



# POLARISMEDIA

*Det ledende medie- og trykkerikonsernet fra Nordvestlandet til Finnmark*

***Presentasjon av regnskap per 2. kvartal 2011***

Investorpresentasjon 18. august 2011

## **1. Polaris Media per 2. kvartal 2011**

2. Regnskap 2. kvartal 2011
3. Vedlegg virksomhetsområdene
4. Andre vedlegg

# Polaris Media har 32 lokale og regionale mediehus, alle med unntak av iTromsø har nr. 1 posisjoner, og en nasjonalt ledende posisjon på trykk

## Nøkkelfakta

Tall per 1. halvår 2011 (EBITDA-margin)

### Adresseavisen Gruppen

Adresseavisen  
Brønnøysunds Avis  
Fosna-Folket

HITRA-FRØYA  
Innherreds folkeblad  
LEVANGER.  
avisa

Sør-Trøndelag  
Trønderbladet

- Ledende i Midt-Norge
- Omsetning: NOKm 423
- EBITDA: NOKm 49 (11,5%)
- Viktig motor for digital forretningsutvikling i Polaris Media

### Polaris Media Nordvestlandet

Sunnmørsposten  
Romsdals Budstikke  
Sunnmøringen  
Åndalsnes Avis  
VIGGA

Fjordenes Tidende  
FIORDINGEN  
Vikebladet  
Vestposten  
FJUKEN  
Lokalavis for Østlandet  
Møre-Nytt

DRIVA  
Herøynytt  
Dølen .no  
Romsdal

- Konsernene Romsdals Budstikke og Sunnmørsposten ble kjøpt fra Edda Media i 2009
- Ledende på Nordvestlandet
- Omsetning: NOKm 210
- EBITDA: NOKm 22 (10,5%)

### Harstad Tidende Gruppen

Harstad Tidende  
iTromsø  
SortlandsAvisa  
altaposten.no

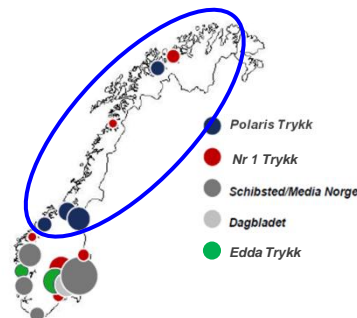
Framtid  
i Nord  
Folkebladet  
iBalsfjord

andøyposten  
Vesteralens Avis  
VOL.NO

- Sterk posisjon i Troms og Finnmark, jevnstore med A-pressen
- Omsetning: NOKm 134
- EBITDA: NOKm 6 (4,3%)

### Polaris Trykk

POLARIS TRYKK  
Trondheim  
POLARIS TRYKK  
Harstad  
POLARIS TRYKK  
Ålesund  
NR1 ADRESSA-TRYKK  
ORIKANGER



- Ledende i sitt område med bred geografisk dekning som gir sterk strategisk posisjon – trykker 71 aviser (interne og eksterne)
- Strategisk samarbeid gir nasjonal dekning
- Omsetning: NOKm 291 (167 ekst.)
- EBITDA: NOKm 60 (20,5%)

# Polaris Medias hovedstrategi

1

Videreutvikle nr. 1  
posisjoner

2

Økt kapitalisering  
på nr. 1  
posisjonene digitalt

3

Effektiv drift

4

Sikre maksimal  
utnyttelse av  
trykkerikapasiteten

”Vi har sterk tro på at mediehus med lokal og regional nr. 1 posisjon i alle distribusjonskanaler vil fortsette å være attraktivt både for lesere, brukere og annonsører, og at trykkerivirkningen vil fortsette å levere gode og stabile resultater”

# Det redaksjonelle oppdraget er kjernevirksomheten til Polaris Media

## Redaksjonelle nøkkeltall:

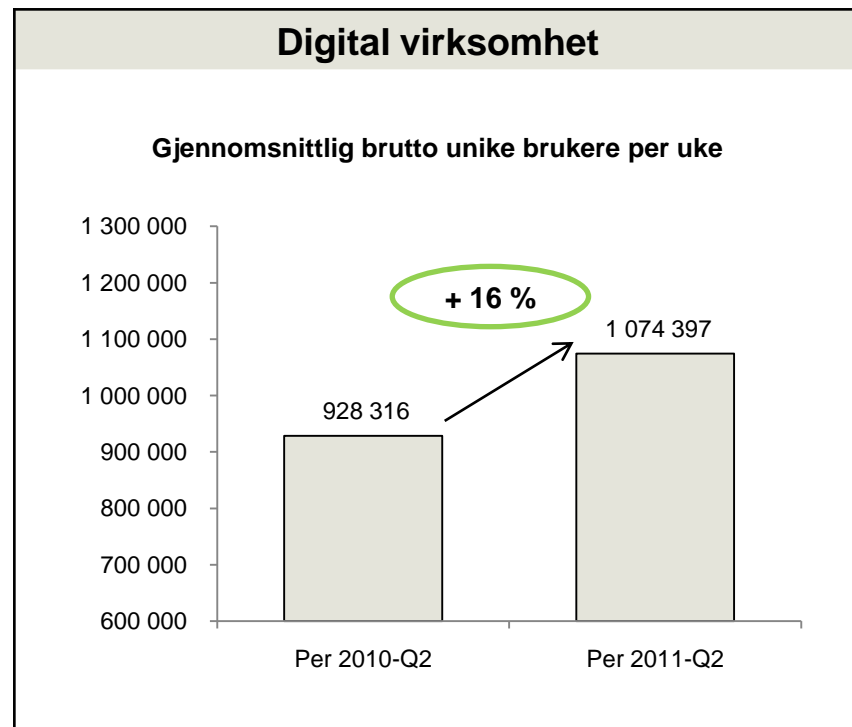
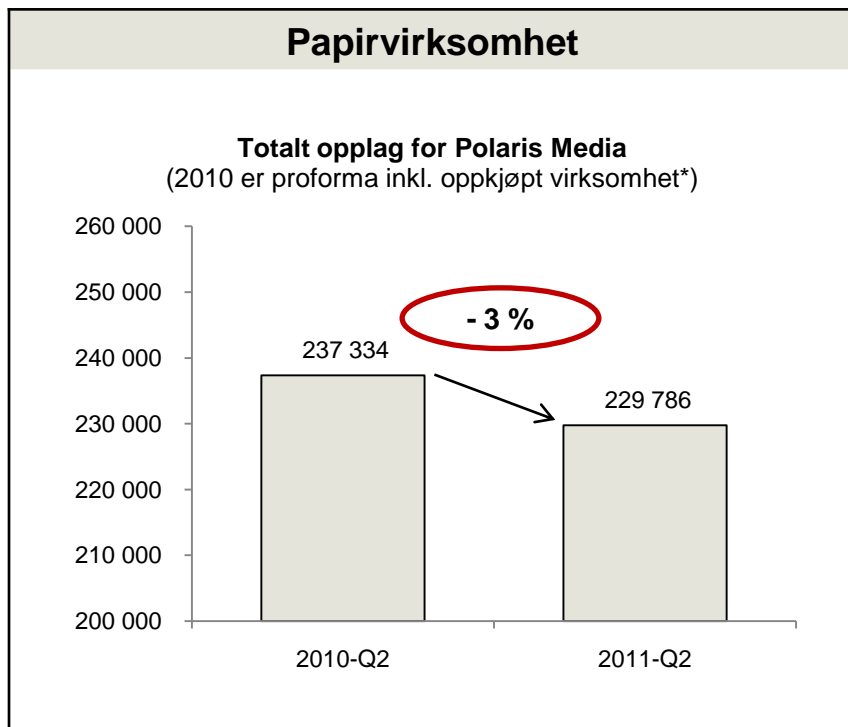
- Samlet opplag på 256.665 eksemplarer i 2010\*
- 761.000 lesere av papiravisen i 2010\*\*
- 188.000 produserte innholdssider papiravis i 2010\*
- 491 redaksjonelle årsverk i 2010\*
- Nesten 1,1 millioner ukentlige brukere på konsernets nettaviser i første halvår 2011\*
- Omtrent 1.400 betalende abonnenter på konsernets elektroniske aviser for iPad, iPhone og nett. E-avis-appen er lastet ned over 12.000 ganger.



\* - inklusive Trønder-Avisa, Hitra-Frøya og Levangeravisa. Digitale målinger er brutto-tall.

\*\* - F&M 11/1 - inklusive Trønder-Avisa, Hitra-Frøya og Levangeravisa, eksklusive Sunnmøringen og iBalsfjord som ikke har lesertall tilgjengelig

# Mediehusene opplever nedgang i opplag, men kompenserer med vekst i digitale brukerposisjoner



## Nordmenns mediekonsum øker med økt digitalt tilbud:

- I 2000 brukte nordmenn 52 minutter på avis og nett per dag, i 2010 er konsumert 1 time og 48 minutter
- 77% av befolkningen bruker internett hver dag
- 2 av 3 nettbrukere bruker Internett til å lese nyheter, og 85% av disse leser nyheter fra papiravisenes nettsider

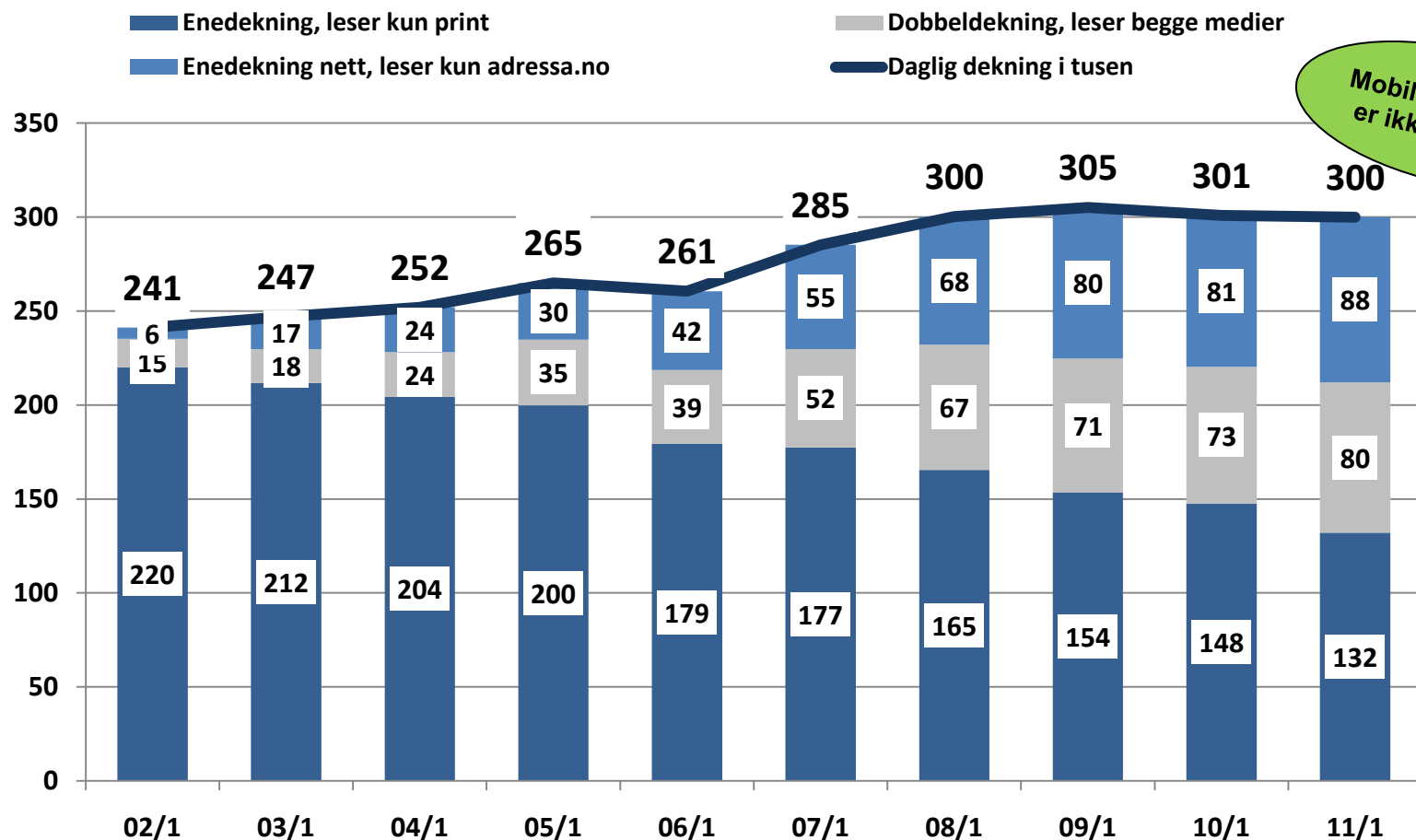
\* Opplagstall for 2010 er proforma inklusive de oppkjøpte mediehusene Fjuken, Vigga og Dølen. Grafen viser underliggende utvikling.  
Kilde: TNS Scores, SSBs Mediebarometer 2010 og interne opplagsberegninger.

# Konsumet av Polaris Medias redaksjonelle produkter har aldri vært høyere

Eksempel - Adresseavisen

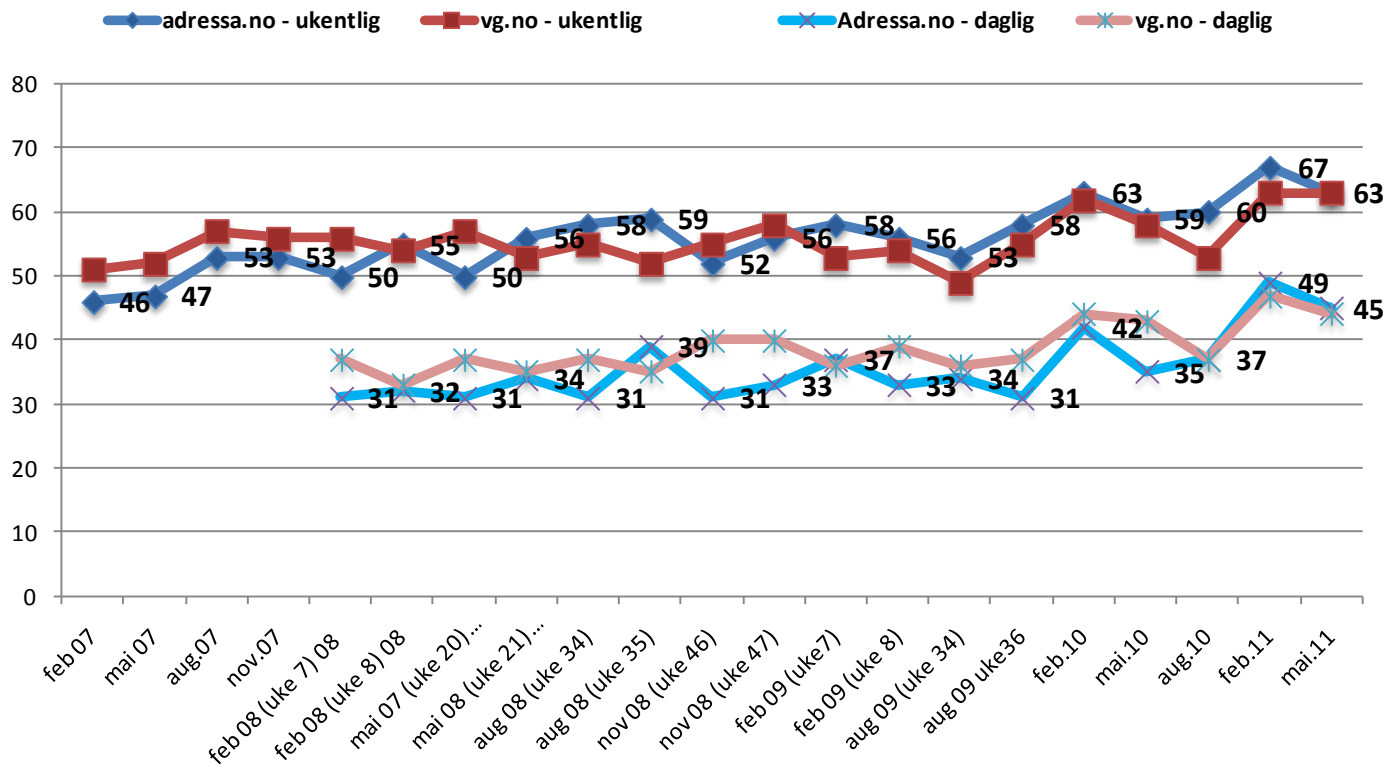
## Leserdekning i antall tusen lesere på nett, print og dobbeldekning

Den totale leserdekningen har økt med 24% fra 2002 til 2011, selv om papirlesningen har gått ned med 10% i samme periode.



**Adressa.no er markedsleder i Trondheims-regionen\*, og vist at det er mulig å bli større enn VG både på dag- og ukebasis. Også andre mediehus tar lokale nr. 1-posisjoner i 2. kvartal**

### Prosentvis dekning i Trondheimsregionen\*



**Også Rbnett.no og T-A.no inntok lokale nr. 1-posisjoner på nett i sine utgiverkommuner i andre kvartal 2011\*\***

Kilde: Norfakta, kvartalsvise telefoniske undersøkelser av innbyggernes nettbruk, sist gjennomført i 2011-Q2.

\* - Trondheimsregionen: Orkdal, Skaun, Melhus, Klæbu, Trondheim, Malvik og Stjørdal

\*\* - målt i ukentlig dekning

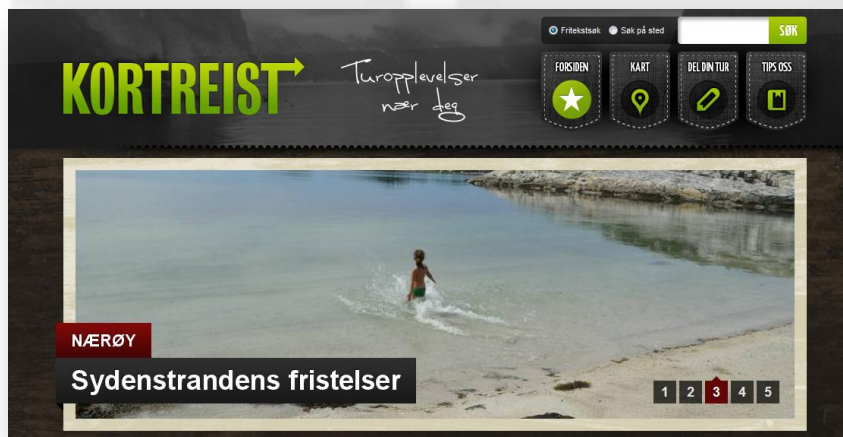


# Polaris Media har i 2. kvartal lansert en Kortreist innholdssatsing. I tillegg er iPad-løsninger rullet ut for flere titler

Utrulling av eAvis på nett, iPad, iPhone og iPod Touch – lansert eAvis for SMP, HT, Folkebladet og T-A\*



Lansert Kortreist.no – en reiselivsportal med kortreiste opplevelser. Konsernets første felles redaksjonelle satsning hvor 17 mediehus deltar



\* Adresseavisen og iTromsø lanserte lesebrett-versjoner i henholdsvis 4. kv. 2010 og 1. kv. 2011

# Polaris Trykk trykker 71 aviser (23 interne og 48 eksterne), og har tatt en sterk posisjon i det nasjonale siviltrykkmarkedet

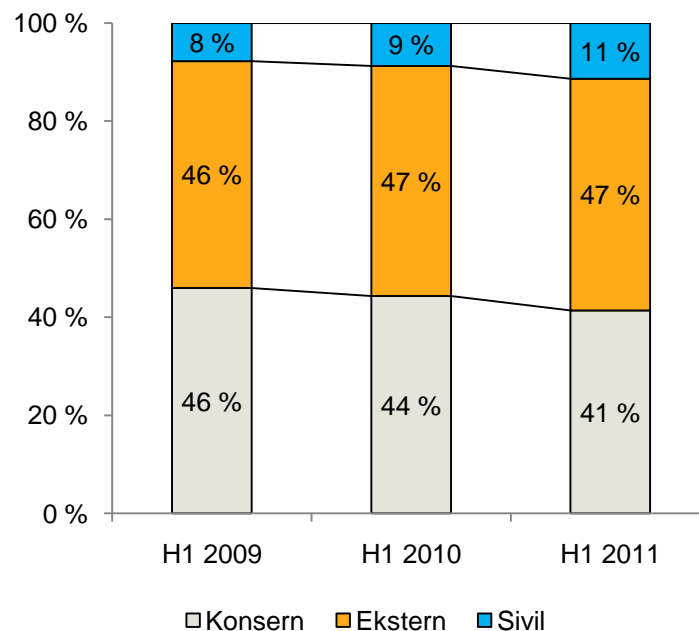
Polaris Trykk trykker totalt 71 avistitler, inklusive alle de største riksavisenes opplag i regionen...



... og har tatt en sterk posisjon i det nasjonale siviltrykkmarkedet



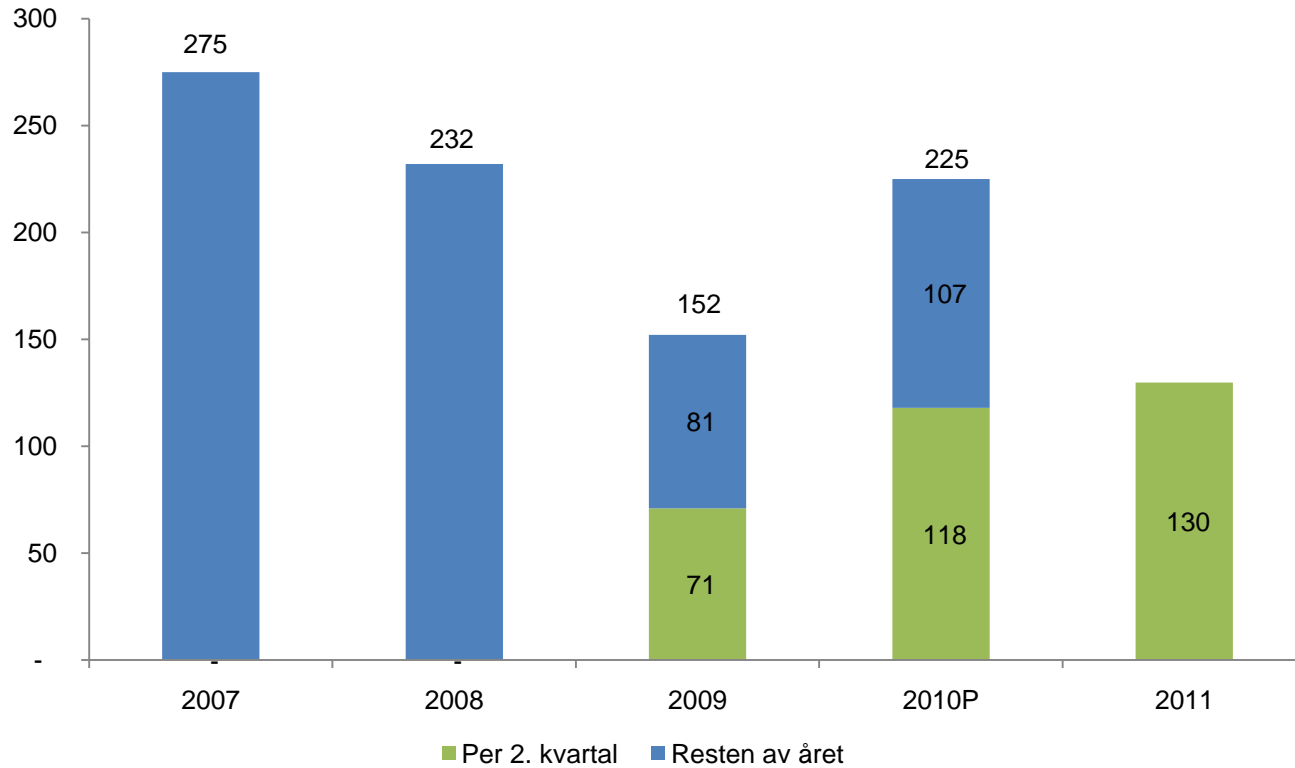
## Sterk økning i andel eksterne inntekter



# Polaris Media har en resultatvekst på 10% sammenlignet med samme periode i 2010

## EBITDA

Millioner kroner



<b>Margin helår:</b>	<b>15,7%</b>	<b>12,9%</b>	<b>8,9%</b>	<b>12,4%</b>
<b>Margin per 2. kvartal:</b>			<b>8,2%</b>	<b>13,4%</b>
<b>EBITDA inkl. andel i tilknyttede selskaper:</b>			<b>278</b>	<b>165*</b>

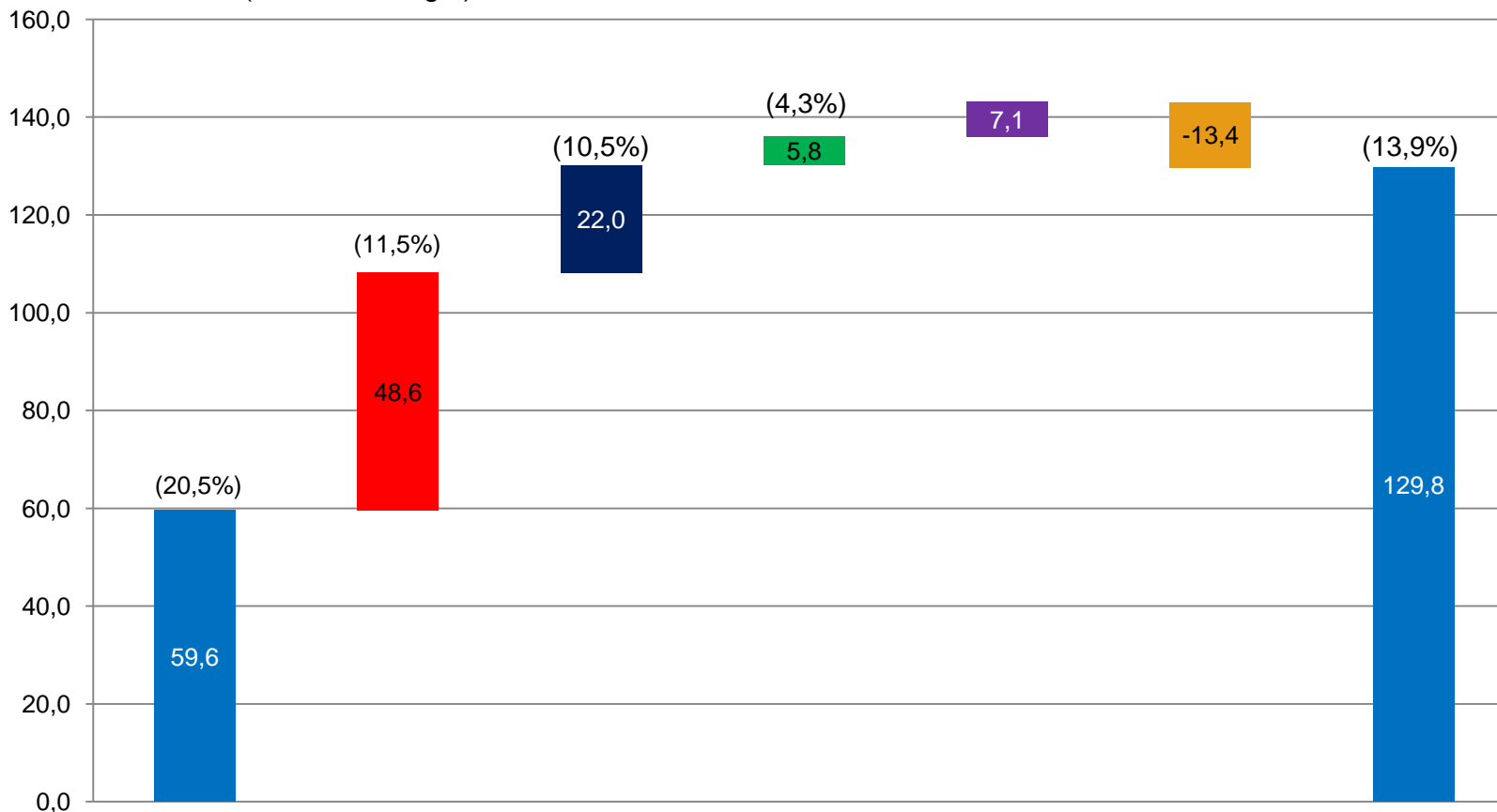
2010 er proforma, justert for oppkjøpt virksomhet under SMP og MediaNor  
Tilknyttede selskaper er FINN, Avisa Nordland, Hitra-Frøya, Levangeravisa m.fl.

\* - estimat

# Sterk EBITDA-utvikling for AAG og Polaris Trykk. HTG har betydelig nedgang sammenlignet med fjoråret som følge av inntektssvikt

## EBITDA per virksomhetsområde per 2. kvartal 2011

Millioner kroner / (EBITDA-margin)

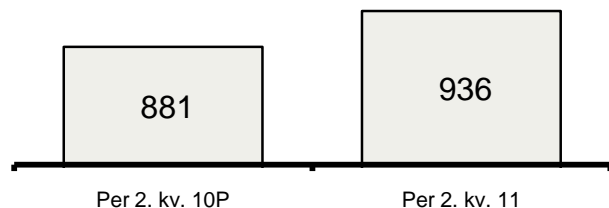


Per 2. kv. 10	Polaris Trykk	AAG	PMNV*	HTG*	Eiendom	Adm.	Konsernet
<b>EBITDA</b>	56,1	38,5	22,1	10,4	7,2	-16,2	118,1
<b>Margin</b>	(21,8%)	(9,5%)	(10,6%)	(7,4%)			(13,4%)

# Inntektsvekst på 6,3% er drevet av annonse- og trykkeriinntekter, mens underliggende kostnadsvekst på 3,6% er drevet av endringer i annonsesamkjøring i HTG og papirpris

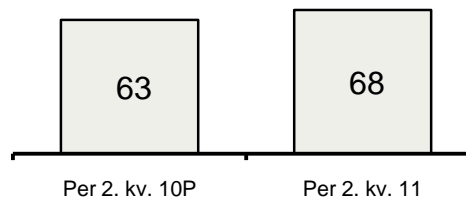
## Inntektsvekst på 6,3% - underliggende 5,5%

(tall i millioner)



## Digitale inntekter vokser 7,6%

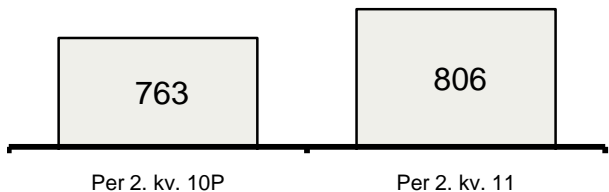
(tall i millioner)



- Vekst i annonseinntekter på 5%
- Opplagsinntekter ned 0,9%
- Eksterne trykkinntekter øker 20,4% – 15% justert for viderefakturering av papirpris (7 mill)

## Underliggende kostnadsvekst 3,6%

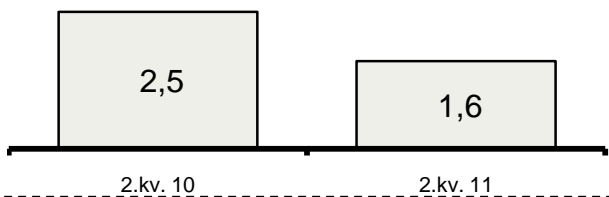
(tall i millioner)



- Korrigert for endring av annonsesamkjøringer (8 mill) og økning i papirpris (+22% – 7 mill. viderefaktureres) er underliggende kostnadsvekst på 3,6%, dvs. 28 mill

## Sterk finansiell kapasitet

Netto rentebærende gjeld over EBITDA\*



- Netto rentebærende gjeld 411 mill.
- Likviditetsbeholdning 183 mill.
- Eier 10,1% av FINN, 38% av Avisa Nordland og eiendommer verdsatt til 300-350 mill.

# Konsernets eierstruktur

## Aksjonærer Polaris Media ASA pr 31.06.2010

Aksjonær		Andel
1	SEB ENSKILDA ASA	15 751 236 32,2%
2	SPAREBANK 1 SMN FINANSAVDELINGEN	9 198 684 18,8%
3	MUST INVEST AS	7 188 764 14,7%
4	SCHIBSTED ASA	3 471 716 7,1%
5	SPAREBANK1 SMN INVEST AS	2 265 824 4,6%
6	DNB NOR BANK ASA	2 000 000 4,1%
7	ASKER OG BÆRUMS BUDSTIKKE AS	931 106 1,9%
8	GYLDENDAL ASA	924 000 1,9%
9	HARSTAD SPAREBANK	823 936 1,7%
10	BASE MIDT-NORGE AS	488 268 1,0%
<b>10 største</b>		<b>43 043 534 88,0%</b>
Totalt		48 897 418 100,0%

- **Schibsted har gjennom en TRS-løsning solgt aksjer tilsvarende 36,3% til SEB Enskilda og DnB NOR**
- **I henhold til vedtak fra Medietilsynet må disse aksjene selges innen 1. oktober 2011**

# Vi tror på resultatfremgang også i 2. halvår 2011, men ser mulig usikkerhet i annonsemarkedet som følge av den globale finansuroen

## Forventninger for 2. halvår 2011:

### Moderat vekst i annonsemarkedet, men sterkere vekst i digitale kanaler

- ser noe usikkerhet i annonsemarkedene – kan eskalere ved en forplantning av finansuroen til norsk realøkonomi

### Stabile brukerinntekter

- opplagsnedgang på 2-3%, men flat inntektsutvikling mot 2010

### Fortsatt sterke resultater fra trykk

- opprettholder utviklingen fra 1. halvår

### Fortsatt lav kostnadsvekst

- Kostnadsvekst på ~3%

### Fortsatt fokus på ekspansjon innenfor media og trykk lokalt, regionalt og nasjonalt



# Agenda

1. Polaris Media per 2. kvartal 2011

**2. Regnskap 2. kvartal 2011**

3. Vedlegg virksomhetsområdene

4. Andre vedlegg

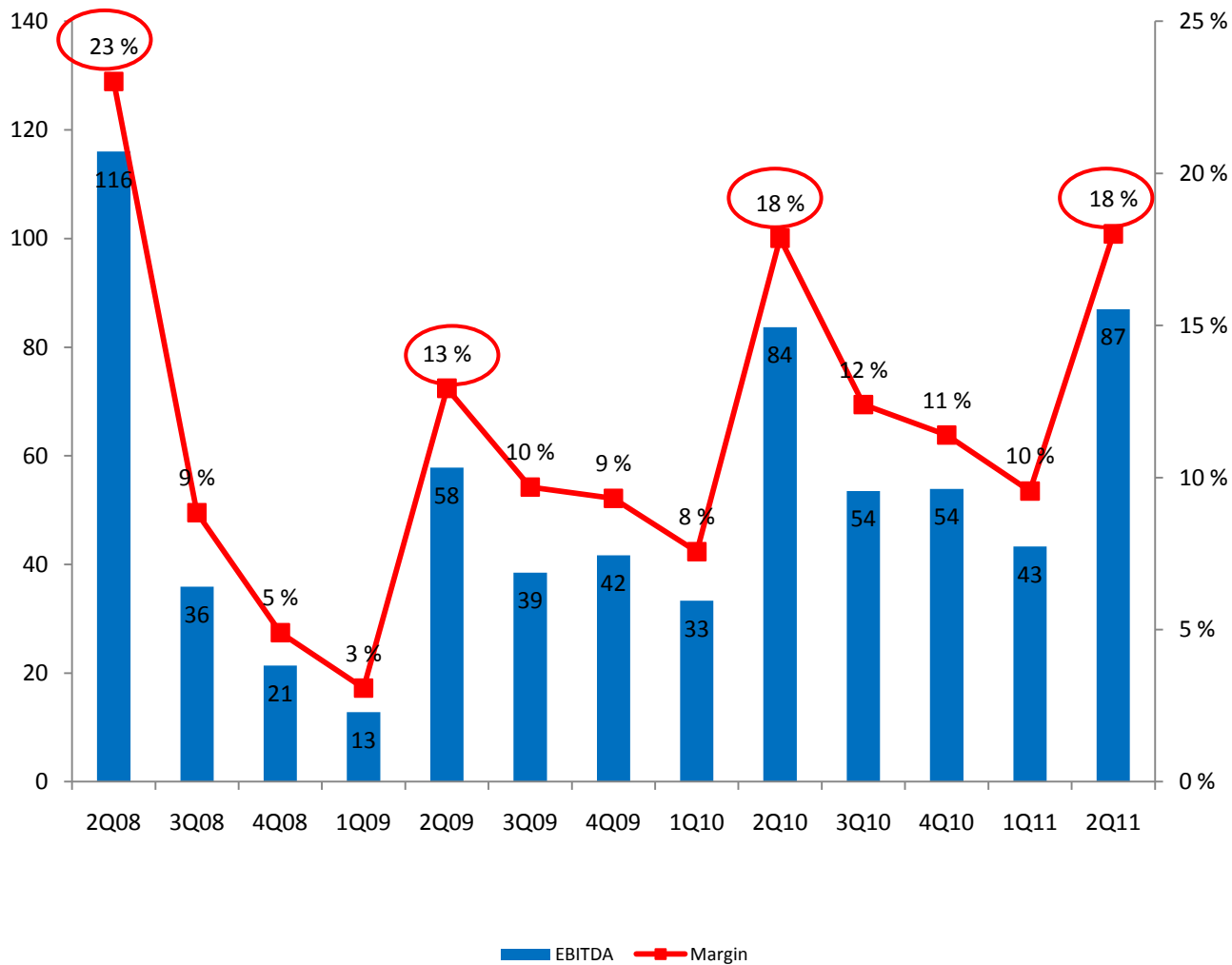


# EBITDA øker med 12 mill. (+10%) per 1. halvår 2011 mot samme periode i 2010

2Q10 Proforma	2Q11 Faktisk	Polaris Media konsern Mill kr	Per 2Q11 Faktisk	Per 2Q10 Proforma	Året 2010 Proforma	Endring % per 2Q10-2Q11
238	<b>249</b>	Annonseinntekter	<b>470</b>	448	<b>880</b>	<b>5,0 %</b>
34	<b>36</b>	<i>Herav digitale inntekter</i>	<b>68</b>	63	<b>124</b>	<b>7,6 %</b>
125	<b>124</b>	Opplagsinntekter	<b>245</b>	248	<b>499</b>	<b>-0,9 %</b>
64	<b>78</b>	Trykkeriinntekter (eksterne)	<b>151</b>	126	<b>264</b>	<b>20,4 %</b>
29	<b>32</b>	Øvrige inntekter	<b>70</b>	60	<b>117</b>	<b>16,1 %</b>
<b>455</b>	<b>483</b>	<b>Driftsinntekter</b>	<b>936</b>	<b>881</b>	<b>1 760</b>	<b>6,3 %</b>
60	<b>70</b>	Varekostnad	<b>159</b>	133	<b>267</b>	<b>19,5 %</b>
187	<b>197</b>	Lønnskostnad	<b>411</b>	395	<b>779</b>	<b>3,9 %</b>
124	<b>130</b>	Annen driftskostnad	<b>237</b>	235	<b>472</b>	<b>0,8 %</b>
<b>371</b>	<b>397</b>	<b>Driftskostnader</b>	<b>806</b>	<b>763</b>	<b>1 518</b>	<b>5,7 %</b>
<b>84</b>	<b>87</b>	<b>EBITDA</b>	<b>130</b>	<b>118</b>	<b>242</b>	<b>10,3 %</b>
27	<b>27</b>	Ordinære avskrivninger	<b>54</b>	56	<b>111</b>	<b>-3,8 %</b>
0	<b>0</b>	Nedskrivning	<b>0</b>	0	<b>28</b>	<b>0,0 %</b>
<b>57</b>	<b>60</b>	<b>EBIT</b>	<b>76</b>	<b>62</b>	<b>102</b>	<b>23,0 %</b>
7	<b>16</b>	Resultatandel tilknyttede selskaper	<b>22</b>	11	<b>32</b>	<b>98,2 %</b>
5	<b>3</b>	Rente- og finansinntekter	<b>7</b>	8	<b>18</b>	<b>-21,4 %</b>
11	<b>9</b>	Rente- og finanskostnader	<b>18</b>	21	<b>50</b>	<b>-14,9 %</b>
<b>1,6</b>	<b>10</b>	<b>Netto finansposter</b>	<b>11</b>	<b>-1,5</b>	<b>-0,1</b>	<b>800,0 %</b>
<b>58</b>	<b>70</b>	<b>Resultat før skatt</b>	<b>87</b>	<b>60</b>	<b>102</b>	<b>43,5 %</b>

# God utvikling i omsetning og EBITDA. Konsernet leverer det beste økonomiske resultatet i et enkelt kvartal siden etableringen av Polaris Media

EBITDA per kvartal  
mill.



## Totale driftsinntekter øker med 6,3%\* mot samme periode i 2010, drevet av økte annonseinntekter og eksterne trykkeriinntekter

2Q10 Proforma	2Q11 Faktisk	Polaris Media konsern Mill kr	Per 2Q11 Faktisk	Per 2Q10 Proforma	Året 2010 Proforma	Endring % per 2Q10-2Q11
238	<b>249</b>	Annonseinntekter	<b>470</b>	448	<b>880</b>	<b>5,0 %</b>
34	<b>36</b>	<i>Herav digitale inntekter</i>	<b>68</b>	63	<b>124</b>	<b>7,6 %</b>
125	<b>124</b>	Opplagsinntekter	<b>245</b>	248	<b>499</b>	<b>-0,9 %</b>
64	<b>78</b>	Trykkeriinntekter (eksterne)	<b>151</b>	126	<b>264</b>	<b>20,4 %</b>
29	<b>32</b>	Øvrige inntekter	<b>70</b>	60	<b>117</b>	<b>16,1 %</b>
<b>455</b>	<b>483</b>	<b>Driftsinntekter</b>	<b>936</b>	<b>881</b>	<b>1 760</b>	<b>6,3 %</b>

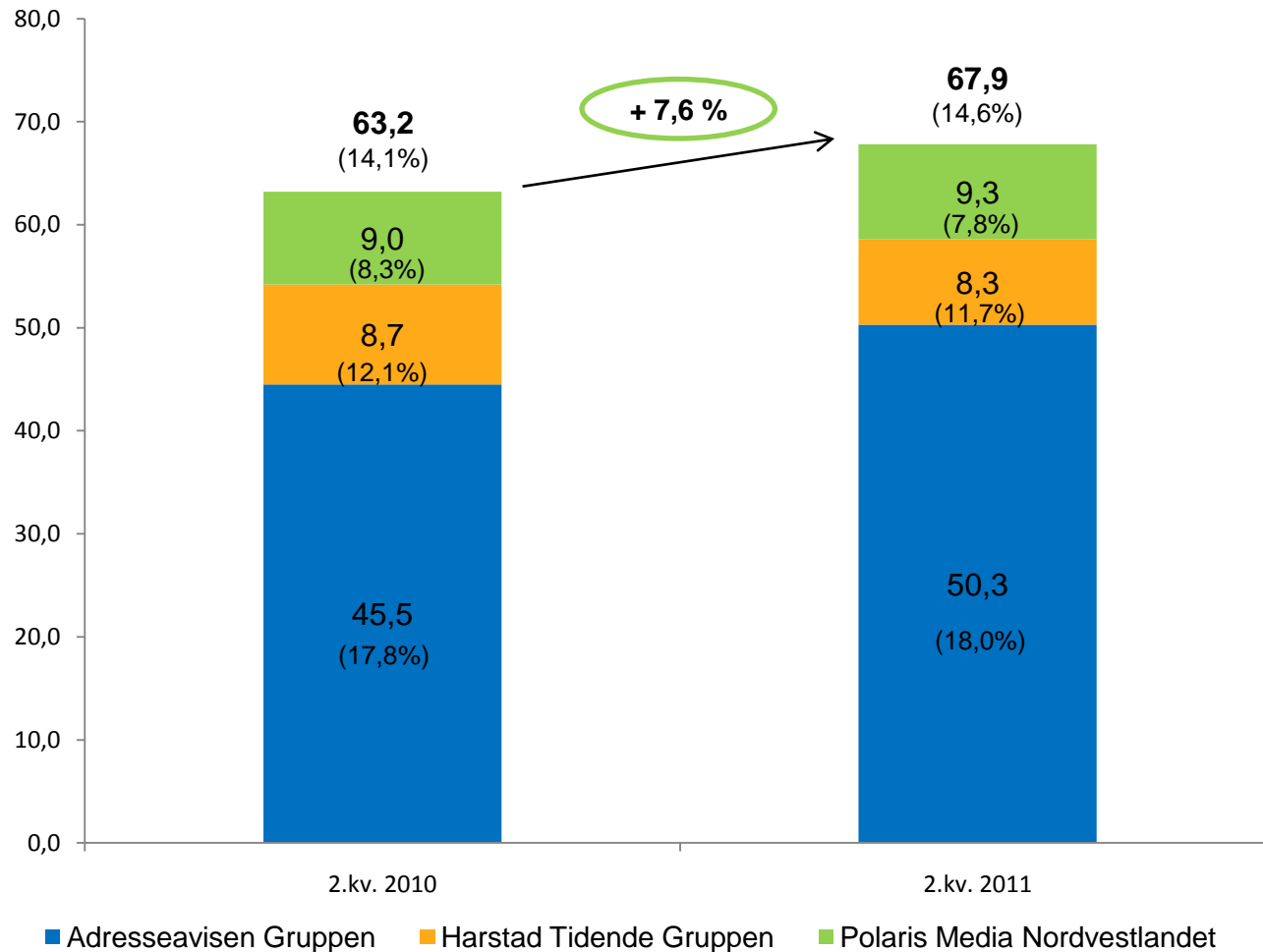
■ **Samlet inntektsøkning på 6,3% (55\* mill.) per 1. halvår (5,5% justert for viderefakturert papirpris)**

- Totale annonseinntekter øker med 5,0% korrigert for oppkjøpt og avviklet virksomhet.
- Digitale inntekter vokser 7,6%
- Opplagsinntektene faller 0,9%
- Eksterne trykkeriinntekter øker med 20,4% og andelen eksterne trykkeriinntekter er nå 58% av totale trykkeriinntekter – 7 mill av økning i eksterne trykkeriinntekter skyldes viderefakturering av økt papirpris, dvs. underliggende vekst ~15%

# Digitale inntekter øker med 7,6%, og utgjør 14,6% av totale annonseinntekter i 1. halvår 2011 – nedgang for HTG

## Digitale annonseinntekter

Millioner kroner (andel av samlet annonseomsetning)



## Sterk vekst i digitale brukere og trafikk – Polaris Media har ~1,1 millioner unike ukentlige brukere i første halvår 2011, 16% mer enn i samme periode i 2010

<b>Snitt unike brukere per uke (uke 1 - 26)</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>Endring</b>
Adressa.no	430 721	378 261	13,9 %
RBnett.no	63 613	52 745	20,6 %
Smp.no	121 849	104 241	16,9 %
HT.no	41 812	35 553	17,6 %
iTromsø.no	66 793	54 071	23,5 %
VOL.no	44 496	37 514	18,6 %
T-A.no	68 437	57 148	19,8 %
<b>SUM</b>	<b>1 074 397</b>	<b>930 501</b>	<b>15,5 %</b>

- Polaris Medias nettsteder har 1.074.397 unike brukere (brutto) i snitt per uke i første halvår – alle med ledende posisjoner i sine markeder og med ambisjoner om nr. 1 posisjoner
- Sterk vekst i brutto antall unike brukere (+16%) og sidevisninger (+9%) fra 1. halvår 2010
  - Netto antall unike ukentlige brukere er 869.797 i første halvår 2011, 19% bedre enn samme periode i 2010\*

## Totalopplaget øker med 1,3% som følge av oppkjøpt virksomhet. Underliggende opplagsfall på 3,3%

Opplag	2. kv. 2011	2. kv. 2010	Endring (2010-2011)
Adresseavisen Gruppen*	99 626	102 357	-2,7 %
Harstad Tidende Gruppen*	43 189	45 710	-5,5 %
Polaris Media Nordvestlandet***	86 971	78 723	10,5 %
Herav oppkjøpt virksomhet**	10 477		
Justert for oppkjøpt virksomhet	76 494	78 723	-2,8 %
<b>SUM</b>	<b>229 786</b>	<b>226 790</b>	1,3 %
<b>Sum ekskl. oppkjøpt virksomhet</b>	<b>219 309</b>	<b>226 790</b>	<b>-3,3 %</b>

**Gjennomsnittlig prisvekst på 2% mot samme kvartal i 2010**

\* Tall for 2010 er justert for overføring av Brønnøysunds Avis fra HTG til AAG

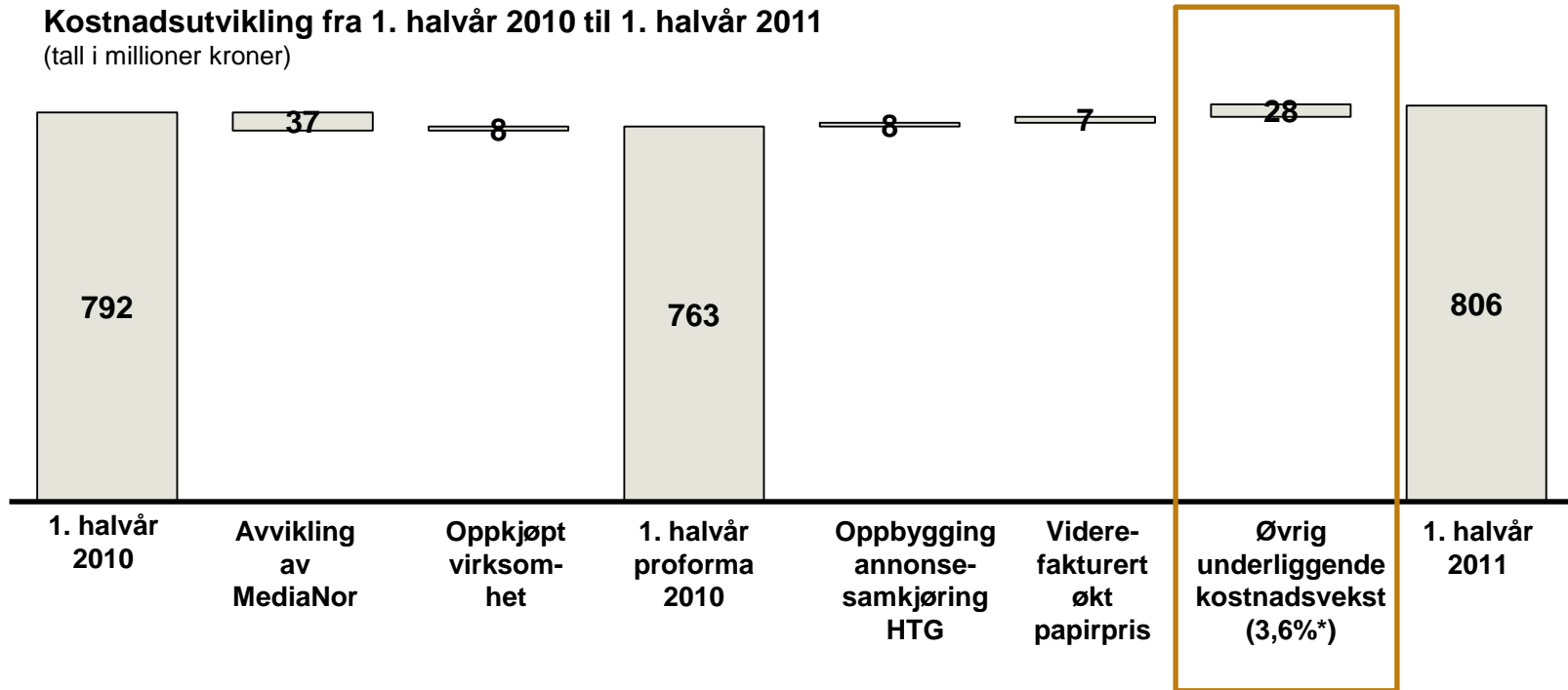
\*\* Oppkjøpt virksomhet er mediehusene Fjuken, Vigga og Dølen som ble kjøpt i 2. kvartal 2011

**Totale driftskostnader øker med 5,7% mot samme periode i 2010. Justert for oppbygging av annonsesamkjøring i HTG og økning i papirprisen er underliggende vekst 3,6%**

2Q10 Proforma	2Q11 Faktisk	Polaris Media konsern Mill kr	Per 2Q11 Proforma	Per 2Q10 Proforma	Året 2010 Proforma
60	70	Varekostnad	159	133	267
187	197	Lønnskostnad	411	395	779
124	130	Annen driftskostnad	237	235	472
<b>371</b>	<b>397</b>	<b>Driftskostnader</b>	<b>806</b>	<b>763</b>	<b>1 518</b>

**Kostnadsutvikling fra 1. halvår 2010 til 1. halvår 2011**

(tall i millioner kroner)



\*Underliggende kostnadsvekst inkluderer 5 mill. ikke-viderefakturert økning i papirpris.

Oppkjøpt virksomhet er Skjåk Medieutvikling og Vesteraalens Avis AS og Sortlandsavisa AS.

## Polaris Media har en kontantbeholdning på 183 millioner per 2. kvartal

MNOK	Per 2Q11	Per 2Q10	Per 4Q10
Kontantstrøm fra operasjonell drift	74	76	269
Kontantstrøm fra driftsinvesteringer (kjøp)	-31	-19	-62
Kontantstrøm fra driftsinvesteringer (salg)	55	59	55
Kontantstrøm fra finansielle investeringer	-19	-43	-47
Låneopptak	0	0	0
Nedbetaling lån	-48	-63	-118
Utbetalt utbytte	-73	-49	-49
<b>Endring i kontantbeholdning</b>	<b>-43</b>	<b>-40</b>	<b>48</b>
Kontantbeholdning ved periodens begynnelse	225	154	154
Kontanter knyttet til eiendeler holdt for salg	0	0	23
<b>Kontantbeholdning ved periodens slutt</b>	<b>183</b>	<b>115</b>	<b>225</b>

- Konsernet har i 2011 planlagt driftsinvesteringer i størrelsesorden 60 millioner
- Utbytte til aksjonærene utbetalt i 2. kvartal med 73 mill. – kr. 1,50 per aksje



## Sterk finansiell posisjon. Egenkapitalandel på 36,8% (35%) og netto rentebærende gjeld utgjør 1,6x EBITDA (2,5x per 2. kvartal 2010)\*

- Polaris Media har en kontantstrøm de siste 12 månedene på 193 mill.
  - NIBD redusert med 120 mill. til 411 mill. fra 531 mill. i fjor, hvorav økt kontantbeholdningen med 68 mill
  - Utbytte på 73 mill. utbetalt

MNOK	Per 2Q11	Per 2Q10	Per 4Q10
Immaterielle eiendeler	764	765	753
Varige driftsmidler	557	655	567
Finansielle anleggsmidler	223	225	240
<b>Anleggsmidler</b>	<b>1 544</b>	<b>1 645</b>	<b>1 560</b>
Varelager	13	11	16
Fordringer	225	228	207
Bankinnskudd, kontanter og lignende	183	115	206
<b>Omløpsmidler</b>	<b>420</b>	<b>354</b>	<b>429</b>
<b>Eiendeler klassifisert som holdt for salg</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>78</b>
<b>Sum eiendeler</b>	<b>1 964</b>	<b>1 998</b>	<b>2 067</b>
Innskutt egenkapital	305	305	305
Opptjent egenkapital	388	368	394
Minoritetsinteresser	30	26	24
<b>Egenkapital</b>	<b>723</b>	<b>699</b>	<b>724</b>
Avsetninger for forpliktelser	260	284	256
Annen langsiktig gjeld	538	635	550
Leverandørgjeld	61	85	94
Annen kortsiktig gjeld	382	296	403
Forpliktelser knyttet til eiendeler holdt for salg	0	0	40
<b>Gjeld</b>	<b>1 241</b>	<b>1 299</b>	<b>1 343</b>
<b>Sum gjeld og egenkapital</b>	<b>1 964</b>	<b>1 998</b>	<b>2 067</b>
EK-andel	36,8 %	35,0 %	35,0 %

\*12 måneders rullerende EBITDA inkl utbytte fra FINN og Avisa Nordland i henhold til definisjon i låneavtale

# Agenda

1. Polaris Media per 2. kvartal 2011
2. Regnskap 2. kvartal 2011
- 3. Vedlegg virksomhetsområdene**
4. Andre vedlegg

## Adresseavisen Gruppen – Vekst i EBITDA på 27,7% mot fjoråret per 1. halvår, drevet av sterk utvikling i annonseinntektene og moderat kostnadsutvikling. Gode trafikk tall for nett og mobil

2Q10* Proforma	2Q11 Faktisk	Adresseavisen Gruppen Mill kr	Per 2Q11 Faktisk	Per 2Q10 Proforma	Året 2010 Proforma	Endring % per 2Q10-2Q11
208	<b>218</b>	Driftsinntekter	<b>423</b>	401	788	<b>5,5 %</b>
177	<b>183</b>	Driftskostnader	<b>374</b>	363	705	<b>3,2 %</b>
<b>31</b>	<b>35</b>	<b>EBITDA</b>	<b>49</b>	<b>38</b>	<b>69</b>	<b>27,7 %</b>
15,1 %	16,2 %	EBITDA-margin	11,5 %	9,5 %	8,8 %	

- Annonseinntektene vokser med 6,9% fra 1. halvår 2010. Samlede annonseinntekter ble på 277 (259) mill for 1. halvår.
- Digitale inntekter har en vedvarende positiv utvikling og utgjør 50 (46) millioner i første halvår. Digitale inntekter utgjør 18% (17,8%) av Adresseavisen Gruppens annonseinntekter.
- Samlet opplag på 99 626 (102 357) eksemplarer, en nedgang på 2,7%.
- Samlede opplagsinntekter på 122 (120) mill – vekst pga økt abonnementspris og redusert opplagsnedgang i 2. kvartal.
- Vekst i antall brukere på adressa.no med 13,9% (430 721 unike brukere i snitt per uke). Adressa.no har 44 252 unike brukere i snitt per uke på mobil.
- Resultatforbedrende tiltak gjennomføres som planlagt. I 2011 skal det realiseres ytterligere tiltak som skal øke effekten av tiltakene med 15 mill.

## Polaris Media Nordvestlandet – EBITDA på nivå med fjoråret per 1. halvår. Fortsatt vekst i annonseinntektene

2Q10 Proforma	2Q11 Faktisk	Polaris Media Nordvestlandet Mill kr	Per 2Q11 Proforma	Per 2Q10 Proforma	Året 2010 Proforma	Endring % per 2Q10-2Q11
107	<b>109</b>	Driftsinntekter	<b>210</b>	205	409	<b>2,6 %</b>
92	<b>94</b>	Driftskostnader	<b>188</b>	183	367	<b>3,0 %</b>
<b>16</b>	<b>15</b>	<b>EBITDA</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>42</b>	<b>-0,5 %</b>
14,6 %	14,0 %	EBITDA-margin	10,5 %	10,8 %	10,2 %	

- EBITDA per 1. halvår på 22 mill., som er likt med samme periode i 2010.
- Samlede annonseinntekter vokser til 117 (111) mill., som er en vekst på 5,4%.
- Digitale inntekter vokser med 2,2% til 9,3 mill. per 1. halvår. De digitale inntektene utgjør 7,8% (7,7%) av samlede annonseinntekter i gruppen. Det er iverksatt tiltak for å øke den digitale kapitaliseringen, spesielt i de mindre mediehusene.
- Samlet opplag på 86 971\* (78 723) eksemplarer. Endringen drives av at Sunnmørsposten-konsernet fra 2011 rapporterer godkjent opplag som resten av konsernet og ikke betalte abonnement.
- Opplagsinntektene reduseres med 2,5% til 78 (80) mill.
- smp.no hadde i snitt 121 849 unike brukere per uke i 1. halvår, som er en vekst på 16,9% mot fjoråret . Rbnett.no hadde i snitt 63 613 unike brukere per uke (+20,6%).
- Oppkjøp av mediehusene Fjuken, Vigga og Dølen i Gudbrandsdalen i 2. kvartal for å styrke gruppens strategiske posisjon.

\* Omfatter opplaget til avisene Fjuken, Vigga og Dølen på til sammen 10 477 enheter per 1. halvår 2010.

## Harstad Tidende Gruppen – Annonseinntektene tilsv. med fjoråret per 1. halvår, men økte kostnader som følge av endret annonsesamkjøring. Kostnadsreducerende tiltak kompensere noe

2Q10 Proforma	2Q11 Faktisk	Harstad Tidende Gruppen Mill kr	Per 2Q11 Faktisk	Per 2Q10 Proforma	Året 2010 Proforma	Endring % per 2Q10-2Q11
67	68	Driftsinntekter	134	132	263	1,5 %
58	62	Driftskostnader	128	121	250	5,5 %
<b>9</b>	<b>6</b>	<b>EBITDA</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>13</b>	<b>-44,2 %</b>
13,9 %	9,4 %	EBITDA-margin	4,3 %	7,9 %	5,1 %	

- Annonseinntektene per 1. halvår ble 71 (72) mill. som er 1,5% ned sammenlignet med fjoråret korrigert for oppkjøp, avviklingen av MediaNor og overføringen av Brønnøysunds Avis til Adresseavisen Gruppen.
- EBITDA ned til 6 mill. (10) per 1. halvår, som skyldes den fortsatt svake utviklingen i annonseinntektene kombinert med økte kostnader for egen samkjøring og inntreden i Storbysamkjøringen (8 mill.).
  - Etablering av iNord som regionalt salgsselskap og HTG som en del av den nasjonale samkjøringen Storby, som erstatter annonsesamkjøringen MediaNor, er fortsatt i en oppbyggingsfase.
- Digitale inntekter utgjør 11,7% (12,1%) av samlede annonseinntekter i gruppen.
- God fremgang på nettstedene. Størst fremgang har itromso.no som i gjennomsnitt har hatt 66 793 (+23,5%) unike brukere per uke i 1. halvår.
- Samlede opplagsinntekter på 45,5 mill. mot 46,6\* mill. i fjor, som holdes oppe av økte priser. Samlet opplag på 43 189 (45 710\*) eksemplarer, ned 5,5% mot 1. halvår 2010.
- De resultatforbedrende tiltakene gjennomføres som planlagt. I 2011 gjennomføres en kostnadsreduksjon på 5 mill. i HTG. I tillegg gjennomføres kostnadsreduksjoner som følge av lavere inntektsvekst, anslått til ytterligere ca. 10 mill. i 2011.

## Polaris Trykk – Sterk utvikling i eksterne trykkeriinntekter bidrar til vekst i EBITDA på 6,2% sammenlignet med samme periode i fjor

2Q10 Proforma	2Q11 Faktisk	Polaris Trykk Mill kr	Per 2Q11 Proforma	Per 2Q10 Proforma	Året 2010 Proforma	Endring % per 2Q10-2Q11
134	<b>152</b>	Driftsinntekter	<b>291</b>	257	520	<b>12,9 %</b>
72	<b>86</b>	<i>Herav eksterne inntekter</i>	<b>167</b>	143	294	<b>17,4 % *</b>
103	<b>120</b>	Driftskostnader	<b>231</b>	201	400	<b>14,8 %</b>
<b>31</b>	<b>32</b>	<b>EBITDA</b>	<b>60</b>	<b>56</b>	<b>121</b>	<b>6,2 %</b>
23,1 %	21,0 %	EBITDA-margin	20,5 %	21,8 %	23,2 %	
54 %	57 %	Andel eksterne inntekter	58 %	55 %	56 %	

- Omsetningsøkning på 12,9% mot 1. halvår 2010 for Polaris Trykk. Inntektene ble 291 mill.
- Vekst i eksterne trykkeriinntekter på 20,4% (ca. 15% etter viderefakturering av papirprisøkning). Andelen eksterne inntekter vokste til 58% mot 55% i fjor.
- Omsetningsøkningen tilskrives gode side- og opplagstall på eksterne aviser, samt sterkt økende siviltrykksmengde og effekter av økt papirpris.
- Kostnadsøkning pga. økt aktivitet og økt papirpris.

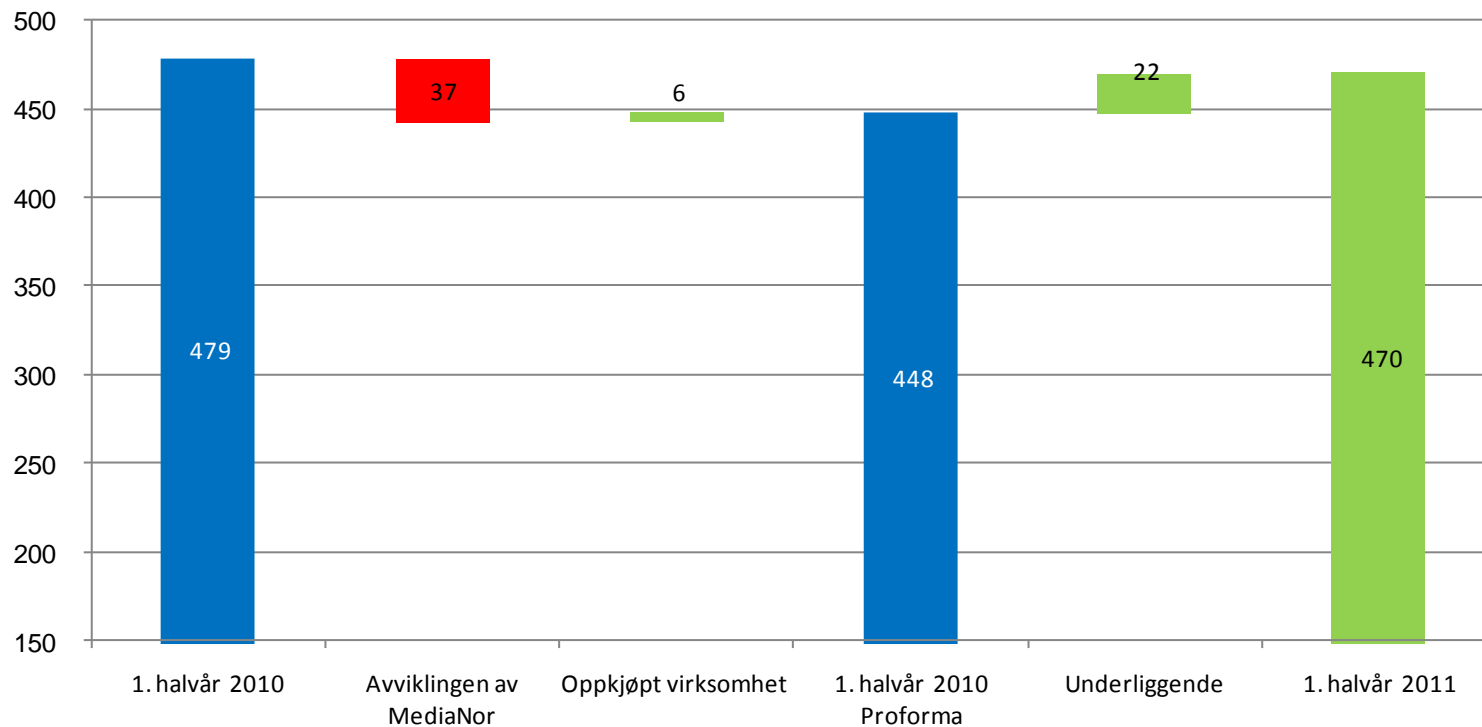
\*I eksterne inntekter under segmentet Polaris Trykk inngår også inntekter fra øvrig virksomhet som ikke er trykkerivirksomhet, men som rapporteres under segmentet Polaris Trykk (Byavisa, Norpost Midt-Norge, Polaris Distribusjon Nord). Endret rapporteringsprinsipp for Polaris Distribusjon Nord er innarbeidet i tallene for 2010.

# Agenda

1. Polaris Media per 2. kvartal 2011
2. Regnskap 2. kvartal 2011
3. Vedlegg virksomhetsområdene
- 4. Andre vedlegg**

# Underliggende vekst i annonseomsetningen er 5%

## Utvikling i annonseinntekter fra 1. halvår 2010 til 1. halvår 2011 (Tall i millioner kroner)



■ Den regnskapsmessige effekten av bortfallet av MediaNor-samkjøringen reduserer annonseomsetningen med 37 mill. sammenlignet med 1. halvår 2010.



## Det er gjennomført en bemanningsreduksjon på 87 årsverk fra 2008

- Bemanningsreduksjon vil bli foretatt som planlagt, men det gjennomføres noe bemanningsøkning innen viktig satsingsområder
  - De oppkjøpte og overtatte virksomhetene Altaposten, Andøyposten, Sortlandsavisa, Vesteraalens Avis, Skjåk Medieutvikling, Dombås Informasjonssenter, Dølen AS og Lokalguiden har til sammen 83 årsverk per 30.06.2011
  - Samlet bemanning inkl. oppkjøpt virksomhet på 1.045 årsverk
  - Konsernadministrasjonen har etablert felles Tjenestesenter for Økonomi for konsernet

### Bemanningsutvikling faste årsverk (ekskl. avisbud)

