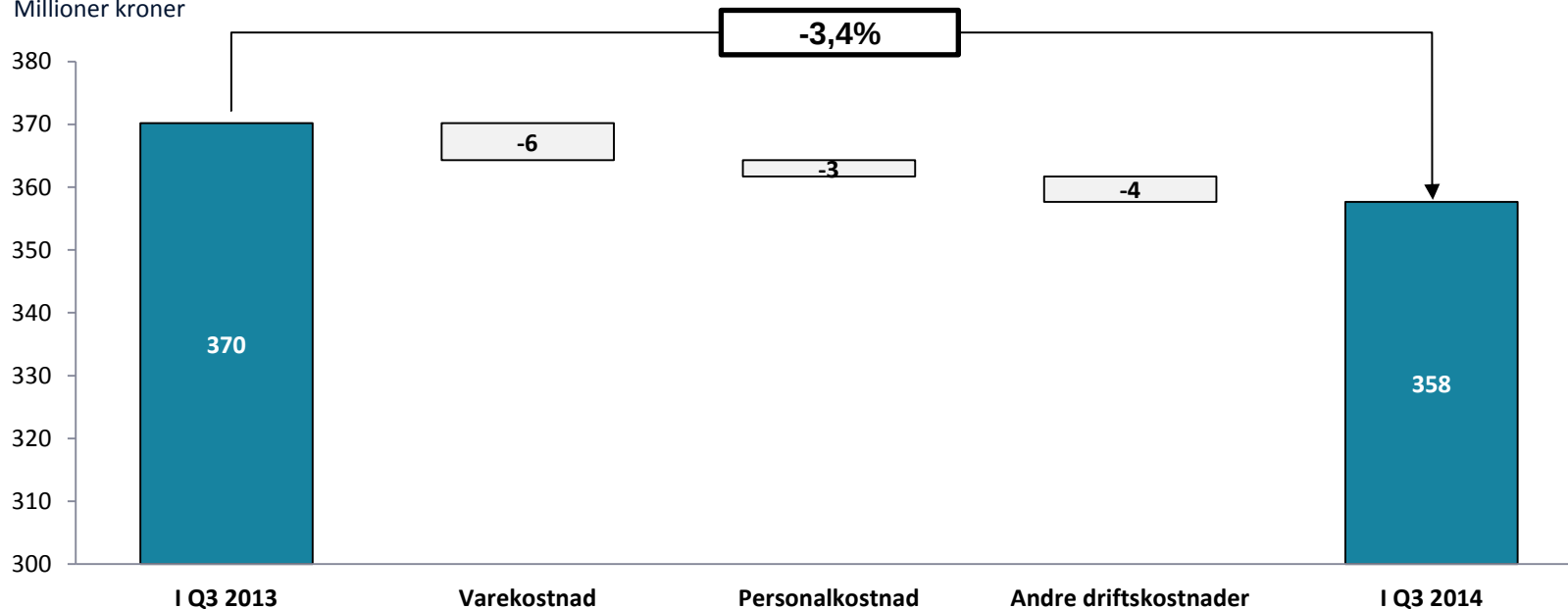
Millioner kroner



Prosjekt 2015 gjennomføres som planlagt. 13 mill. (3,4%) nedgang i driftskostnadene i 3. kvartal.

Kostnadsutvikling i 3. kvartal 2013 vs. 2014

Millioner kroner

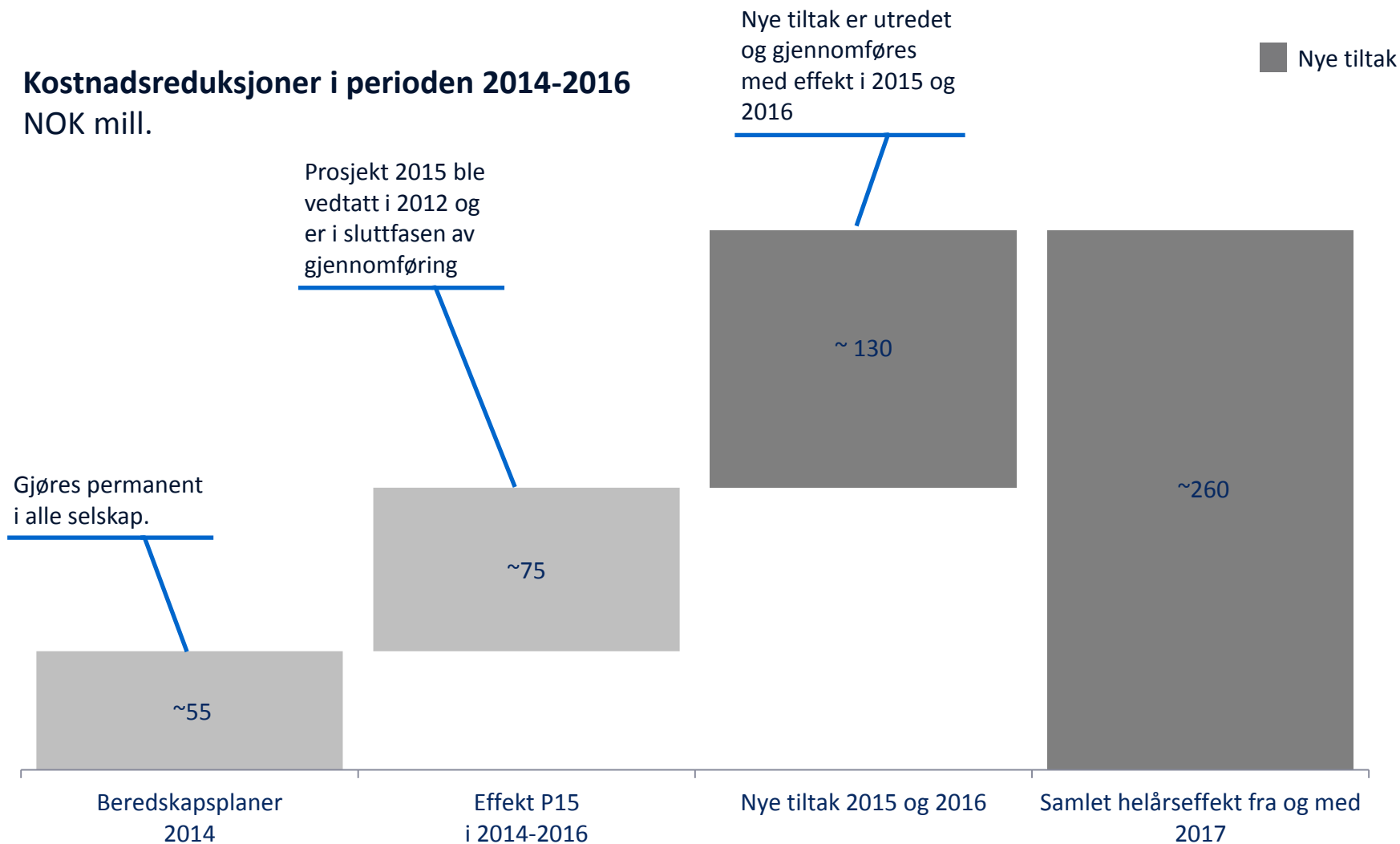


Realiseringen av forbedringsprogrammet P15 gjennomføres etter planen:

- 95 årsverk redusert som følge av P15, herav ~11 årsverk i 3. kvartal 2014
- Akkumulert effekt av P15 på 96 mill. per 3. kvartal av samlede kostnadsreduksjoner på 135 mill. i Prosjekt 2015.
- Effekt P15 i 3. kvartal 2014 på 16 mill.

Nye effektiviseringstiltak gjennomføres

Kostnadsreduksjoner i perioden 2014-2016 NOK mill.

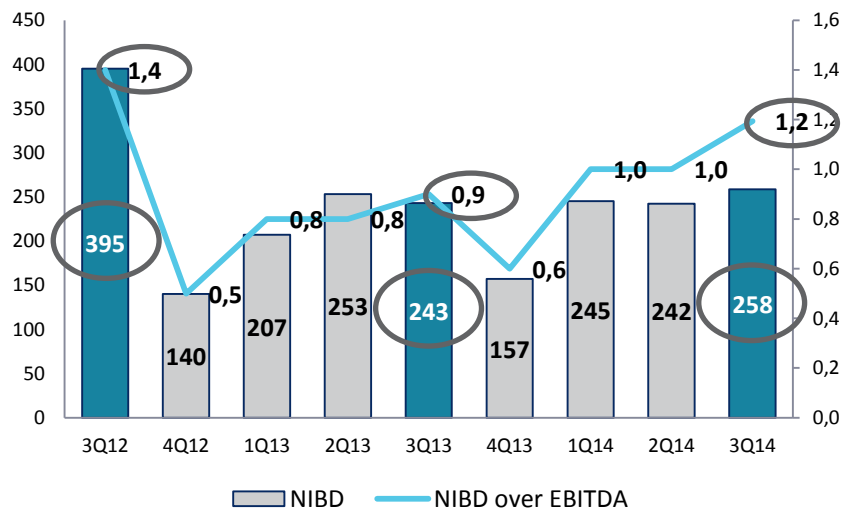


Svekket kontantstrøm som følge av svakere resultater og arbeidskapitalposter i 3. kvartal

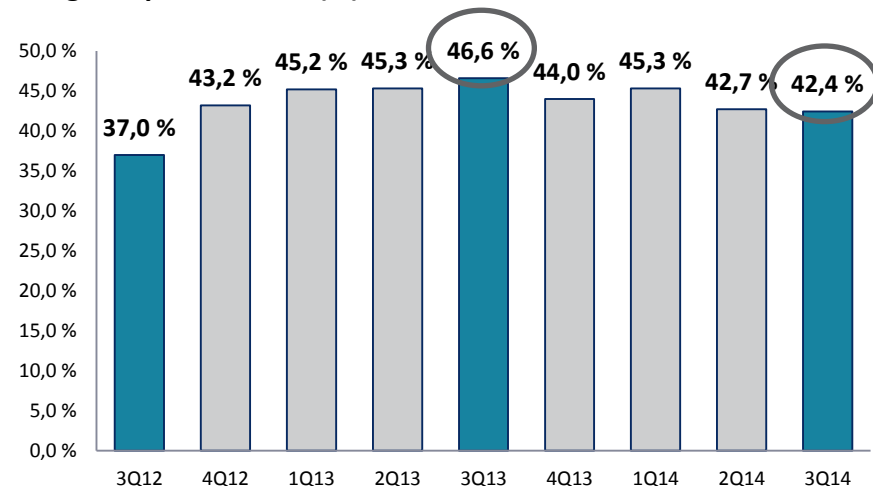
Kontantstrømoppstilling (Tall i 1.000 NOK)	3.kvartal 2014	3. kvartal 2013	Per 3. kvartal 2014	Per 3. kvartal 2013	Året 2013
Driftsresultat (EBITDA) ¹⁾	37,9	54,4	134,6	180,2 ¹⁾	234,2
<i>Justert for</i>					
Betalt skatt	0,0	0,0	-13,6	-19,8	-24,6
Endring arbeidskapitalposter	-43,4	-14,8	-105,1	-82,5	18,9
Pensjon	4,2	-7,0	-32,3	-39,0	-45,4
Resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden	¹⁾ -9,2	-9,4	-34,1	-39,1	-51,3
Mottatt utbytte fra tilknyttede selskap	²⁾ 0,0	-0,1	94,5	32,9	33,4
Netto kontantstrøm fra driftsaktiviteter	-10,5	23,2	44,0	32,6	165,1
Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter					
Driftsinvesteringer	-10,0	-7,2	-52,8	-37,3	-91,6
Finansielle investeringer	8,4	0,0	3,0	-0,8	-13,0
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	-1,6	-7,2	-49,8	-38,1	-104,6
Kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter					
Opptak av lån	³⁾ 0,0	0,0	53,5	0,0	0,0
Nedbetaling av lån	-8,5	-18,5	-25,6	-55,5	-73,9
Netto finans	⁴⁾ -3,4	-5,9	-9,1	-13,9	3,2
Utbetalt utbytte	0,0	0,0	-85,6	-85,6	-85,6
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	-11,9	-24,4	-66,8	-155,0	-156,3
Endring i kontantbeholdning					
Kontantbeholdning ved periodens begynnelse	137,9	131,3	186,7	282,4	282,4
Netto kontantstrøm	-23,9	-9,3	-72,7	-160,5	-95,8
Kontantbeholdning ved periodens slutt ⁵⁾	114,0	121,9	114,0	121,9	186,7
Kontanter knyttet til eiendeler holdt for salg	2,2	2,0	2,2	2,0	3,1

Finansiell posisjon er god

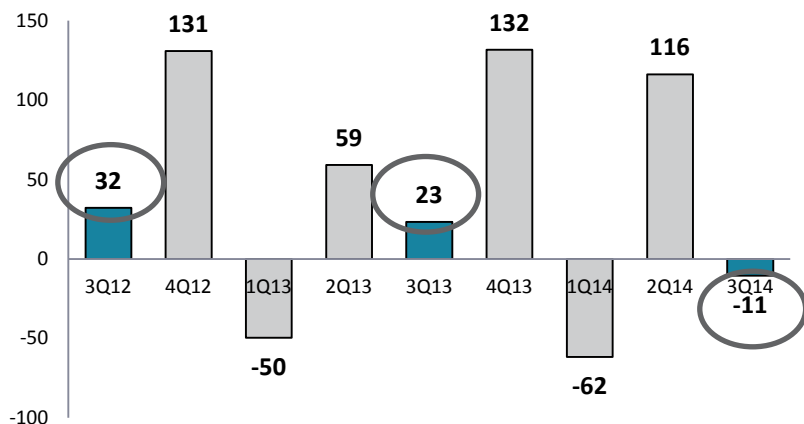
NIBD* – MNOK



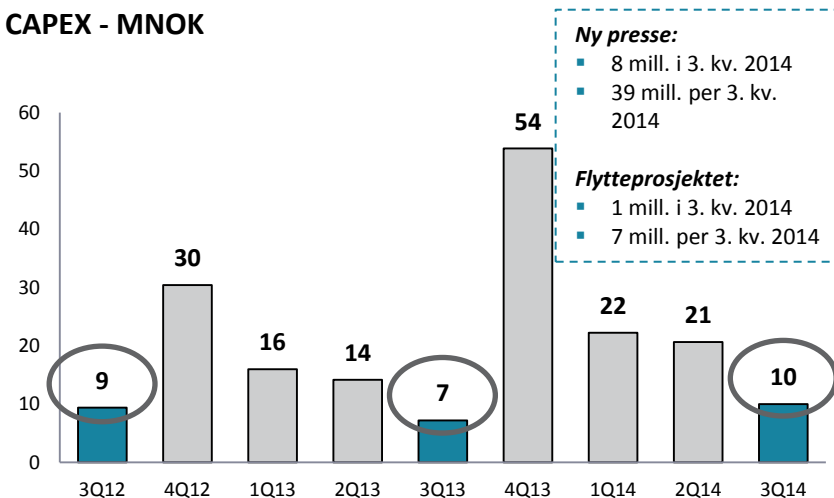
Egenkapitalandel** (%)



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 i 3. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

Fokus er å lykkes med betydelig vekst i digitale inntekter, samtidig som kontinuerlig effektivisering gjennomføres

Forventninger til 2014 og 2015:

Annonseinntekter fra papiravis vil fortsette å svekke seg

Økt veksttakt i digitale annonseinntekter

Svak nedgang i samlede brukerinntekter

Lønnsomheten i trykkerivirksomheten under press

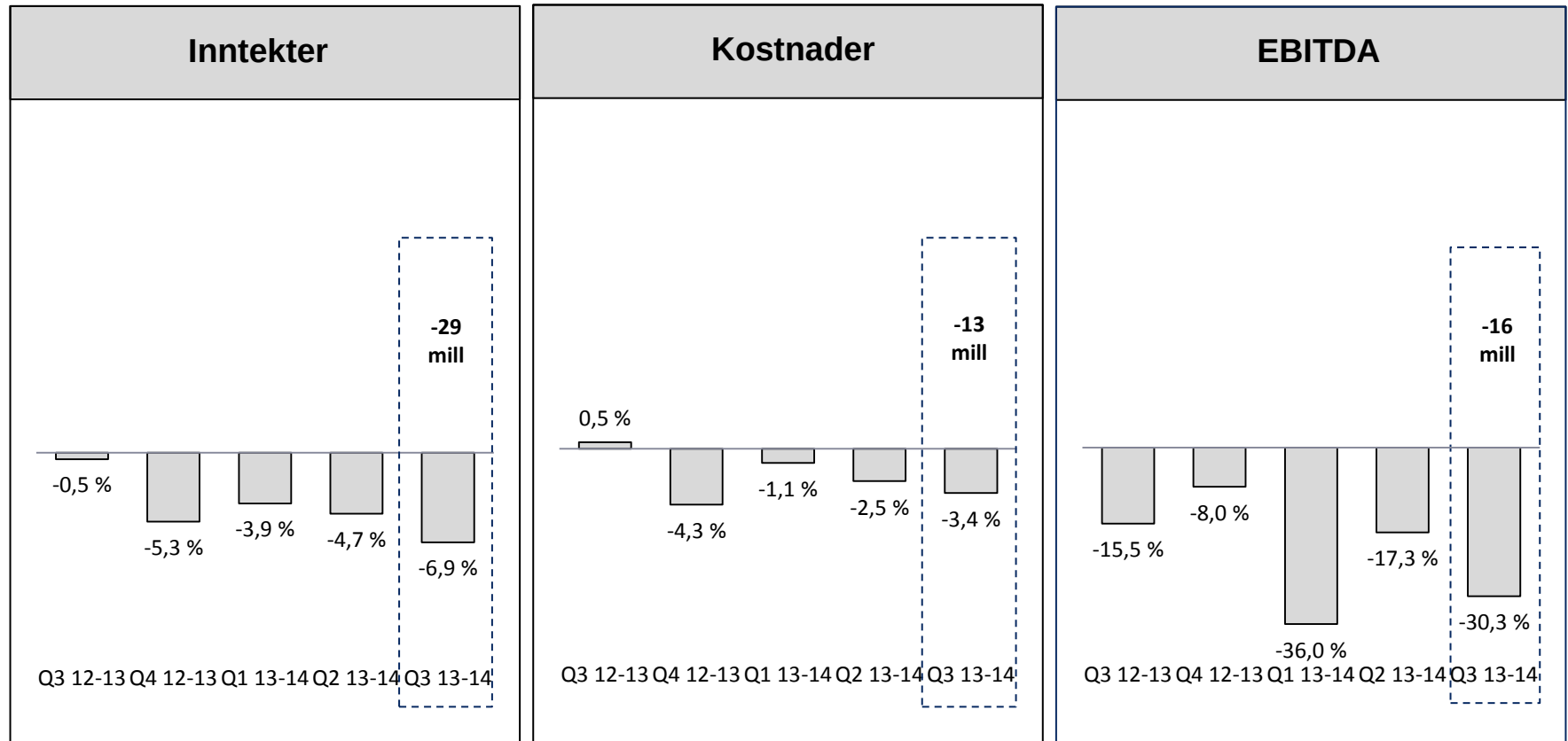
Over 200 mill. i kostnadsreduksjoner gjennomføres i 2014-2016

Agenda

- Konsernet i 3. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

Betydelige kostnadsreduksjoner bremser et sterkt fall i papirbaserte inntekter i 3. kvartal

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



3. kv. 2014
- Annonseinntekt papir ned 19,0%
 - Annonseinntekt digitalt opp 14,6%
 - Samlede brukerinntekter ned 2,8%
 - Trykkeriinntekter ned 5,2%

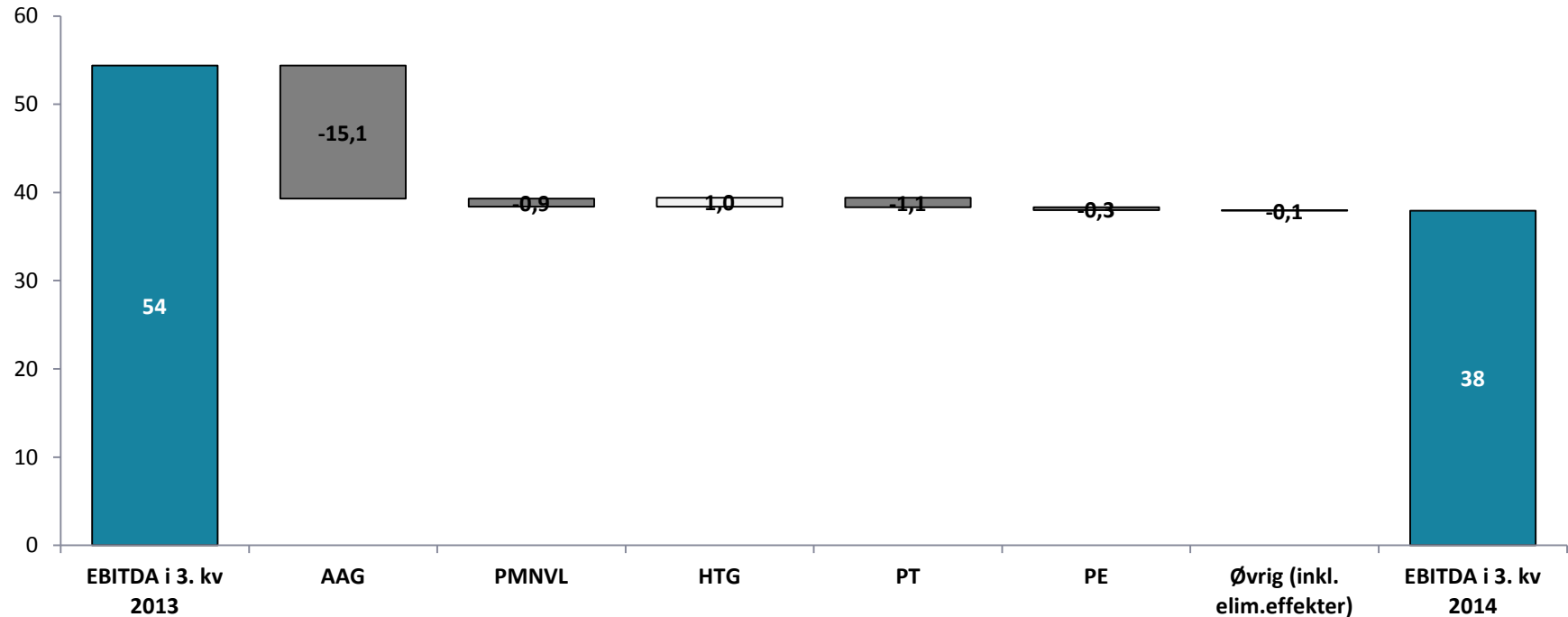
- Varekostnadene ned 9,5%
- Personalkostnadene ned 1,4%
- Andre driftskostnader ned 3,3%

- EBITDA redusert til 38 (54) mill
- EBITDA-margin på 9,8,8% (13,1%)

AAG rammes hardest av annonsenedgangen på papir. HTG med positiv utvikling mot fjoråret. PMNV med sterk digital vekst og litt mindre svak printutvikling

EBITDA per hoveddatterselskap – i 3. kvartal 2013 vs. 2014

Millioner kroner

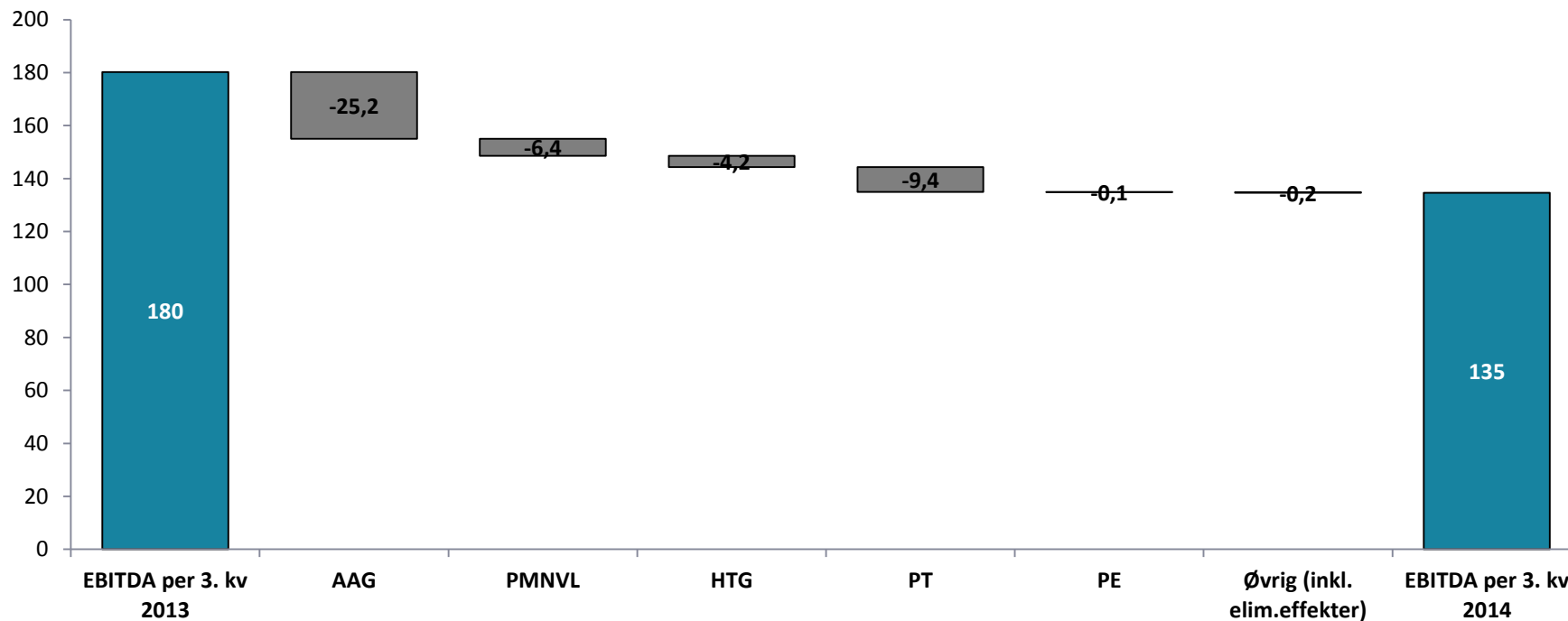


EBITDA 2014:	14	5	1	26	-1	-8
EBITDA 2013:	30	6	0	27	-1	-7
Margin 2014:	8,0%	6,0%	2,5%	25,0%		
Margin 2013:	15,1%	6,6%	0,7%	23,8%		

Betydelige kostnadsreduksjoner bremser inntektsnedgangen. Trykkerivirksomheten svekkes som følge av lavere avisvolum

EBITDA per hoveddatterselskap – per 3. kvartal 2013 vs. 2014

Millioner kroner

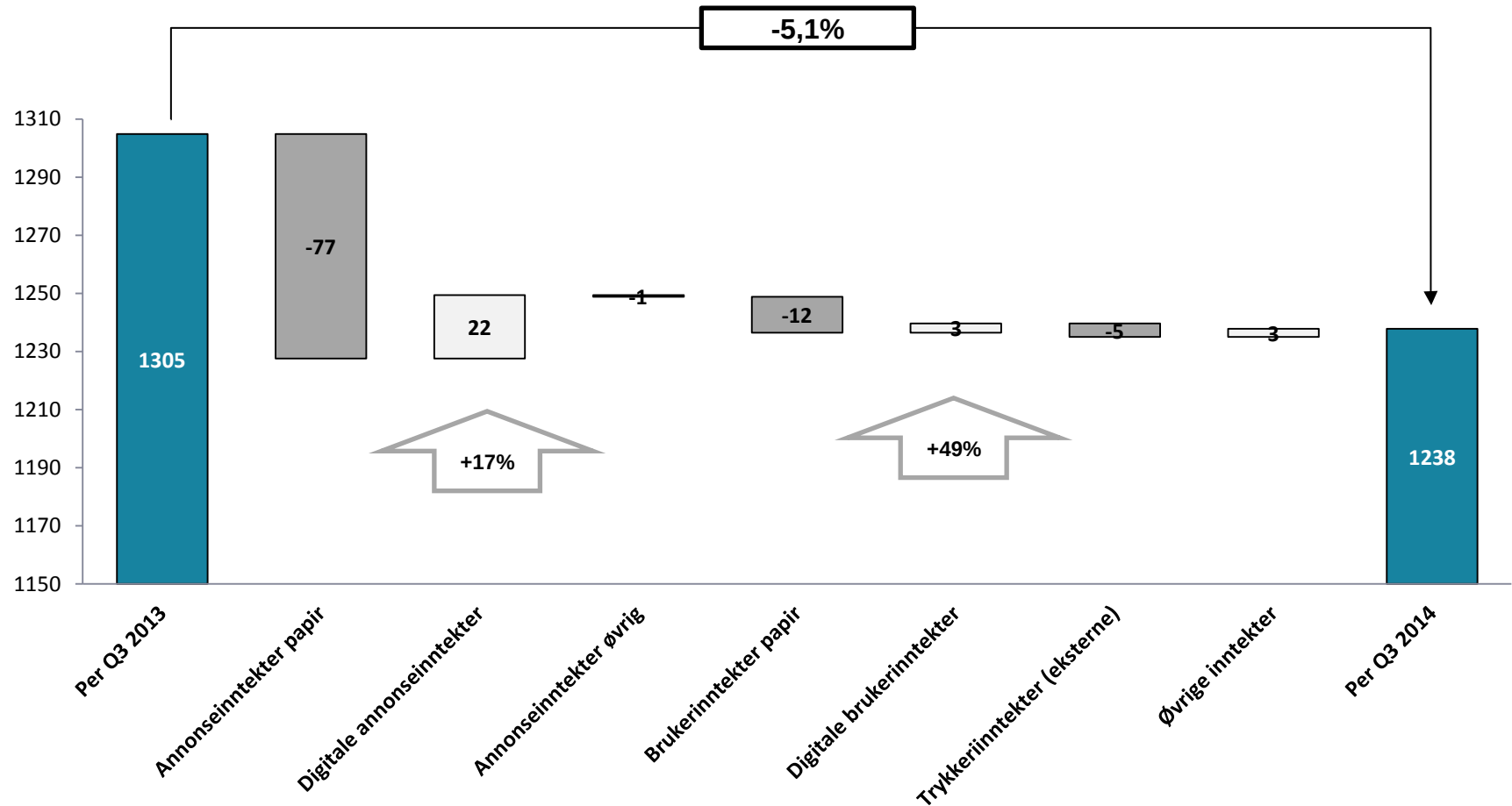


EBITDA 2014:	69	18	3	69	-3	-21
EBITDA 2013:	94	24	8	79	-3	-21
Margin 2014:	11,8%	6,1%	1,8%	22,0%		
Margin 2013:	15,2%	7,9%	3,8%	23,5%		

Per 3. kvartal var samlet inntektssvikt 67 mill.; papir svikter 95 mill., mens digitalt vokser 25 mill. (øvrig +3 mill.)

Inntektsutvikling per 3. kvartal 2013 vs. 2014

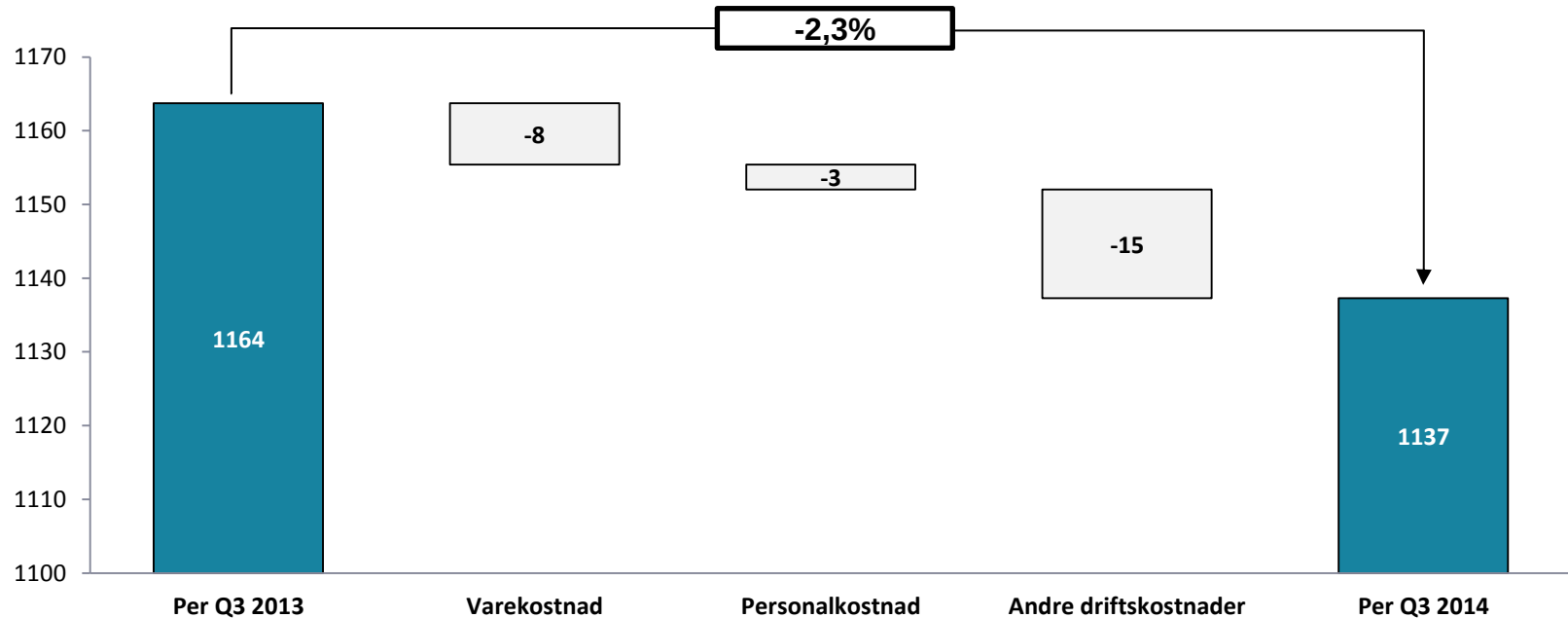
Millioner kroner



26 mill. (2,3%) nedgang i driftskostnadene per 3. kvartal

Kostnadsutvikling per 3. kvartal 2013 vs. 2014

Millioner kroner



Realiseringen av forbedringsprogrammet P15 gjennomføres etter planen:

- Effekt P15 per 3. kvartal 2014 på 40 mill.
- Reduksjon på 26 årsverk per 3. kvartal 2014.
- Beredskapsplaner på 43 mill. gjennomført per 3. kvartal.

Opplaget faller 4,8%, men kompenseres noe av en prisvekst på 2,5%

Opplag	3. kv 2014	3. kv 2013	Endring
Adresseavisen Gruppen	89 579	93 999	-4,7 %
Harstad Tidende Gruppen	36 623	38 511	-4,9 %
Polaris Media Nordvestlandet	78 492	82 501	-4,9 %
SUM	204 694	215 011	-4,8 %

Gjennomsnittlig prisvekst på 2,5% mot samme periode i 2013

Det er gjennomført en netto bemanningsreduksjon på 82 årsverk fra 31.12.12

- Det er inngått avtaler med noe over 100 ansatte om sluttpakker og førtidspensjonsordninger, som følge av Prosjekt 2015.
- Det er gjennom Prosjekt 2015 tatt ut ca. 95 ÅV, herav ca. 11 årsverk i 3. kvartal 2014

Bemanningsutvikling faste årsverk (ekskl. avisbud)

