



POLARIS MEDIA

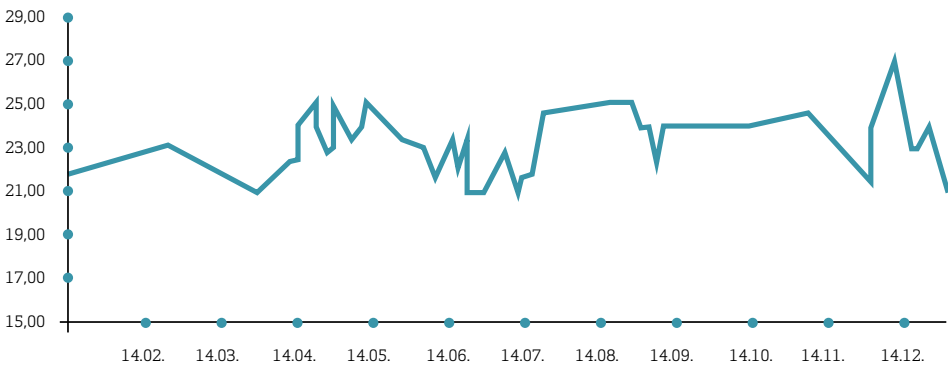
Årsrapport



Adresseavisen • Altaposten • Andøyposten • Avis Nordland • Avis Sør-Trøndelag • Brønnøysunds Avis • Byavis • Driva • Fjordabladet
• Fjordenes Tidende • Fjordingen • Fjuken • Fosna-Folket • Framtid i Nord • Harstad Tidende • Herøynytt • Hitra-Frøya • iBalsfjord • Innherreds
Folkeblad og Verdalingen • iTromsø • Levanger-Avisa • Møre-Nytt • Nordvest Distribusjon • Nr1 Adressa-Trykk Orkanger • Polaris Trykk
Harstad • Polaris Trykk Trondheim • Polaris Trykk Ålesund • Romsdals Budstikke • Sortlandsavisa • Sunnmøringen • Sunnmørsposten • Troms
Folkeblad • Trønderbladet • Trønder-Avisa • Vesteraalens Avis • Vesterålen Online • Vigga • Vikebladet Vestposten • Åndalsnes Avis

Nøkkeltall Polaris Media

KURSUTVIKLING POLARIS MEDIA ASA



HOVEDTALL POLARIS MEDIA

Mill NOK

	2010	2009	2008
Omsetning*	1 813	1 705	1 790
Driftsresultat (EBITDA)*	224	152	232
Engangseffekter*	16	-39	-19
Resultat før skatt*	100	25	124
Årets resultat	72	31	52
EBITDA-margin*	12,4 %	8,9 %	13,0 %
Kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter	297	126	132
Investeringer i driftsmidler	62	81	145
Investeringer i aksjer	54	735	30
Totalkapital	2 067	2 081	1 314
Egenkapital	724	714	704
Egenkapitalandel	35,0 %	34,3 %	53,5 %
Netto rentebærende gjeld	411	539	-
Antall årsverk*	1 026	1 050	1 049
Opplag per 31.12.*	225 301	226 874	221 267
Unike brukere (brutto, snitt per uke)*	865 282	756 594	N/A
Annonsevolum (spaltemeter)*	85 317	79 548	87 005
Antall aksjonærer	834	838	834
Antall aksjer (1 000)	48 897	48 897	48 897
Resultat per aksje	1,47	0,60	1,00
Utbytte per aksje (foreslått for 2010)	1,50	1,00	0,90
Utbytteandel	101,8 %	157,2 %	85,1 %
Aksjekurs per 31.12.	21,00	23,00	27,50
Børsverdi per 31.12.	1 027	1 125	1 345
Aksjekurs høy**	27,00	31,00	35,00
Aksjekurs lav**	20,60	20,70	27,00
Antall transaksjoner**	115	79	7

*PROFORMA REGNSKAPSTALL FOR 2008 OG 2009, JFR. NOTE 27

**FOR 2008 ER DET KUN FOR PERIODEN 20.10.2008 - 31.12.2008

Innhold

DEL 1

Konsernsjefens beretning	04
Viktige hendelser	06
Fakta om Polaris Media	08
Organisasjonskart Polaris Media	12
Konsernstyret	14
Konsernledelsen	16
Virksomhetsområder	18
Digital utvikling	32
Innholdsutvikling	36
Redaksjonell årsrapport	48
Prisvinnere	54
Redaksjonelt råd og redaktørforum	76
Tillitsmannsarbeidet	78
Eierstyring og selskapsledelse	80
Aksjonærinformasjon	83

DEL 2

Polaris Media ASA – Styrets beretning for 2010	85
Konsernregnskap Polaris Media 2010	93
Årsregnskap Polaris Media ASA 2010	138

Konsernsjefens beretning

Sterk fremgang i 2010

Polaris Media har i 2010 befestet sin posisjon som ett av Norges ledende medie- og trykkerikonsern. Polaris Media presterer bra både når det gjelder utvikling av nye produkter og økonomiske resultater. Etter et krevende år i 2009, med gjennomføring av betydelige resultatforbedrende tiltak, kan konsernet vise til en sterk fremgang det siste året. Resultatene er også gode om vi sammenligner med andre norske mediekonsern.

Selv om Polaris Media er et ungt konsern, har vi inntatt en sentral plass i det norske mediemarkedet. Polaris Media er det eneste konsernet som har en sterk forankring i en sammenhengende region. Dette prøver vi å utnytte og videreutvikle. Vi fokuserer sterkt på integrasjon og videre oppbygging i hele regionen fra Nordfjord til Finnmark. Svært mange prosjekter er gjennomført og under arbeid. Sett i lys av dette er det ekstra gledelig at vi samtidig oppnår sterke resultater. Nye krevende oppgaver venter i 2011, men med stadig sterkere bånd mellom mediehusene og mellom de regionale hoveddatterselskapene, er grunnlaget lagt for en god utvikling også videre.

I Troms og Finnmark er HTGs posisjon blitt ytterligere styrket det siste året. Økt eierskap i Altaposten og kjøp av Vesteraalens Avis, Sortlandsavisa og Andøyposten, har bidratt til å gjøre HTG like sterk som A-pressen i dette området. Dette er en viktig grunn til at HTG fra 2011 har blitt en del av Norges ledende annonseallianse, Storby, som fra før omfatter Media Norge og Adresseavisen. Ellers er det gledelig at iTromsø har fortsatt fremgangen i året som har gått, etter store omstillinger i 2009. Staben i mediehuset har tatt nye

steg mot målet om å bli ledende i Nord-Norges største by.

De tre andre hoveddatterselskapene kan vise til betydelig fremgang i 2010. Det er et resultat av hardt og langsiktig arbeid. Spesielt er fremgangen betydelig for Adresseavisen Gruppen. Etter en nedgang i annonseinntektene på mer enn 100 mill kr i 2009 sammenlignet med 2007, har Adresseavisen kommet sterkt tilbake. Kombinasjonen av økte inntekter og mer effektiv bruk av ressursene, har gitt store resultatforbedringer.

Det er viktig for Polaris Media at Adresseavisen lever opp til rollen som lokomotiv for mediedelen i konsernet. Denne rollen er aller viktigst på det digitale området. I Polaris Media har vi valgt å legge det digitale utviklingsmiljøet, Medielaen, tetttest mulig på det pulserende livet i et stort mediehus som Adresseavisen. Vi har tro på at denne nærheten, kombinert med tette relasjoner til spennende utviklingsmiljø i de andre mediehusene, skal gi resultater. Adresseavisen ligger helt i front når det gjelder digitale produkter. Det kom også til uttrykk under Nordiske Mediedager i 2010, der adressa.no ble kåret til «Årets lokale nettsted» og fikk prisen for «Årets nyhets-

sak for lokal-TV». I tillegg var adressa.no nominert sammen med nrk.no og vg.no i den gjeveste kategorien, «Årets nettsted».

Adresseavisen er også spydspiss i konsernets satsing på betalte tjenester på lesebrett. Mot slutten av året lanserte mediehuset en iPad-utgave med en betalingsløsning knyttet opp mot abonnementssystemet. Løsningen vil bli videreutviklet i 2011 og etterhvert komme hele konsernet til gode. I løpet av 2010 er det dessuten etablert et utvidet prosjekt for betalte tjenester på mobiltelefon. Disse rulles nå ut over hele konsernet.

Både for Adresseavisen og Polaris Media er det viktig at posisjonen i Trøndelag er styrket gjennom kjøp av aksjer og et strategisk samarbeid med Trønder-Avisa. Ny ledelse i Levanger-Avisa og fortsatt godt arbeid i de mindre mediehusene, har ytterligere bidratt til en god utvikling.

De mange små mediehusene med aviser som kommer ut en eller noen få dager hver uke, er en viktig del av Polaris Media. Ingen andre mediekonsern har en så sterk stilling i dette grunnfjellet av mindre mediehus, og dette ble ytterligere styrket i 2010. Med noen få unntak viser disse mediehusene

også en positiv utvikling, og de vil spille en viktig rolle i sine lokalsamfunn i svært mange år fremover. Derfor er de også en del av ryggraden i et konsern som vårt, og det har høy prioritet å bidra til videre utvikling.

Polaris Media Nordvestlandet fikk også i 2010 et sterkt resultat, noe som ytterligere understreker at kjøpet av Edda Medias virksomheter på Nordvestlandet i 2009 var vellykket. I tillegg til å bidra med gode tall, har selskapene på Nordvestlandet vist at de har mye erfaring og kompetanse av avgjørende betydning når vi i stort tempo skal bygge ett av Norges ledende mediekonsern. Regionen bidrar også sterkt til nyskaping, noe som forsterkes i samspill med mediehus i Trøndelag og Nord-Norge. Ett av eksemplene er satsingen på Kortreist, som startet med en serie av reportasjer om nære reisemål i Romsdals Budstikkens distrikt. Innen utgangen av 2011 vil mer enn 500 slike reportasjer ha stått på trykk i konsernets aviser, og i mai lanseres en egen portal på nettet.

Satsingen på «5 rette» er også spennende. Med utgangspunkt i et prosjekt utviklet i Sunnmørsposten, deltar nå bortimot 12 000 ungdomsskoleelever fra sør til nord i konkurranser knyttet til sitt lokale medie-

hus. Ungdommene skaffer seg kunnskap fra avisen eller nettstedet lokalt, og det er skapt et stort engasjement i skoleklassene.

Selv om utviklingen er god i mediehusene, var det også i 2010 Polaris Trykk som var den største bidragsyteren til konsernresultatet. I tillegg til de faste oppdragene for konsernets aviser og eksterne aviser, hevder selskapet seg godt i konkurransen om eksterne, nasjonale oppdrag. I sum gav det nok et sterkt år og ytterligere fremgang fra 2009. Med en EBITDA på 121 millioner kroner, stod Polaris Trykk for rundt halvparten av konsernets EBITDA-resultat i 2010. Både kvalitets- og resultatmessig er Polaris Trykk i aller fremste rekke blant Norges trykkeriselskap.

Verken i dette selskapet eller i resten av konsernet, hadde det vært mulig å oppnå dette uten stor innsats fra de ansatte og et nært samarbeid med de tillitsvalgte. I ledelsen opplever vi at det i hele konsernet er en sterk vilje til å stå på for at små og store mediehus og trykkerier skal hevde seg i en stadig tøffere konkurranse. For å bidra til et godt samspill mellom mediehusene og mellom tillitsvalgte og ledelse, ble det også i 2010 arrangert en Polaris-

konferanse. Etter en vellykket debut i 2009, vil det i oktober 2011 også arrangeres en ny Polarisfest for alle ansatte. Målet er å styrke og tydeliggjøre den gode bedriftskulturen i Polaris Media. Det første lederforum i Polaris Media ble avholdt i mars i år.

I administrasjonen og konsernstyret har det i 2010 blitt brukt mye tid på struktur. Etter vårt syn er det viktig for Polaris Media å ha en offensiv tilnærming til de strukturerendringer som ser ut til å bli en realitet i den norske mediebransjen de nærmeste årene. Det er også en spesiell utfordring at Schibsted må selge 36,3 prosent av aksjene i Polaris Media før sommeren i år.

Med de gode resultatene vi oppnår og den vellykkede oppbyggingen av Polaris Media, har vi stor tro på at vi skal komme styrket ut av denne prosessen. Vi er bedre rustet enn noen gang til å ta fatt på utfordringene, og vi ser frem til å utvikle konsernet videre.



Per Axel Koch
konsernsjef





Nana Ana Adu er ett av konsernets 533 avisbud som sørger for at avisa blir levert hjem til abonnentene hver dag.

Viktige hendelser



1. kvartal 2010

Polaris Media og Edda Media undertegner intensjonsavtale om å utrede muligheten for å slå sammen trykkerivirksomhetene i de to selskapene.

Polaris Trykk inngår landsdekkende avtale om trykking av Coop Norges kundeaviser.

Sunnmørsposten overtar de siste 35 % av aksjene i Møre-Nytt og eier etter dette 100 % av selskapet.

Harstad Tidende Gruppens senter for redaksjonell sideproduksjon etableres hos Troms Folkeblad på Finnsnes.

2. kvartal 2010

Harstad Tidende Gruppen kjøper 100 % av aksjene i Vesteraalens Avis og 80 % av aksjene i Sortlandsavisa.

Sunnmørsposten kjøper 80 % av aksjene i nettavisen Herøynytt (heroyntt.no)

Polaris Media kjøper 10,1 % av aksjene i Trønder-Avisa og inngår en strategisk samarbeidsavtale med Trønder-Avisa.

Adresseavisen Gruppen selger 20 % av aksjene i Levanger-Avisa til Trønder-Avisa.

Trykkerieiendommene i Ålesund og Harstad selges for NOK 59 mill.

Polaris Media og Edda Media er enige om å avslutte samtalene om sammenslåing av trykkerivirksomhetene, men er enige om å arbeide tettere sammen for å realisere gevinster for begge konsernene.

3. kvartal 2010

Eierandelen i Altaposten økes fra 70 % til 78 %.

Eierskapet i Brønnøysunds Avis overføres fra Harstad Tidende Gruppen til Adresseavisen Gruppen.

4. kvartal 2010

En betalt iPad-versjon av Adresseavisen lanseres.

Polaris Medias nest største aksjonær, Roll Severin Co AS, begjærer konkurs. Eierskapet til aksjeposten overføres til konkursboet.

Konsernets Tjenestesenter for Økonomi (TSØ) etableres.

En rekke mediehus i Polaris Media tar i bruk Sunnmørspostens spørrekonkurranse «5 rette», og oppslutningen øker fra knappe 2 000 til bortimot 12 000 ungdomsskoleelever.

1. kvartal 2011

Harstad Tidende, iTromsø, Troms Folkeblad, Framtid i Nord og Altaposten blir en del av Storby-samkjøringen (Media Norge og Adresseavisen).

Framtid i Nord øker fra 3 til 4 utgivelser per uke.

Adresseavisen lanseres i nytt design og med en rekke nye innholdssatsinger, bl.a. knyttet til familieliv, forbrukerstoff, unge meninger og breddeidrett.

Trykkerieiendommen på Orkanger og forretningseiendommene i Harstad sentrum selges for til sammen NOK 97 mill.

Etter overføring av de siste oppkjøpte avisene i Vesterålen, blir annonsesidene i samtlige HTG-aviser unntatt Altaposten produsert hos Harstad Tidende Annonseproduksjon.

SpareBank1 SMN overtar aksjene fra Roll Severin Co AS' konkursbo og blir nest største aksjonær i Polaris Media.

Fakta om Polaris Media

Vår visjon

- Polaris Media skal være best på innhold og den foretrukne markeds plass i sine regioner, i alle mediekkanaler. Konsernets mediekkanaler skal kjennetegnes av kvalitet og nytenkning i alle ledd.
- Polaris Media skal ha en lokal og regional forankring, med en sterk redaksjonell frihet, uavhengighet og integritet.

Våre hovedmålsetninger

- Styrke det enkelte mediehus sin posisjon gjennom bedret produkttilbud i alle kanaler
- Bli ledende på internett og digitale tjenester i våre markeder
- Være en av Norges ledende trykkeriaktører
- Oppnå sterke økonomiske resultater

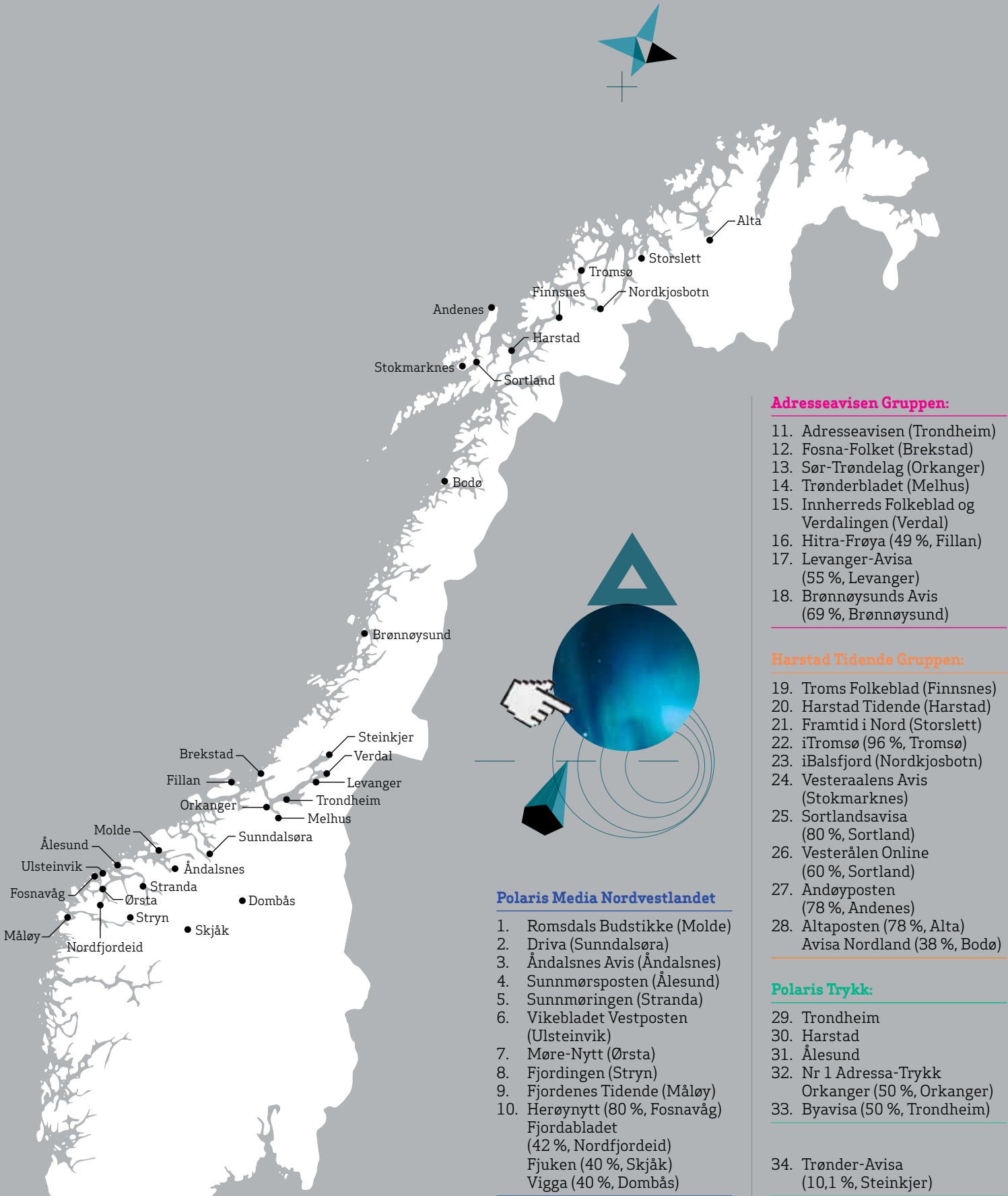
Vår strategi

- Videreutvikle nr. 1-posisjoner og øke distribusjonskraften. Hvert enkelt mediehus og Medielaben i Adresseavisen arbeider bevisst med produktutvikling for å etablere nr. 1-posisjoner og øke den digitale distribusjonskraften.
- Utvikle attraktive forretningsmodeller som øker kapitaliseringen på nr. 1-posisjoner. Nettinntektene økte med 41 % fra 2009 til 2010.
- Utnytte kapasiteten i trykkeriene. Polaris Trykk har etablert en posisjon i det nasjonale siviltrykksmarkedet og intensiverer markedsarbeidet for å vinne flere siviltrykksoppdrag.
- Tilpasse organisasjonen og kostnadsstrukturen til den nye innholdsproduksjonen. Adresseavisen Gruppen og Harstad Tidende Gruppen er i ferd med å gjennomføre resultatforbedrende tiltak på til sammen NOK 160 millioner. I tillegg er det gjort betydelige grep i Polaris Trykk og Polaris Media Nordvestlandet.

Vår redaksjonelle plattform

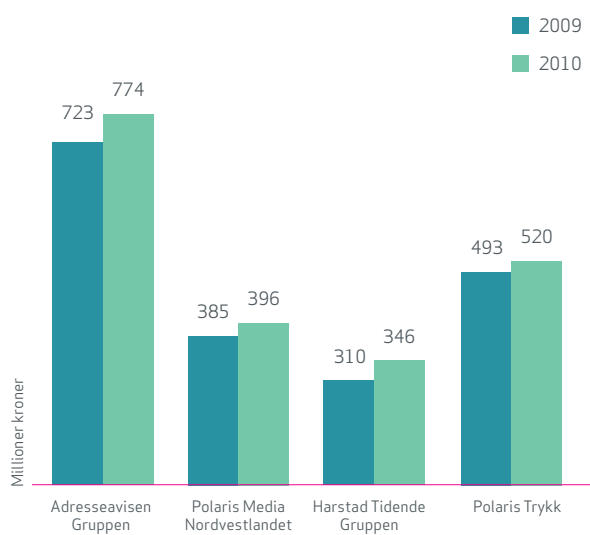
Selskapets publisistiske virksomhet skal drives på en måte som fullt ut sikrer den redaksjonelle frihet, uavhengighet og integritet i overensstemmelse med Redaktørplakatens prinsipper.

Selskapets medier har en forpliktelse overfor sine lesere, seere, lyttere og brukere om å stå for en nyhetsformidling som er fri for bindinger, åpen for meningsmangfold og på vakt mot maktmisbruk. Selskapet bygger sin virksomhet på lokal og regional forankring. Det er et overordnet mål å være talerør for – og kritisk medspiller til – en positiv utvikling lokalt og regionalt, og samtidig sette dagsorden nasjonalt.



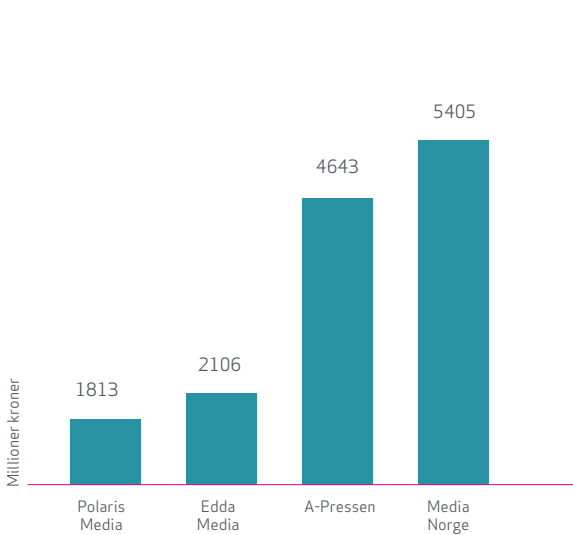
Fakta om Polaris Media

Omsetning Polaris Media

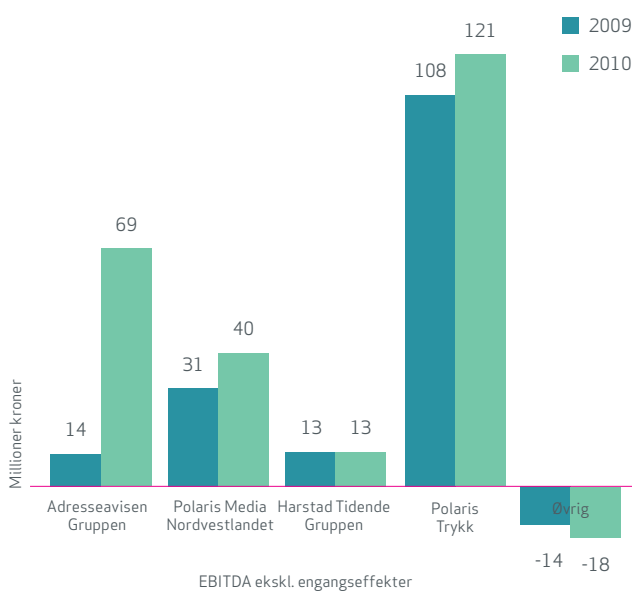


Polaris Trykk inkl. intern omsetning på hhv NOK 206 mill (2009 proforma) og NOK 227 mill (2010)

Omsetning viktigste mediekonsern i Norge

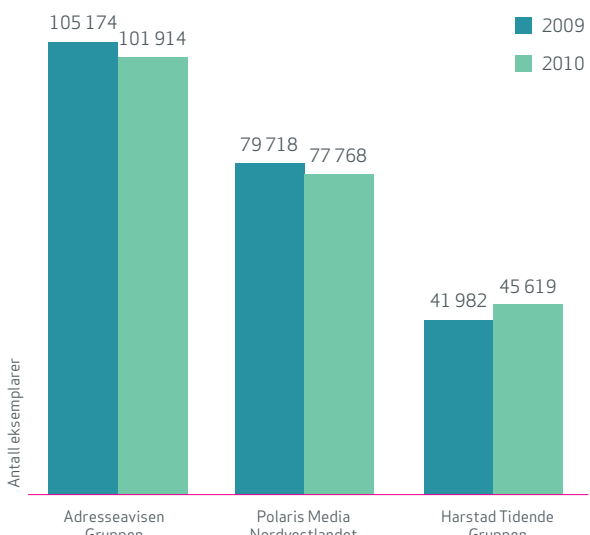


EBITDA Polaris Media



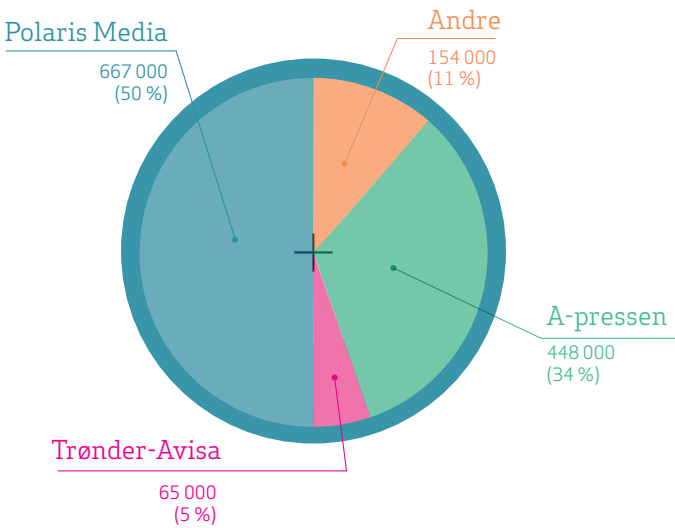
EBITDA ekskl. engangseffekter

Opplagsutvikling Polaris Media



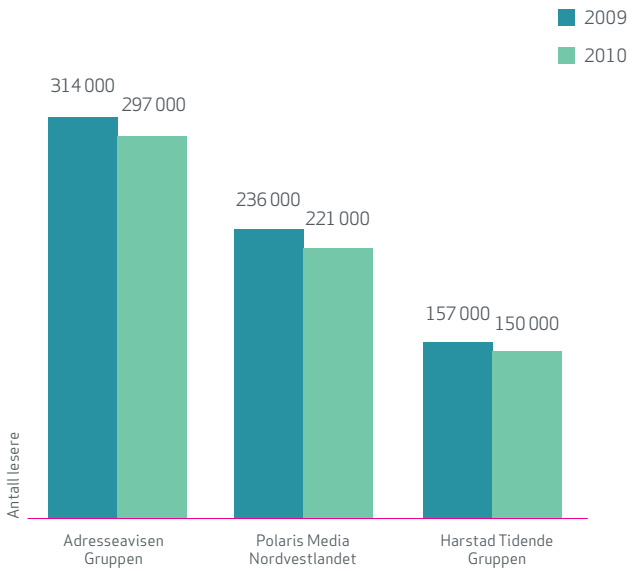
2009 korrigert for overføring av Brønnøysunds Avis fra HTG til Adresseavisen Gruppen

Daglige lesere 2010 i området fra Nordfjord til Finnmark



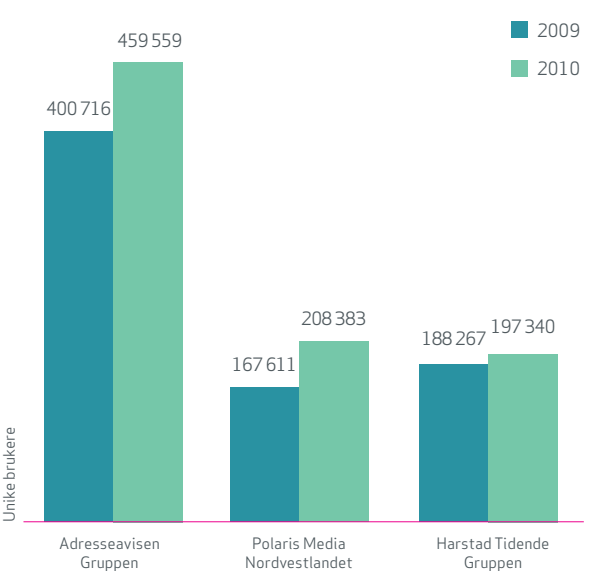
Kun lesere av lokale og regionale aviser. Polaris Media er inkl. Byavisa (50 %) og Avisa Nordland (38 %).

Lesertall Polaris Media



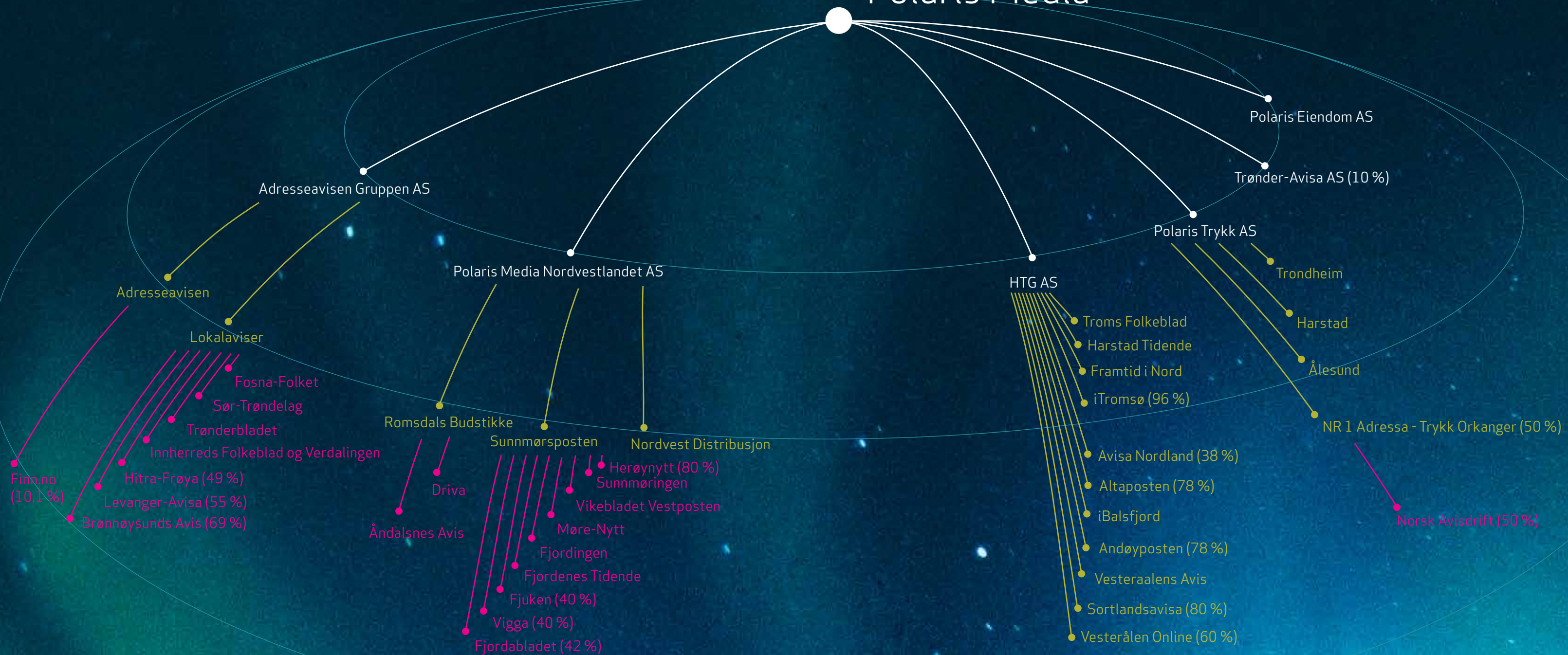
Kilde: Forbruker og Media 1/11 og 1/10
2009 korrigert for overføring av Brønnøysunds Avis fra HTG til Adresseavisen Gruppen

Unike brukere Polaris Media



Snitt per uke (brutto)
For 2009 er det ikke målinger for Fjordenes Tidende, Fjordingen og Sunnmøringen. Romsdals Budstikke er inkl fra uke 32/09
Kilde: TNS Scores
2009 korrigert for overføring av Brønnøysunds Avis fra HTG til Adresseavisen Gruppen

Polaris Media



Konsernstyret

Styret er sammensatt for å ivareta aksjonærfellesskapets interesser, og selskapets behov for kompetanse, kapasitet og mangfold. Styret i Polaris Media ASA består av ti personer med stemmerett, hvorav tre er representanter for de ansatte. Styrets syv aksjonærvalgte medlemmer velges av generalforsamlingen etter innstilling fra valgkomiteen. For å sikre kontinuitet i styret velges styret for en periode på to år, halvparten er på valg hvert år. I 2010 har styret avholdt 11 møter.



Kaare M. Gisvold
f. 1943, Styreleder

er utdannet Siv.ing/Dr. ing. ved NTH i 1967/1971. Han har bl.a. erfaring fra stillinger som daglig leder ved Havlaboratoriet, MARIN-TEK (1975-81), adm. dir. i Golar-Nor Offshore AS (1983-1997), konserndirektør i Petroleum Geo-Services ASA (PGS) (1997-2003) og styreleder i Det norske Oljeselskap ASA (2005-2009). Han har vært styreleder i Adresseavisen ASA (1993-2008) og styreleder i Polaris Media ASA fra 2008. Leder av kompensasjonskomiteén i Polaris Media

Marit Arnstad
f. 1962, Nestleder

er utdannet Cand. Jur. ved Universitetet i Oslo i 1991. Hun har erfaring fra stillinger som blant annet Stortingsrepresentant, parlamentarisk leder for Sentrpartiets stortingsgruppe og statsråd i Olje- og Energidepartementet. Arnstad arbeider som advokat ved advokatfirmaet Arntzen de Besche i Trondheim. Hun har en rekke styreverv og er blant annet styreleder ved NTNU, i Statskog SF og nestleder i styret i Statoil ASA. Medlem av revisjonskomiteén i Polaris Media

Terje Roll Danielsen
f. 1956

har tatt jusstudier ved Universitetet i Oslo (1975-1976 og 1976-1980) i tillegg til befalskole (1976). Han har erfaring fra stillinger som journalist i Adresseavisen (1980-1985), direktør i Trondhjems Handelstands Forening (1985-1987) og markedsdirektør i Aker Eiendom (1987-1990). Roll Danielsen har siden 1990 drevet egen investeringsvirksomhet i eiendomsprosjekter og børsnoterte papirer. Medlem av kompensasjonskomiteén i Polaris Media

Terje Eidsvåg
f. 1966

er utdannet ved NTNU, og Eidsvåg har siden 1996 vært journalist i Adresseavisen. Eidsvåg er tidligere medlem av Norsk Journalistlags landsstyre, arbeidsutvalg og forhandlingsutvalg og sitter i dag i kontrollkomiteén til journalistlaget. Ansattrepresentant

Gudrun Guldahl
f. 1980

har en bachelorgrad i journalistikk fra Høgskolen i Oslo (2005), med sammenliknende politikk som sidefag. Hun har i tillegg grunnfag i historie, organisasjonspsykologi og pedagogikk fra henholdsvis Universitetet i Bergen og Universitetet i Oslo. Guldahl har tidligere arbeidet som journalist i Aust Agder Blad, Asker og Bærum Budstikke og HTG Multimedia. Hun arbeider i dag som nettpjournalist i Mediehuset iTromsø. Guldahl er medlem av styret i Norsk Journalistlag i Polaris Media. Ansattrepresentant

Liselott Kilaas
f. 1959

er utdannet MSc, matematisk statistikk ved Universitetet i Oslo og MBA ved IMD Lausanne, Sveits. Hun har erfaring fra stillinger som partner i PA Consulting Group, viseadministrerende direktør for Stento ASA og COO i Zenitel. Kilaas har siden 2006 vært adm. dir. i Aleris Norge AS. Kilaas er medlem av hovedstyret i Norges Bank og styremedlem i Telenor ASA. Medlem av revisjonskomiteén i Polaris Media

Frode Nordseth
f. 1967

er utdannet fra Universitetet i Bergen og Sjøkrigsskolen. Han har erfaring fra stillinger som befal i Sjøforsvaret, budget/fiscal officer i NATO, controller i Aftenposten og CFO/COO/viseadm. dir. i FINN.no. Nordseth har siden 2010 vært konserndirektør for strategi og operasjonell virksomhet i Media Norge og er styremedlem i bl.a. Aftenposten, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Willhaben (Østerrike). Leder av revisjonskomiteén i Polaris Media

Stig Eide Sivertsen
f. 1959

er utdannet fra Durham University Business School og Universitetet i Bergen. Han har erfaring fra stillinger som finansdirektør i Schibsted og PGS, adm. dir. i Nettavisen, konserndirektør i Telenor ASA, adm. dir. i Telenor Broadcast og konsernsjef i Opplysningen. Han er styremedlem i bl.a. Gyldendal, EMGS og Open Ad Exchange. Medlem av kompensasjonskomiteén i Polaris Media

Bjørn Sletvold
f. 1952

er utdannet trykker med fagbrev. Sletvold har vært ansatt i Adresseavisen siden 1971, først innen avislevering og fra 1977 i trykkeriet som trykker. Sletvold er leder for Fellesforbundet i Polaris Trykk Trondheim AS. Ansattrepresentant

Bente Sollid
f. 1967

har mellomfag i statsvitenskap og deleksamener fra økonomi og administrasjon fra Høgskolen i Molde. I 1994 startet hun Digital Hverdag som i løpet av få år og mange fusjoner ble it-konsultentselskapet Cell Network ASA. Hun ledet selskapet frem til mai 2000. Sollid har siden 2001 arbeidet som selvstendig konsulent og som styreleder/styremedlem for større selskaper innenfor media og IT-bransjen.

Konsernledelsen

Konsernledelsen består av konsernsjef, CFO, administrerende direktør i Adresseavisen, sjefredaktør i Adresseavisen, administrerende direktør i Harstad Tidende Gruppen, administrerende direktør i Polaris Media Nordvestlandet og administrerende direktør i Polaris Trykk.



Per Axel Koch (f. 1961)
Konsernsjef Polaris Media ASA

Per Axel Koch er utdannet siviløkonom ved NHH i 1985 og tok høyere avdeling ved NHH i 1985-1987. Han har erfaring fra stillinger som prosjektkonsulent i Wilh. Wilhelmsen Ltd, konsulent i McKinsey & Co, direktør (1991-92), visedministrerende direktør (1993-95) og administrerende direktør (1996-2006) i Adresseavisen og konsernsjef i Adresseavisen konsern (2007-08). Konsernsjef i Polaris Media fra 2008.



Tove Nedreberg (f. 1963)
Administrerende direktør i Adresseavisen Gruppen AS og Adresseavisen AS

Tove Nedreberg har en bachelorgrad i økonomi og administrasjon fra Trondheim Økonomiske Høgskole (1985). Hun har erfaring fra stillinger som budsjettchef og økonomisjef i Norges Handels- og Sjøfartstidende, økonomisjef og assisterende direktør i Aftenposten og økonomidirektør i Adresseavisen. Nedreberg var visedministrerende direktør i Adresseavisen fra 2003 til 2008. Administrerende direktør i Adresseavisen og Adresseavisen Gruppen fra 2008.



Arne Blix (f. 1954)
Sjefredaktør Adresseavisen

Arne Blix er utdannet cand. jur. fra Universitet i Oslo i 1986. Journalist i dagbladet Tromsø (1976-78), VG (1978-85) og Adresseavisen (1985-87). Ansvarlig for etableringen av Journalistutdanninga i Nord-Norge (1987-89). Redigerer i UKE-Adressa (1989-92). Redaksjonssjef og redaktør med ansvar for produkt- og kompetanseutvikling i Adresseavisens redaksjon (1992-2000), nyhetsredaktør (2000-04), ansvarlig for tabloidkonverteringen (2004-06) og sjefredaktør fra 2006.



Rolf Erstad (f. 1954)
Administrerende direktør i Harstad Tidende Gruppen AS

Rolf Erstad har over 30 års erfaring fra mediebransjen i Nord-Norge fra stillinger som journalist, redaktør og administrerende direktør. Erstad har siden 2000 vært konsernsjef i Harstad Tidende Gruppen. Erstad er i dag administrerende direktør i Harstad Tidende Gruppen.



Steinar Bakken (f. 1949)
Administrerende direktør i Polaris Trykk AS

Steinar Bakken er utdannet driftsøkonom, og Bakken avla svenneprøve som trykker i 1970 og mesterbrev i boktrykkerfaget i 1971. Steinar Bakken har over 40 års erfaring fra trykkeribransjen fra stillinger som rotasjonstrykker, produksjonssjef i rotasjonen og ansvarlig for pakkeri- og plateavdelingen i Adresseavisen. Bakken har siden januar 1999 vært administrerende direktør i Adressa-Trykk og er nå administrerende direktør i Polaris Trykk.



Harald H. Rise (f. 1959)
Administrerende direktør i Polaris Media Nordvestlandet AS

Harald H. Rise er utdannet cand. mag. i Norge og har journalistutdanning fra USA. Han har yrkeserfaring som journalist og vaktsjef i Sunnmørposten (1985-93), informasjonssjef i Ulsteinkonsernet (1993-94), ansvarlig redaktør (1994 - 2007) og administrerende direktør (2002- 07) i Sunnmørsposten og konserndirektør i Edda Media (2007-09).



Per Olav Monseth (f. 1979)
CFO, Prosjekt- og forretningsutvikling

Monseth er utdannet siviløkonom ved NHH med spesialisering i finans. I tillegg har Monseth grunnfag i psykologi og befalskole for marinen. Monseth har vært Vice President i det New York-baserte investerings-selskapet Lindsay Goldberg, og har tidligere vært tre år i McKinsey & Co. Konserndirektør for prosjekt og forretningsutvikling i Polaris Media fra 2009 og utvidet sitt ansvarsområde til CFO fra mai 2010.



Virksomhetsområder

God utvikling for Adresseavisen Gruppen.

Resultatforbedrende tiltak og positiv markedsutvikling ga Adresseavisen Gruppen et godt resultat i 2010.

Tove Nedreberg, administrerende direktør, er fremoverlent og engasjert. Hun trekker frem de ansattes arbeid som en viktig faktor til at de nå har en bedre utvikling.

Dette er de to hovedtrekkene Nedreberg peker på som viktige for at gruppen fikk bedring i lønnsomheten i 2010. - Vi har for det første gjennomført resultatforbedrende tiltak med i størrelsesorden 88 millioner kroner. Dette er effekten vi tar ut for å ha gjennomført en langsiktig plan fra 2008/2009. For det andre fikk vi en bedre markedsutvikling i 2010. Den viktigste vekstindikatoren er økningen i stillingsannonser. Når også store bransjer som eiendom, bil og dagligvare går bedre, sier dette mye om farten i markedet. Jeg vil understreke at dette dessuten er resultatet av langsiktig og målrettet arbeid fra våre ansatte. Vi høster av felles innsats.

Kongstanken

Med sjefredaktør i Adresseavisen Arne Blix som makker styrer hun Adresseavisen Gruppen med stø hånd. Det merkes at disse jobber godt sammen og kjenner hverandre. Der Tove Nedreberg starter setningen kan Blix finne på å avslutte.

En av kongstankene i Polaris Media var å etablere felles funksjoner innen produksjon og utvikling av papirutgaven fra alle konsernets mediehus og redaksjoner til gode. Digital Medielab er et eksempel.

- For oss handler dette i stor grad om å tilpasse nye produkter til nye leser- og brukervaner, sier Arne Blix, og det er noe som hele konsernet opplever. Mens papiravisene faller i opplag øker bruken av digitale medier blant leserne. En utfordring også mange

små lokalaviser sliter med. Digital Medielab skal gi disse, og andre, verktøy og kunnskap til å takle denne utfordringen. Medielab er lagt til Adresseavisen i Trondheim - og våren 2010 hadde alle mediehusene den digitale grunnmuren på plass gjennom en felles publiserings- og tjenesteplattform.

Utvikling i alle kanaler

- Vi så tidlig at det var viktig med en felles publiseringsplattform på nett, og vi merker allerede synergieffektene ved å være et mediekonsern med virksomhet i tre regioner. Dette er helt klart en styrke for oss som konsern. I tillegg har vi spesielt fokusert på to større utviklingsprosjekter, sier Nedreberg, utvikling på lesebrett/Ipad og mobile tjenester.

I starten av desember var Adressas lesebrett/Ipad-løsning klar til bruk. I tillegg har de hatt et omfattende mobilprosjekt i samarbeid med det svenske mediekonsernet Stampen.

- Samtidig tror vi at midt i utviklingen i nye kanaler, er det minst like nødvendig med utviklingen på papir. Arne Blix har planer og vyer for Adresseavisen.

Som et resultat av denne erkjennelsen har Adresseavisen gjennom det siste året analysert og spurt leserne hva de synes om produktet. Svarene av denne undersøkelsen har ført til en betydelig endring av papirutgaven fra januar 2011 betydelig. En oppgave som har vært forberedt gjennom store deler av 2010.

Utfordringer

2010 har bydd på et oppsving for annonsemarkedet. - En av bærebjelkene våre er annonsemarkedet, sier Nedreberg. Vi jobber tett på og i nært samarbeid med våre kunder

Adresseavisen

Adresseavisen Gruppen AS består av mediehusene Adresseavisen, Fosna-Folket, Avisa Sør-Trøndelag, Trønderbladet, Innherreds Folkeblad Verdalingen, Brønnøysunds Avis, Hitra-Frøya (49%) og Levanger-Avisa (55%), samt Adressavisens Telefonsjener og Adressa Distribusjon. Adresseavisen eier 10,1% av Finn.no AS.

Mill NOK	2010 FAKTISK	2009 FAKTISK
Driftsinntekter	774	723
EBITDA ekskl engangseffekter	69	14
Resultat før skatt	80	12
Annonsevolum (spalte-meter)*	40 556	38 308
Opplag per 31.12.*	101 914	105 174
Unike brukere (brutto, snitt per uke)*	459 559	400 716
Årsverk per 31.12.*	410	447

* FJØRÅRSTALL KORRIGERT FOR
OVERFØRING AV BRØNNØYSUNDS
AVIS FRA HTG



For oss handler dette i stor grad om å tilpasse nye produkter til nye leser- og brukervaner

lokalt og regionalt. Nasjonalt er salgssamarbeidet gjennom «storby» viktig. Storbyalliansen (Media Norge og Adresseavisen) består av de største regionavisene nasjonalt og er markedsledende (leserdekning). Storby kan nå også tilby distribusjon i Nord-Norge gjennom innlemmelsen av HTG i samarbeidet. Vi har bygd opp kompetansesenter både for opplag- og annonseområdet i Adresseavisen for Polaris Media. Dette er et samspill mellom store og små mediehus som løfter kompetansen for alle, blant annet gjennom utveksling av suksesshistorier.

– Opplagsfallet er en utfordring – men samlet sett gjennom alle Adresseavisens kanaler, så styrker vi posisjonen – når vi ser på summen nett, papir, web TV og radio, sier Arne Blix. Her er regionen i tråd med den utviklingen vi ser samlet fra bransjen med opplagsfall. Endringene handler mye om hvordan mediebruken utvikler seg.

– Et av våre mottrekk er å jobbe bevisst med salg og god kundeservice – men de viktigste grepene vi kan ta er gjennom produktene vi tilbyr, sier Nedreberg, før Arne Blix fortsetter: – I dette utviklingsarbeidet har tre stikkord vært førende for oss: relevans, tid og dialog. Produktet må være relevant for leserne, tid er viktig for de som ønsker en rask oppdatering over de viktigste sakene, men også for de som ønsker dypdykk i sakene. Dialog handler om at vi ønsker å styrke dialog- og debattarenaen vi har med leserne.

Akkurat på dette feltet har Adresseavisen muskler. De har en sterk posisjon i Midt-Norge ved å ha publisert i parallelle kanaler i 15 år. Både Blix og Nedreberg ser muligheter her.

– Vi har tro på mulighetene i kanalene samlet, påpeker Blix. – Her gir endringene i

folks mediekonsum oss både utfordringer og muligheter. Kjernen skal alltid være det redaksjonelle innholdet, og der skal vi levere. Vi må være der leserne våre vil at vi skal være. Derfor prioriterer vi også arbeidet med mobil, lesebrett og Ipad. Disse vil også være med å styrke de eksisterende kanalene. Det er viktig at vi tar vare på kontrakten med abonnentene våre, ved å tilby tilgjengelighet og funksjonalitet. Dette åpner muligheter for tilleggsprodukter og andre kanaler.

Tid og oppmerksomhet

Mediebransjen generelt har gått fra å ha en sterk konkurranse mellom aviser til en konkurranse om tid og oppmerksomhet på andre måter. Satt i et globalt perspektiv, hvor man har konkurranse fra hele verden og tilgang til alle kanaler hele tiden. Å utfordre dette fra et lokalt/regionalt nivå er en betydelig oppgave. Derfor er det viktig å finne vårt konkurransefortrinn. Vi ser på nærhet som et av våre fortrinn.

Det viktigste i denne kampen er selvsagt å være tro mot våre kjerneverdier, det som gjør oss unike, sier Arne Blix. Derfor har Adressa også spurt brukerne hva de vil ha. De har gjennomført flere forskjellige spørreundersøkelser, og resultatet er opplyftende. Abonnentene er i all hovedsak tilfredse med det de får. I tillegg ser vi at de som ikke er abonnenter, men som likevel leser avisen på jobben eller andre steder er også fornøyde, og det var en overraskelse, kommenterer Blix.

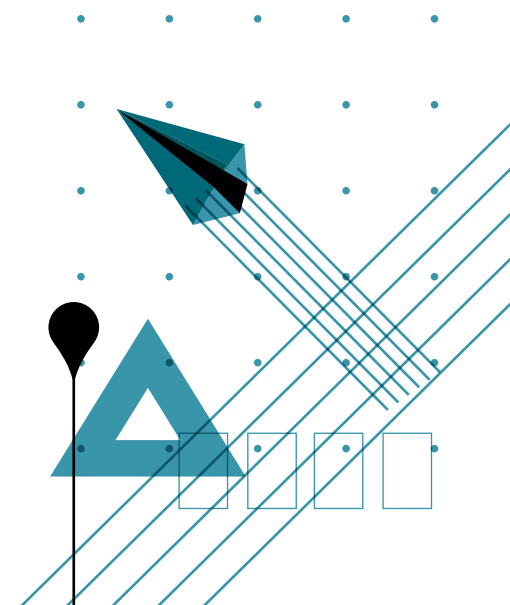
Det leserne etterlyser er mulighet for å lese avisen mer tidseffektivt. Mange er i tidsklemma, her ser vi at de yngre leserne, unge familier, er. Disse er en utfordring å nå. Vi ønsker derfor en større delaktighet i denne

generasjonens hverdag for å skape mer relevans. Trondheim er den byen som vokser hurtigst i Norge akkurat nå, vi har mange potensielle lesere vi kan nå. Andre områder som vi som region og lokalavis kan bli bedre på er forbruker-/nytteperspektivet. – Vi ser også at befolkningsendringen i Trondheim betyr mye for hvordan papiravisen skal få nye abonnenter. Her ser vi at Trondheim som innflytterregion gir oss muligheter som vi bør og skal utnytte bedre.

Fremtidsvyer

Den viktigste utfordringen vi kommer til å ha er å skape nye forretningsmodeller på nett i den transformasjonen om nå skjer. Hvilken forretningsmodell som velges er avgjørende for oss. Tiden vil nok vise at det ikke bare er en modell som gjelder på nettet. Vi skal nok fremdeles ha en gratis, annonsefinansiert løsning, men ser også at det er etterspørsel etter redigerte produkter og dybdesaker som gir grunnlag for betaling uavhengig av distribusjonsform.

Nedreberg og Blix har tro på en god utvikling i regionen, med olje, gass, eiendomsprosjekter og kunnskapsbyen Trondheim som gir tilskudd av studenter, bedrifter og gode ideer. – Dette er muligheter vi må kunne utnytte til vår egen og lesernes fordel. Med Trondheim som et regionsenter for Midt-Norge blir dette viktig for oss i fremtiden. Men det vil også stille sterkere krav til oss som mediehus. I dette landskapet blir utfordringen å holde på profilen som en regionavis, men med lokal tilnærming, samtidig vil nye lesergrupper gi oss nye utfordringer. Og som vi ser vi kan løse internt i Adresseavisen Gruppen og i samarbeid med andre mediehus, både nasjonalt og internasjonalt.





Polaris Media Nordvestlandet

Polaris Media Nordvestlandet AS består av mediehusene Romsdals Budstikke, Driva, Åndalsnes Avis, Sunnmørsposten, Sunnmøringen, Vikebladet Vestposten, Møre-Nytt, Fjordingen, Fjordenes Tidende, nettstedet Herøynytt, Fjordabladet (42%), Fjuken (40%) og Vigga (40%) samt Nordvest Distribusjon.

«Annerledeslandet»



I sitt første hele driftsår i Polaris Media Nordvestlandet, forberedte administrerende direktør Harald H. Rise seg på enda tøffere tider for det regionale næringslivet og ditto utfordringer for konsernets mediehus. Når året er omme, kan han puste lettet ut.

– Kort oppsummert kan vi si at vår posisjon er like sterk nå som før finanskrisen satte inn, og vi har oppnådd resultater som er bedre enn vi kan forvente i en slik periode, sier Rise.

Polaris Media Nordvestlandet ble etablert i 2009, og 2010 var det første hele driftsåret. Sentralt i denne gruppen står to store mediehus; Sunnmørsposten og Romsdals Budstikke. I konsernsammenheng er Sunnmørsposten nest størst etter Adresseavisen. I tillegg kommer en rekke lokalaviser. Til sammen er det 12 aviser, inkludert tre aviser der Polaris Media ikke er majoritetsseier.

– Da Polaris Media kjøpte, var mediehusene på Nordvestlandet sterkt integrert i et annet konsern, Edda Media, fortsetter Rise, som har tatt turen til Romsdals Budstikke i Molde denne dagen.

– Det har gitt oss en del utfordringer. Parallelt med løsrivelsen fra Edda Media på område etter område, er vi med på å bygge gode løsninger i et nytt mediekonsern. Rise setter seg bedre til rette i sofaen. Han

snakker både på innpust og utpust, som sunnmøringer flest.

En «varslet krise»

Finanskrisen rammet verden – og Norge – for alvor i 2008/2009. Nordvestlandet ble også rammet, men kom seg ut av første året med begge beina på jorda, og med forholdsvis gode resultater. Erfaringsmessig kommer det en større smell når ordrebøkene tømmes i de lokale bedriftene. Men den «varslede krisen» på Nordvestlandet uteble i 2010.

– Ser vi på annonsemarkedet og spesielt «stilling ledig», så gir det ofte en pekepinn på hvor godt det lokale næringslivet greier seg. Vi fikk faktisk en oppgang i dette segmentet i 2010. Det var stikk i strid med det som ble spådd, men ikke mindre gledelig.

I tillegg til at markedet utviklet seg bedre enn forventet, har mediehusene i Polaris Media Nordvestlandet hatt resultatmessig effekt av omstillingstiltak som er gjennomført de siste årene. Det er bygd en struktur som i sterkere grad tåler at markedet svinger.

Virksomhetsområder

Mill NOK

Driftsinntekter
EBITDA ekskl engangseffekter
Resultat før skatt

2010
FAKTISK

396
40
28

2009
PROFORMA

385
31
12

Annonsevolum (SPALTEMETER)
Opplag per 31.12.
Unike brukere (brutto, snitt per uke)*
Årsverk per 31.12.

22 906
77 768
208 383
203

23 208
79 718
167 611
199

* For 2009 er det ikke målinger for Fjordenes Tidende, Fjordingen og Sunnmøringen. Romsdals Budstikke er inkl fra uke 32/09

Sunnmørsposten
Romsdals Budstikke

De gode ideene oppstår både i små og store miljøer, og i fellesskap kan vi få til en bedre utvikling for alle. Det gir resultater.

Noe å strekke seg etter

Harald H. Rise understreker at det har vært viktig å forankre Nordvestlandet som en viktig del av konsernet.

– Vi har ambisjoner om å ha redaksjonell suksess både på papir og nett. Han legger heller ikke skjul på at kommersiell suksess er viktig, og en av fordelene ved å være i et konsern, er å ha noen å måle seg mot og strekke seg etter.

– I Polaris Media har Adresseavisen de økonomiske musklene og ressursene til å være et lokomotiv for oss andre i konsernet. Det gjelder utvikling av nye produkter og løsninger, og det gjelder arbeidet ut mot kundene.

– På Nordvestlandet har det vært viktig å samle mediehusene i regionen i sterkere grad enn før. Vi skal løse flere ting i fellesskap og utvikle hverandre positivt. Ved å samarbeide mediehusene imellom, får vi større slagkraft. I dette bildet har også de små mediehusene en sentral plass. De er en veldig viktig del av Polaris Media Nordvestlandet. De gode ideene oppstår både i små og store miljøer, og i fellesskap kan vi få til en bedre utvikling for alle. Det gir resultater.

Opplagstall

Også avisene på Nordvestlandet opplever opplagsnedgang. Men dette er jo ikke noe regionalt fenomen, det merkes over hele landet. En av årsakene er endringer i folks medievaner; noe som særlig har rammet løssalget det siste året. Rise fremhever likevel at særlig de mindre avisene holder stillingen godt, og enkelte har også positiv abonnementsutvikling.

I Polaris Media Nordvestlandet er det også et distribusjonsselskap. I løpet av 2010 har sel-

skapet gjennomført en omfattende revisjon av så godt som samtlige budruter i regionen. Både dette og andre tiltak er gjennomført for å få bedre kontroll på kostnadene i en tid da inntektene går ned som følge av lavere opplag.

Rendyrking og nærhet

– Mens vi tilpasser oss den digitale verden, må vi ikke glemme at vi også skal utvikle papiravisen, slår Rise fast. Når leservanene endrer seg, må også avisen endre seg. Det er viktig at den er relevant for folk, og at nett og papir utfyller hverandre. Satsingen på å tilby produktet på lesebrett vil også være med på å utvikle papirproduktet.

– Vi ser at leserne vil ha spissa nyheter og enklere produkt, men vi må ikke glemme at grunnlaget for det vi driver med er journalistikk. Det er svært viktig å ta vare på den grunnleggende og gode journalistikken. Det er den som er selve fundamentet for alt det andre arbeidet vi gjør. Det er også viktig å rendyrke lokale produkter og ta vare på nærheten til lokalsamfunnet.

Nettopp en slik satsing i Romsdals Budstikke, er i ferd med å bli en stor konsernsatsing. I mediehuset var de lei av innkjøpte reisereportasjer fra fjerne himmelstrøk og satset i stedet på en serie reportasjer fra sitt eget område. Nå produserer nesten alle redaksjonene i Polaris Media Kortreist-reportasjer fra sine områder. Rise er svært fornøyd med at neste steg er en felles nettsatsing på kortreist.no i hele konsernet, samtidig som prosjektet fortsatt er forankret i Romsdals Budstikke.

Et annet prosjekt som nå blir plukket opp av stadig flere mediehus i konsernet, er nyhetskonskurransen «5 rette» for elever i ungdomsskolen.

– Denne konkurransen er med på å «lære opp» de unge til å lese avisen. Sunnmørsposten startet prosjektet i samarbeid med en lærer. Elevene leser avisen gjennom hele uka, og får så fem spørsmål de skal svare på. Resultatene blir deretter presentert på mediehusets nettsted. Dette har blitt en stor suksess, både blant lærere og elever. Nesten 12000 elever over hele Polaris-land er i vinter med på konkurransen i regi av mediehuset i sitt lokalmiljø.

Kampen om reklamekronene

Kampen om reklamekronene er tøff, og det er viktig å få et enda sterkere grep om det regionale reklamemarkedet. Mange kroner tar andre veier enn tidligere, og stadig nye aktører, som Google og Facebook, konkurrerer også om de lokale kronene.

I denne konkurransen er det svært viktig å ha et godt digitalt tilbud. Polaris Media Nordvestlandet har solide posisjoner på nett, men har fortsatt mye å gå på når det gjelder digitale inntekter.

– Vi jobber også med å finne løsninger for å ta betalt for det redaksjonelle innholdet vi tilbyr på nettet, sier Rise.

Oppsummeringsmessig mener han at Polaris Media Nordvestlandet skal være fornøyd med 2010.

– Markedet ble bedre enn fryktet, og i små og store mediehus har det blitt gjort en svært god jobb. Med dyktige medarbeidere har vi taklet løsrivelsen fra Edda og overgangen til et nytt konsern på en god måte.

– Vi ser lyst på fremtiden. Nå er også spådommene positive for det regionale næringslivet, og vi har tro på en økning i reklameinntektene, ikke minst fra det digitale området. Det er selvsagt nok av utfordringer, men vi står godt rustet til å møte 2011, sier Rise.

Foto: Roger Engvik, Sunnmørsposten





Mill NOK	2010 FAKTISK	2009 FAKTISK
Driftsinntekter	346	310
EBITDA ekskl engangseffekter	13	13
Resultat før skatt	9	-6
Annonsevolum (SPALTEMETER)*	21 855	18 032
Opplag per 31.12.*	45 619	41 982
Unike brukere (brutto, snitt per uke)*	197 340	188 267
Årsverk per 31.12.*	212	206

* FJORÅRSTALL KORRIGERT FOR
OVERFØRING AV BRØNNØYSUNDS
AVIS TIL ADRESSEAVISEN GRUPPEN



Harstad Tidende Gruppen AS består av mediehusene Harstad Tidende, iTromsø Troms Folkeblad, Framtid i Nord, iBalsfjord, Altaposten, Andøyposten, Vesterdaals Avis, Sortlandsavisa og Avis Nordland (38%) samt nettstedet Vesterålen Online.

Virksomhetsområder

En lykkelig allianse

To år etter Polaris Media ble en realitet er Rolf A. Erstad klar på at Harstad Tidende Gruppen (HTG) aldri kunne ha funnet en bedre allianse.



HTGs administrerende direktør tar mot i nyinnflyttede lokaler. Forholdet er faktisk så ferskt at ingen skilt eller plakat viser veien til HTGs hovedkontor der de sitter i etasjen over en husprodusent i Strandveien i Tromsø. – Det viktige skjer jo ikke her, sier Rolf A. Erstad. Det skjer jo blant annet der. Han peker over til nabobygget, der mediehuset iTromsø holder hus.

Da Schibsted måtte ut som eier av Harstad Tidende Gruppen, var det to muligheter. – Vi kunne ha fortsatt alene i konkurransen med A-pressen med papiravisene, det hadde vi nok klart. Men i forhold til de digitale utfordringene var vi en mygg i et enormt landskap. Vi kunne umulig ta løftene på dette området alene. Vi var avhengig av en allianse. I Trondheim så vi en sterk aktør som viste seg både å være en god kulturell match og en aktør som hadde likt syn på medievirksomhet.

Polaris Media ble resultatet. HTG er den nordnorske mediedelen av konsernet.

Erstad konstaterer at de ville stilt langt svakere i dag uten denne alliansen. Et godt eksempel på det er utfordringene HTG fikk da annonsesamkjøringen Media Nor måtte oppløses. – Mange års godt samarbeid opphørte da A-pressen ønsket å endre modellen for nasjonalt annonsesalg. Da kunne HTGs mediehus blitt isolerte og små i et krevende marked. Men istedenfor å havne utenfor i annonsekampen, lykkes vi å få en avtale fra årsskiftet med Norges ledende annonseallianse – Storby. Det skyldes ikke minst Polaris Media og det nære samarbeidet med Adresseavisen, sier Erstad.

Integrert i storfamilien

– Det er nesten for godt til å være sant, men viser også hvorfor vi synes det er viktig å være en integrert del av en større familie, sier Erstad med et smil. – Annonseallianse og arbeidet med å bli en del av Storby er kanskje den viktigste saken HTG har landet i 2010. Samtidig har vi brukt tid på og re-fokusere strategi og reposisjonere oss i Nord-Norge. Vi fokuserer på området fra Vesterålen til Finnmark, med tre kjerneområder: Harstad og Hålogaland, Tromsø med Midt- og Nord-Troms, samt Alta og Finnmark.

HTG har forbedret posisjonen i dette markedet og står sterkere enn da de gikk inn Polaris Media. – HTGs papiraviser samlet er helt klart størst i Troms og jevnstore med A-pressen i Troms og Finnmark. Vi har også som mål å ta ledende posisjoner lokalt med nettavisene. Alle mediehusene kjører utviklingsprosjekter på digital utvikling.

HTG har kjørt gjennom flere tunge endringsprosesser i løpet av det siste året. – Vi har blant annet samlet all sideproduksjon hos Troms Folkeblad på Finnsnes og all annonseproduksjonen foregår i Harstad.

Det vi vet er at vi har ingen formel for å stanse leserflukten fra papir

I 2011 vil produksjonssenteret på Finnsnes ferdigstille over 40 000 redaksjonelle sider. – Prosessen har vært krevende, men kostnadene er kraftig redusert. Et slikt volum gir muligheter for en mer industriell prosess som er billigere og raskere, sier Erstad.

Dette var en prosess som møtte kritikk og skeptiske tilbakemeldinger. Flere fryktet for produktene, men Erstad mener å ha kontroll på dette. – Modellen vi utvikler blir best over tid. Vi har for eksempel ikke malstyring av sidene. Dermed mener vi å ta vare på fleksibiliteten og kvaliteten i deskarbeidet.

Opplagsfall og bedre økonomi

I 2010 ser HTG bedring i økonomien. – Jeg ser to klare årsaker til dette, sier Erstad. – Vi gjennomførte flere effektiviseringsprosesser, med annonse- og sideproduksjon som de viktigste. Dernest har annonsemarkedet bedret seg, både lokalt og regionalt.

Dette har ikke hindret fall i papiroplagene, som også rammer avisene i nord. Men det har tatt lengre tid enn lengre sør. – Vi ser at lokalavisene har hatt stabile tall over en lengre periode, selv etter at opplaget begynte å falle i de store region- og riksavisene, sier Erstad. – For oss kom fallet for alvor i 2010. Vi er usikre på hvorfor, det kan være en trendforsinkelse, slik at de tingene som har skjedd i lesermarkedet andre steder ikke påvirker lokalt før nå. Et bekymringsfullt trekk har vært det kraftige fallet i løssalget. Nordnorske aviser har historisk hatt en høy løssalgandel, og når denne faller kraftig er det grunn til bekymring. Vi tar høyde for ytterlige fall i året som kommer, men fortsatt vil lokalavisene ha en sterk posisjon og være ledende i lokale mediemarkeder. Samtidig styrker vi posisjonen digitalt, og totale leser- og brukertall utvikler seg fortsatt positivt.

Relevans og konsekvens

Digital satsing hindrer ikke HTG å jobbe systematisk med å fornye papiravisene. Her er

nøkkelordene relevans og konsekvens. – Vi vil at det avisene skriver om skal ha en relevans for leserne våre, det skal være viktig og ha konsekvenser. Dette er et mantra i de prosessene mediehusene gjennomfører, slår Erstad fast.

– Den tyngste og mest omfattende omorganiseringen er det iTromsø som har gjennomført det siste året, og tilbakemeldingene har vært gode. Harstad Tidende er i gang med en lignende fornyelsesprosess og samme type arbeid er, eller blir, satt i gang i de øvrige lokalavisene. For alle handler det om å komme nærmere leserne gjennom relevans, viktighet og konsekvens. – Vi må selvsagt tenke på hva leserne vil ha, men også på hva vi kan overraske dem med!

Under press

HTG opplever som andre steder at abonnementsmodellen er under press. Mediekonsumet endrer seg raskt, og hva som skal til for å rekruttere og holde på yngre lesere er ikke lett å vite. Hva som egentlig skjer med hensyn til leservaner og de dypere driverne i endringen er slett ikke enkelt å svare på, sier Rolf Erstad. – Jeg skulle ha gitt mye for å få vite det svaret.

– Det vi vet er at vi har ingen enkel formel for å stanse leserflukten fra papir, men vi tror jo at relevans og konsekvens er viktige nøkkelord. Det betyr at lokalavisene neppe kan holde på med alt de har gjort tidligere. Som et eksempel trekker han frem betydningen av lokal sport, hvor oppslutningen på endel sportsarrangementer har sunket betraktelig. Samtidig ser vi en større oppslutning rundt lokalt kulturliv. Slike oppdagelser har fått flere mediehus til å omprioritere ressursbruken. Det kan ikke være interessen til redaksjonsmedlemmene som styrer innholdet i avisen.

Kompetansepool

Den digitale hverdagen har inntatt mediehusene for fullt. Lokalavisene har nettaviser og mobilutgaver, og lesebrett er

like rundt hjørnet. iTromsø lanserte lesebrettutgave i midten av februar. I løpet av 2011 er planene at de aller fleste mediehusene skal tilby leserne avisprodukt i denne formen. – Vi forventer at en del av leserne vil ha lesebrett i tillegg til papiravis for å ha avisproduktet mer tilgjengelig. Derfor tror vi nok det tar lengre tid og mer videreutvikling før vi rekrutterer store skarer av nye lesere.

– Vi mener vi er forberedt som nyhetsorganisasjon. Vi har digitale redaksjoner som også produserer levende bilder, sier Erstad og nevner at Folkebladet på Finnsnes i snitt produserte to web-TV innslag per dag i 2010. Altaposten er multimediehus på papir, nettavis, lokal-TV og radio, og er godt forberedt. Her vil den digitale medielaben i Polaris Media være en pådriver for utvikling. Vi begynner å se hvor bra dette er. For å følge med utviklingen er det viktig å vite hva som skjer ute i verden, man trenger kolleger som hjelper deg til å se, lære og utvikle. Vi ser på medielaben i Adresseavisen som en viktig kompetansepool. Men jobben må vi gjøre selv.

Skape brukerinntekter

Økonomisk ser Erstad at gratis nettaviser fortsatt blir en viktig aktør, og annonser en viktig inntekstkilde. Samtidig vil det være viktig å skape brukerinntekter fra digitale produkter, dette må blant annet skje gjennom lesebrett. Annonseinntektene kan ikke alene bære hele grunnjournalistikken i Norge. De fleste nyheter bringes frem av den store skogen av lokale og regionale mediehus i landet.

Rolf A. Erstad ser ikke bekymringsfullt inn i fremtiden. Han er sikker på at Nord-Norge er mulighetenes landsdel, mer enn tidligere. – Det er en spennende landsdel som har store muligheter både innen havbruk/fiske, turisme, og energi – dette forventer jeg skal bli mer og mer tydelig i årene fremover, sier Rolf A. Erstad.

Foto: Scanpix





Virksomhetsområder

POLARIS TRYKK

Den viktigste saken hos Polaris Trykk i 2010 var å få innpass i det nasjonale siviltrykkmarkedet. Det slår administrerende direktør Steinar Bakken fast.

– Vi fikk et gjennombrudd i dette markedet i 2010 ved at vi fikk en avtale med COOP Norge om å trykke alle deres reklameaviser som skulle produseres i Cold Set.

Polaris Trykk AS består av fire trykkerier i Norge, som alle er svanemerket. Til sammen 70 aviser trykkes hos Polaris Trykk, som også er en ledende aktør i det nasjonale siviltrykkmarkedet. Polaris Trykk markedsfører desentralisert produksjon, som betyr produksjon så nær opptil det stedet avisene kommer ut, og kan tilby kundene blant annet kortere ledetider. – Dette har nok vært en medvirkende årsak til at vi fikk en årsavtale med Coop Norge, og det er vi selvsagt veldig fornøyd med.

Bidrar mest til felleskassa

Polaris Trykk AS er det selskapet i Polaris gruppen som fortsatt bidrar mest inn i felleskassa. Steinar Bakken trekker frem det gode samarbeidet mellom de ansatte og ledelse som en viktig årsak til at de klarer å levere så gode resultater.

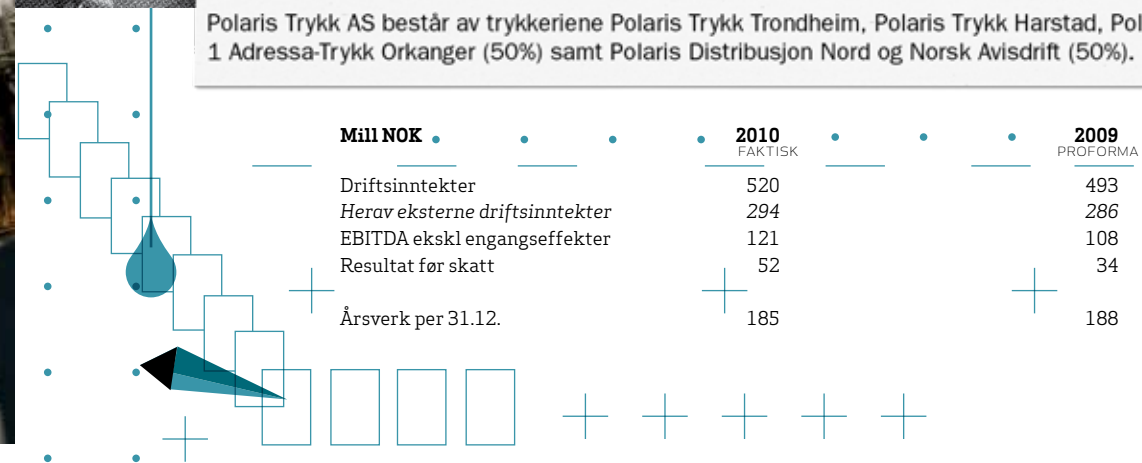
– Det fører til at en nødvendig og kontinuerlig forbedring i alle våre trykkerier blir gjennomført på en god måte. Vi samarbeider med de ansatte og tillitsvalgte på en måte som jeg tror passer for den virksomheten vi driver, sier Bakken.

På trykkeriet på Heimdal er bemanningen redusert med ca. 10 prosent i de siste årene. Hovedsakelig på grunn av naturlig avgang. Sammen med de ansatte og tillitsvalget har ledelsen ikke erstattet disse stillingene, men organisert arbeidet på en bedre måte slik at produksjonen fortsatt går greit med dagens bemanning.

– Det er mange måter å skape resultater på; vi forsøker å gjøre det sammen med de ansatte. Jeg bruker heller mer tid på å komme i mål med de ansatte på laget, enn å skulle dra de ansatte etter oss. Husk, det er de ansatte som skaper resultatene. De skapes ikke på kontoret her, sier Bakken og slår ut med armene. Det må vi ikke glemme.



Polaris Trykk AS består av trykkeriene Polaris Trykk Trondheim, Polaris Trykk Harstad, Polaris Trykk Ålesund og Nr 1 Adressa-Trykk Orkanger (50%) samt Polaris Distribusjon Nord og Norsk Avisdrift (50%).



Vellykkede omstillinger

Resultatene i Polaris Trykk AS er svært gode. – Vi ble ikke så hardt rammet av finanskrisen i 2009, slik at resultatet vårt det året også ble godt. I 2010 vokser vi ytterligere på resultater og vi vil fortsatt være hovedbidragsyteren til resultatet i konsernet. Det viser at «den gamle industrien» klarer å omstille og forbedre seg, smiler Bakken.

Steinar Bakken har selv vært i bransjen i 46 år, fra han startet som visergutt hos et trykkeri i Trondheim. Hans kjennskap til bransjen og kunnskap om arbeidsforholdene er nok en stor fordel når han nå leder fire trykkerier med til sammen 180 ansatte.

Fallende opplag gir nye oppdrag

I løpet av de siste årene har avisopplagene hatt en fallende tendens, men det har også bidratt til at Polaris Trykk har fått muligheter til og tre inn på det nasjonale siviltrykkmarkedet – avtalen med Coop er et eksempel. Avtalen er nå reforhandlet og er forlenget til mars måned 2012.

– Det er meget sjelden at slike avtaler gjelder for mer enn ett år av gangen. Vi har i dag et samarbeid med Edda Trykk som også har resultert i en avtale om å trykke alt reklameavisen for G-Sport også i to år fremover. De økonomiske resultatene har gitt oss mulighet til å investere i utstyr slik at vi har fått økt produksjonskapasiteten til å kunne ta større opprag som Coop og G-Sport.

De største utfordringene i fremtiden for Polaris Trykk er den gradvise nedgangen i avisopplagene, spesielt gjelder dette de store riksdekkende avisene som de produserer i flere av trykkeriene.

Kvalitet til rett tid

– Utfordringene våre blir å kunne gjennomføre de trykkoppdragene vi allerede har kontraktfestet på en god måte, og levere god trykk-kvalitet til rett tid.

For å kompensere for det fallende opplaget på avisene, er det svært viktig at Polaris Trykk får oppdrag utenfra for å kompensere for det produksjonsvolumet de taper.

– For å klare dette må vi fortsette den kontinuerlige forbedringsprosessen i alle våre trykkerier for å være konkurransedyktig både på pris og produktkvalitet. I 2011 vil vi blant annet automatisere den ene pressen på Heimdal som er et ledd i den forbedrings- og effektiviseringsprosessen vi er inne i.

Det er kostbart å investere i trykkeri, derfor er det viktig å utnytte den kapasiteten som allerede ligger der. De fleste trykkeriene har døgndrift 5-6 dager i uka. I 2011 utvides i tillegg trykkeriet i Alta.

– Vi skal i løpet av 2011 flytte trykkeriet inn i nye lokaler og øker både farge- og sidekapasiteten. I et 2-3 års perspektiv vil vi også være nødt til å bytte pakkeriutstyret i Ålesund.

Resultatene skapes sammen

Steinar Bakken tror at den gradvise nedgangen i avisopplagene vil fortsette de nærmeste årene. – Derfor vil det nasjonale siviltrykkmarkedet bli mer og mer viktig for oss i årene fremover. Han er også klar på at endringene i papiravisenes verden, fra papir til digitalt, vil påvirke strukturen og antallet trykkeri. Han tror det fortsatt blir færre trykkerier i Norge. På bare ti år har det i region Midt Norge har gått fra 13 til 3 trykkerier, inkl. Ålesund. – Det har skjedd en struktur-rasjonalisering som Polaris Trykk har vært med og drevet frem.



Digital utvikling

ENDRINGSÅRET

Så hurtig skjer de digitale endringene at det paradoksale utsagnet om å lære av fremtiden ettersom den foldes ut, får gyldighet. De nye digitale apparatene tar tid og plass der tradisjonelle medier før dominerte.

- Mobiltelefonene er det første vi griper til om morgenen og det siste vi legger fra oss i senga – der radioen tidligere hadde en plass.
- Mobilene er lett for hånden når vi reiser eller venter på noe eller noen.
- For brettbrukere er sofaen et yndet sted å benytte den nye digitale kjæledeggen til fortrensel for TV.
- Tid til overs? Nettet oppdaterer deg eller underholder deg der du før grep en bok eller magasin.

Håndholdt bruk øker mest. Siden målingene tok til i oktober 2009, har antallet unike brukere på Adressa.no – Polaris Medias viktigste nettsted – økt med 488 % i løpet av disse 15 månedene.

De smarte telefonene og lesebrettene reduserer PC'enes betydning. Mer av fritiden blir digital. Innholdet vårt flyter friere mellom flere typer apparater som brukere benytter. De nye apparatene «angriper» nye tidsflater som tidligere var forbeholdt tradisjonelle medier. De nye apparatene dominerer i flere og flere situasjoner. Vår

ambisjon er å «spille for full sal» – dvs være gode på de apparatene brukerne foretrekker ettersom døgnet skifter. Polaris Media har tatt flere initiativ i 2010 for å møte og mestre de nye bruker-mønstrene. De redaksjonelle og kommersielle tilbudene blant konserns mange mediehus vil øke kraftig etter at Polaris Media tok i bruk den svenske Tulo-plattformen. Det mobile tjenestetilbudet plattformen rommer – for øvrig utviklet i Vasa i Finland – har skreddersøm i forhold til mediehusenes øvrige produkter. Mobil-samarbeidet på tvers av landegrensene tar sikte på å utvikle en nordisk standard for mobile tjenester for vår bransje.

2010 ble det store apps-året som snudde opp-ned på oppleste og vedtatte web-forestillinger: Tidligere dominerte en dyp skepsis til løsninger som krevde nedlastinger. Det var for tungvint og lite brukervennlig. Men Apples satsing på produktene iPhone og iPad og tilhørende digitale økosystem med betalingsløsningen iTunes og AppStore endret spillets regler. Ved inngangen til 2011 har 10 milli-

arder apps blitt lastet ned globalt. De små dataprogrammene har også åpnet for en helt ny presentasjonsform på de håndholdte enhetene som har utløst en voldsom kreativitet både hos tradisjonelle innholdsleverandører og «garasjeutviklere» uten noen historie og bransjetilhørighet.

I 2010 påbegynte vi prosessen med å tilrettelegge for at vårt innhold og tilhørende markeds plasser tilpasses de nye håndholdte apparatene som folk tar i bruk i stadig større grad. Å oppnå lokale nr 1-posisjoner på nett er fortsatt et prioritert mål for Polaris Media. I 4. kvartal 2010 lå for første gang brutto unike brukere for alle Polaris-avisene på over en million et helt kvartal. De digitale annonseinntektene i Polaris Media passerte i 2010 milepælen 100 millioner kroner. Sluttresultatet samlet for gruppen ble over 126 millioner kroner, som utgjør 13,4 % av gruppens samlede annonseinntekter. Lokomotivet Adresseavisen alene hadde en andel på 18,1 % digitale annonseinntekter. De frie, åpne netttavgavene utgjør en god digital fot for



konsernet med økende betydning både dekningsmessig og for vår inntjening. Parallelt har produktutviklingen i Polaris Media grepet fatt i spådommen i siste års-melding:

«De nye lesebrettene tar den mobile revolusjonen videre. I mediebransjen omfattes iPad-utviklingen med stor nysgjerrighet. Noen tror de nye elektroniske lesebrettene er begynnelsen på fortsettelsen for betalt innhold.»

Forestillingen om at det er umulig å ta betalt for innhold på nettet, er høyst levende og seiglivet. Internettet ble på 90-tallet først tatt i bruk som et kommunikasjons-vektøy mellom universitetsforskere i USA. Hos amerikanske medier har inntektene fra abonnentene aldri hatt samme betydning som hos våre mediehus, og raskt ble mulighetene tatt i bruk på gratis nettaviser. I Norge ble dette adoptert for 15 år siden med den følge at nettutgavene ble ensidig avhengig av annonseinntektene. På lengre sikt er en slik ensidig finansiering av den publisistiske virksomheten lite ønskelig og svært konjunkturutsatt. Å trygge den redaksjonelle uavhengigheten med betaling fra lojale abonnenter er viktig for alle mediehus.

Forsøkene på å bryte denne spiralen har vært få og spredte. I Norge har enkelte nisjemedier innen fiske, shipping og olje stengt den frie web-utgaven og tatt seg betalt hos spesialsegmenter. Polarisavisene, sammen med Media Norge, lyktes med å selge fotball live som abonnement de to årene vår felles vertikal-site 100 % Fotball hadde rettigheter til norsk fotball. Og enkelte mediehus har lyktes med å ta betalt for nisjeapp'er som dekker begrenset nyttebehov som for eksempel TV-guider.

Men da Adresseavisen 7. desember 2010 lanserte eAdressa som et tilleggsabonnement for våre abonnenter, alternativt som et rent digitalt abonnement uten printutgave for de som ville velge bort papirutgaven, var Adresseavisen det andre norske mediehuset som tok seg betalt for sitt generelle innhold også i elektronisk utgave.

Vår vurdering var at i denne fasen av utviklingen ønsker vi å bruke den digitale utgaven som en merdistribusjon av den betalte papiravisen, ikke primært som en erstatning. Grepet ble å la eAdressa erstatte den tidligere pdf-utgaven av avisen

som abonnentene fikk som et gratis tillegg. I stedet tilbød vi eAdressa med funksjonalitet tilpasset de nye Appleproduktene – snart kommer tilpasninger også til andre systemer og produkter – slik at våre abonnenter kan laste ned papiravisen og utnytte funksjonaliteten iPhonene og iPadene tilbyr. Siden vi allerede har en stor og lojal abonnementsgruppe, trengte vi ikke – som andre konkurrenter – å introdusere tilleggsabonnementene med en lang gratisperiode, men kunne skape omsetning fra dag 1.

Strategien har slått til, og Adresseavisen er ved inngangen til 2011 ett av tre norske mediehus som har klart å etablere en digital inntektsstrøm for betalt innhold. I løpet av 2011 vil flere av Polaris Medias mediehus følge etter og lansere tilsvarende e-utgaver av papiravisene.

Utviklingen stopper ikke der. En hel bransje verden over er i gang med mange og storstilte forsøk på å teste ut nye løsninger for å komme brukernes nye vaner i møte, og samtidig sikre at abonnementsinntektene følger med når migreringen til digitale medier skyter ennå mer fart.

Polaris Media samordnes til et konsern

Fusjonen mellom Adresseavisen og Harstad Tidende Gruppen i oktober 2008 og oppkjøpet av Polaris Media Nordvestlandet i april 2009 har gitt en sterk markedsposisjon og styrket utviklingskraft. I tillegg til samkjøring av kreftene innen digital utvikling og innholdsutvikling, har konsernet samordnet funksjoner som gir gevinster. Noen av de viktigste initiativene er:

Tjenestesenter for Økonomi og Regnskap (TSØ)

Tjenestesenter for Økonomi og Regnskap håndterer regnskap, lønn og inn- og utfakturering for alle selskaper i Polaris Media og Trønder-Avisa. Senteret er etablert på Heimdal i Trondheim som en del av konsernadministrasjonen. Ved full etablering våren 2011 vil senteret betjene 56 selskaper. Senteret gir gevinster i form av lavere bemanning og systemkostnader, et tydeligere skille mellom kjerne- og støtteaktiviteter, større fagmiljø, og bedre styringsinformasjon med felles rapporteringssystem.

Polaris Media Metoden Annonser (PMM)

Annonsealget er den største inntektskilden til Polaris Media konsern (NOK 940 mill i 2010). Med 28 regionale og lokale mediehus, er det store forskjeller i erfaring, kompetanse og arbeidsmetodikk på tvers av konsernet. Samtidig er det store likhetstrekk i behovene hos annonsekundene. Polaris Media Metoden består i hovedsak av en felles annonsemetodikk, felles funksjoner som skal dekkes for hele konsernet og annonseforum som fysisk møtearena. PMM gir betydelig effekter i form av deling av beste praksis og kompetanseheving.

Kompetansesenter for Opplag

Opplagsinntektene er den nest største inntektskilden i Polaris Media konsern med NOK 493 mill i 2010. Opplagsinntektene er presset av fallende opplag, mens inntektene holdes oppe av prisstigning. Konsernet har stort fokus på å begrense opplagsfallet gjennom produktutvikling, men også godt salgsarbeid. Kompetansesenter for Opplag koordinerer Telemarketing-salget gjennom felles TM-enheter inkludert analyseoppgaver og bestiller-funksjoner. Polaris Media implementerer et felles opplagssystem for hele konsernet som håndteres av Kompetansesenteret.

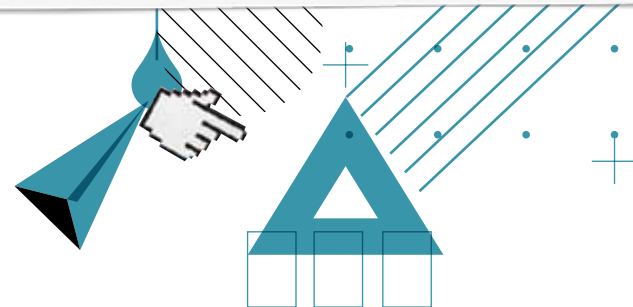


Innholdsutvikling

Biskopens overgrep

Rundt påsketider i 2010 brukte Adresseavisen enormt med tid, ressurser og krefter på å rulle opp det som har blitt kalt Biskopsaken. Avisen mottok Den trønderske journalistprisen 2010 for saken.

Hva er det som skjer bak kulissene i en avisredaksjon? Hva skjer når det tikker inn et oppsiktsvekkende tips? Hvordan jobber journalistene for å avdekke saker, skaffe opplysninger, finne kilder? Hva teller når de tar avgjørelsen om hva som skal på trykk?



Avisen avslørte hvorfor biskop Georg Müller i Trondheim gikk av så brått året før. Allerede den gang forsøkte Adresseavisens journalister å finne årsaken til at biskopen forlot stillingen.

Ryktene inkluderte økonomisk mislighold og seksuelt misbruk. Samtidig eskalerte debatten om overgrep i den katolske kirken, men i Norge var det ikke noe tema. Adresseavisen kom ingen vei i sine forsøk på å finne ut hvorfor Müller gikk av. Inntil påsken 2010.

I sin oppsummering av saken skriver Adresseavisen dette:

«Påsen året etter mottok Adresseavisen et oppsiktsvekkende tips. Tipseren for-

talte at den egentlige årsaken til at biskop Georg Müller måtte gå, var seksuelle overgrep mot en mindreårig i menigheten. Overfor oss hevdet tipseren at både Oslo-biskop Bernt Eidsvig og erkebiskopen i Stockholm visste at Müllers avgang skyldtes seksuelt overgrep mot en mindreårig.»

Har vi en sak 1?

Langfredag kontaktet journalisten kilden, som virket troverdig på telefon. Hele påskejobbet to personer for å finne ut om tipset var holdbart, og om de hadde en sak å jobbe videre med etter påske.

– Da påsken var over, hadde redaksjonen to valg, sier reportasjeleder Erlend Hansen Juvik. – Vi kunne enten fortsette gravingen og få flere bein å stå på når vi ende-

lig publiserte, eller vi kunne gå rett på sak og konfrontere kirken med det vi hadde. Vi valgte det siste, som også var det mest nervepirrende grepet vi kunne ta. Hva om vi ikke fikk bekreftelsen vi håpet på?

Tidkrevende

– Dette har vært en av de mest ressurskrevende sakene vi har hatt, i form av både penger og folk, sier Hansen Juvik. På det meste jobbet 10-15 medarbeidere i redaksjonen med dette, fotografer, journalister, redaktører og sjefredaktør. Vi skjønte med en gang at tilstedeværelse var viktig, både lokalt, nasjonalt og internasjonalt.

Adresseavisen hadde tre team på jobb samtidig: i Trondheim, i Tyskland og i Roma.



Dette ga slagkraft til å skaffe resultatene, og til faktisk å finne biskopen i Roma.

– Vi visste at vi var de eneste som hadde fått dette tipset, og når vi slapp første sak, måtte vi ha planer om oppfølging, sier Hansen Juvik.

I løpet av én uke i april hadde avisen saker fra Tyskland, Roma og Norge. De fikk biskop Bernt Eidsvig i Oslo i tale, de fant ut at Müller hadde vært i Tyskland, de fikk Vatikanet på banen med en innrømmelse og de fikk sporet opp Georg Müller i Roma.

– Men alt dette hadde ikke gått uten et systematisk arbeid og en kompetent stab, sier Hansen Juvik.

For å kunne fokusere ett hundre prosent på jobben, isolerte gruppen som jobbet med saken, seg på et stort møterom i redaksjonslokalene på Heimdal. Slik holdt de saken nolenlunde intern, og ved å sitte rundt samme bord, kunne de oppdatere hverandre fortløpende. Samtidig var det mange kolleger som stakk hodet innom og kom med tips. En av journalistene kom på at han hadde intervjuet Müller i Roma, og da bodde han på et hotell drevet av Birgitta-nonnene. Det lå ved Peterskirken. Dette tipset viste seg å holde stikk.

Har vi en sak 2?

Avisa hadde satt 7. april som publiseringsdag. Hvis de hadde nok stoff. To dager før manglet de fremdeles bekreftelsene som var nødvendig for at de skulle trykke saken. Et intervju med Oslo-biskop Bernt Eidsvig ville være avgjørende. Dagen før intervjuet gikk teamet gjennom mulige scenarier for hvordan et intervju kunne gå, og hvilken strategi de burde velge.

«Hvis ikke biskopen, eller andre sikre kilder, ville bekrefte innholdet i tipset, måtte vi starte den omstendelige oppgaven med å pusle sammen biter. Å finne fakta omkring seksuelle overgrep begått mot et barn i all hemmelighet for 20 år siden, ville by på utfordringer. Vi måtte naturligvis være helt sikre for å kunne fortelle offentligheten at biskop Georg Müllers avgang skyldtes anklager om seksuelt misbruk av barn.»

Samtidig jobbet reporteren i Berlin med å kartlegge hvor Müller kunne befinne seg.

– For oss var det viktig å ha erfarne folk i utlandet som kunne lete. Å finne Georg Müllers tilholdssted i Tyskland, og etter hvert Roma, var nesten som å lete etter nåla i høystakken. Her er det viktig å ha både kilder, kunnskap og litt flaks.

Rett på mål

I intervjuet med Bernt Eidsvig valgte avisen å konfrontere ham med opplysningene de hadde. Biskopen svarte unnvikende. Avisa fikk beskjed om å kontakte erkebiskopen i Stockholm. Og mens teamet ble sendt mellom Stockholm og Oslo uten at de fikk hull på saken, tikket timene. Dagen før publiseringsdag hadde de fremdeles ikke fått et svar, og klokka 15 rapporterte vaktsjefen at det så mørkt ut. Men så, klokka 1615, kom telefonen fra Bernt Eidsvig som løste opp blåknuten og satte fart på saken.

Åpenbaringen

(...) Over høyttalende telefon hørte vi ham si: «Jeg snakker på oppdrag fra kardinal Levada, som er prefekt for Troskongregasjonen: Det fremkom beskyldninger mot biskop Georg Müller som ble sendt til Den hellige stol i februar i fjor. Innholdet i beskyldningen var seksuelt misbruk av en mindreårig. Etter undersøkelse tilsto biskop Müller anklagen, og hans avskjedsøknad ble akseptert. Siden denne tid har biskopen vært i psykologisk behandling, eller terapi, og vært underlagt åndelig veiledning. Saken har ikke vært offentliggjort

fordi offeret i saken ikke har ønsket det. Vedkommende er godt over myndighetsalder. Kirken har forsikret seg om at forholdene er foreldet etter norsk lov».

Dermed hadde teamet fått bekreftelsen de trengte for å trykke saken dagen etter med tittel: «Biskop tilsto sexovergrep mot mindreårig».

Jakten på Müller

Da saken eksploderte i mediene, var det viktig for teamet å følge opp. De hentet inn enda flere kommentarer og sendte et team til Roma for å prøve å finne Müller og få innpass i Vatikanet. I dagene som fulgte avdekket Adresseavisen Georg Müllers bevegelser i Tyskland og avslørte at han hadde holdt gudstjenester utenfor Osnabrück. Dette til tross for et forbud.

9. april finner Adresseavisen Müller i Roma, men de får ikke et intervju eller svar på spørsmålene de stiller. De ber også, via brev, om å få snakke med ham i Roma, men både dette og direkte spørsmål valgte Müller ikke å svare på.

– Det var veldig viktig for oss å få tak i Müller, sier Hansen Juvik.

Dette var en svært alvorlig sak. Ifølge Vær Varsom-plakaten (pkt. 4.14) skal de som utsettes for sterke beskyldninger, såfremt det er mulig, ha adgang til «samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger». Men, debatt, kritikk og nyhetsformidling må ikke hindres ved at parter ikke er villig til å uttale seg eller medvirke til debatt, heter det videre.

– Ved å finne Georg Müller i Roma og gi ham sjansen til å uttale seg, mener vi å ha oppfylt kravet i Vær Varsom-plakaten. Adresseavisen kunne, som eneste norske avis, presenterer ferske bilder av biskopen lørdag 10. april – knappe fem dager etter at de startet å jobbe for fullt med saken.

– Vi følte at akuttfasen var over, de viktigste sidene av saken var tømt. En av de mest intense nyhetsukene i Adresseavisen var over. I ukene etter fulgte Adressa opp med flere saker.

Konsekvensene

Müller-saken fikk flere konsekvenser. Den viktigste var at flere ofre varslet, over 20 personer tok kontakt med kirken i ettertid. Og regjeringen fremskyndet innskjerpingen av prester og andres varslings-

plikt etter Müller-saken. I tillegg har oppmerksomheten rundt overgrepssaker økt generelt, ikke bare i den katolske kirke, men også i andre kirkesamfunn.

Tilfredsstillelse

I juryens begrunnelse for å gi Adresseavisen «Den trønderske journalistprisen» for 2010 står det: «Våkenhet, tålmodighet, møysommelig kildepleie, teft, vilje, mot, strategisk tenkning og ikke minst organisering – er noen av kjennetegnene for det som resulterte i at Vatikanet innrømmet seksuelle overgrep mot barn.»

– Jeg tror alle vi som jobbet med denne saken, følte at vi utførte et viktig samfunnsoppdrag; nemlig å avdekke en alvorlig hendelse som hadde stor samfunnsmessig betydning. Det er jo dette som er kjernen i journalistikken. Jeg tror vi godt kan si at det lyktes vi godt med. I ettertid har saken og måten vi løste den på, gikk redaksjonen et løft. Vi er rett og slett stolte over å ha fått til dette. Dette fikk vi til, takket være den samlede kompetansen som ligger i redaksjonen. Vi har utnyttet den og forsøkt å gjøre alt riktig. Da har man gjerne litt flaks også, sier Erlend Hansen Juvik.



I juni 2010 skjedde det mye rundt selskapet som fikk meg til å starte undersøkelser

I denne delen har vi tatt for oss to saker som henholdsvis Adresseavisen og iTromsø skrev om i 2010. Begge sakene skapte overskrifter langt utenfor egen landsdel og rørte ved maktbalansen i store og viktige organisasjoner. Sakene fikk følger for mange personer og den ene skapte sjokkbølger langt utover Norges grenser, helt inn i Vatikanets innerste maktkorridorer.

Innholdsutvikling

Avslørte skittent maktspill

– solid start på «graveprosjekt»

Med små midler avslørte iTromsø skittent maktspill og forsøk på påvirkning av byens politiske ledelse for å selge kommunens aksjer i Troms Kraft AS.

Avsløringen av samrøreskandalen på høstparten 2010, ga Mediehuset iTromsø solid medvind i seilene etter et år preget av betydelig omstilling. Artikkelsen satte dagsorden, fikk nasjonal oppmerksomhet, politiske konsekvenser og ble en svært løfterik start for avisens satsing på undersøkende journalistikk.

Den såkalte TK-saken ble publisert samtidig med at iTromsø opprettet en egen «gravegruppe», som har som oppgave å dykke ned under nyhetsoverflate og se hva som befinner seg der. De to øremerkede journaliststillingene som jobber med «Reportasjen», skal også gå makthaverne nøyte etter i sømene. Målsettingen er å øke papiravisens rennomè, gjøre produktet mer relevant og betydningsfullt, og skille det enda sterkere fra konkurrenten Nordlys.

Det mener iTromsø-ledelsen den langt på vei har lyktes med. Reaksjonene både fra vanlige lesere og maktpersoner i byen tyder på det samme. – Ønsket vårt var å kunne gi leserne våre noe mer å tygge på i lørdagsutgaven. Vi har ambisjoner om å avsløre urettferdighet og maktbruk, men også kunne gi leserne et innblikk i hva som skjer bak nyhetene hver dag, sier sjefredaktør Jørn-Christian Skoglund.

Strategisk var dreiningen også et valg om å la papiravisen utvikle seg for å ta de tyngre sakene, mens nettet i større grad skulle konsentrere seg om å drive den løpende nyhetsdekningen. – I stedet for å gi ut bilag og tilby leserne enda mer papir, inkluderte vi dette stoffet i selve avise. For å gi papirproduktet merverdi.

Da beslutningen om satsingen på mer dybdestoff ble gjort, jobbet journalist Peter Reinholdtsen allerede med det som skulle bli årets sak i Tromsø: Avsløringen av at Troms Kraft AS, sammen med byens politiske ledelse og folk i regjeringen, hadde «snakket sammen» for å trumfe gjennom Troms Krafts svært omstridte eierskapsmelding. Opprullingen iTromsø sto bak, fikk dramatiske konsekvenser for flere av de involverte partene og avslørte en internt og godt organisert «maktkjerne» med foreninger til bedrift, politikk og næringsliv. Det er unikt både i nordnorsk og norsk målestokk, at en såpass liten redaksjon har øremerket to personer til dette arbeidet.

Fravær av debatt

Peter Reinholdtsen hadde lenge sett at pengekassen til det offentlige eide Troms Kraft AS ble brukt av politikere til å fremme egne og politiske saker. Han opplevde også fravær av debatt rundt disse sakene.

– Det syntes jeg var rart, og jeg begynte å holde selskapet mer under oppsikt. I juni 2010 skjedde det mye rundt selskapet som fikk meg til å starte undersøkelser.

En ny eierskapsmelding skulle vedtas høsten 2010. Direktøren i selskapet hadde store ambisjoner for vekst og understreket nødvendigheten av en endring i hvordan eierskapet utøves. Tromsø kommune eier 40 prosent og Troms fylkeskommune 60 prosent av selskapet. Men før eierskapsmeldingen ble vedtatt, gjennomførte Troms Kraft AS en krafthandel i Nordland til 2,2 milliarder kroner. Dette er landsdelens største handel noensinne.



De kritiske spørsmålene

Peter Reinholdtsen stilte seg tre spørsmål: Hvordan kan det offentlige eide kraftselskapet i det stille gjennomføre en handel på 2,2 milliarder kroner – uten behandling i generalforsamling, bedriftsforsamling eller i eiermøte?

Hvordan kan man gjøre en investering på 2,2 milliarder kroner – uten at kommunen har gitt klarsignal?

Finnes det noen usynlige og samlende kraft rundt politikk og konsern som bidrar til å dempe en offentlig debatt omkring disponering av et selskap som i flere tiår er blitt omtalt som innbyggernes arvesølv?

Gikk bredt ut

Reinholdtsen fikk klarsignal til å jobbe mer konkret med disse problemstillingene mellom andre saker som kreves av en lokalavisjournalist. Han gikk bredt ut da han startet sine undersøkelser: Han lagde kart over tidligere og nåværende ledere og styremedlemmer i selskapene i kraftkonsernet. Han sjekket tekstarkiv og

søkemotorer. Han gikk etter hvert ut med runde spørsmål til kilder innenfor politikk, næringsliv og samfunnsliv.

Det ga resultater. Journalisten fikk blant annet motstridene meldinger fra sentrale personer i Tromsø-politikken, Reinholdtsen fikk verifisert at det går en dyp konfliktlinje mellom sentrale aktører innenfor Tromsø-politikken og at uenighet om utøvelse av eierskapet i Troms Kraft AS - landsdelens største kraftkonsern - er en viktig årsak til konfliktlinjen.

I løpet av august og september ble flere mindre saker rundt Troms Kraft AS, eierskap og ledelsesstrukturer publisert.

Nettet snører seg

Jobben var et tett samspill spesielt med nyhetsredaktør Trond Haakensen. Men også sjefredaktøren fulgte utviklingen nøye. Den siste uken hadde de to daglige møter, saken ble kontinuerlig diskutert. De hadde etter hvert fått et godt grep rundt maktspillet som foregikk, men manglet likevel viktige brikker i bildet. Redaksjonen satte

16. september som deadline for saken. Dette var samme dag som Ap i Tromsø inviterte til representantskapsmøte med TK og eierskap på dagsorden.

I godt og vel en måned jobbet Reinholdtsen med saken. Alt skulle kunne etterprøves når saken endelig ble publisert. Dagen før publisering fikk han endelig tak i de siste bitene til puslespillet, tilstrekkelig dokumentasjon til at saken kom på trykk 16. september.

Informasjonen, blant annet e-poster til og fra ordføreren, viste en operasjon som var større enn hva Reinholdtsen til da hadde ant. – Også media var involvert i operasjonen som ser ut til å være nøye planlagt av Jan Erik Larsen i First House. Avisen Nordlys er påvirket og det kan virke som om dåværende sjefredaktør hadde hatt tett kontakt med Larsen.

Da saken ble skrevet var det viktig for Reinholdt at alle fikk muligheter til tilsvare. Jan Erik Larsen var den eneste som ikke ga lyd fra seg, inntil like før deadline.

Han takket nei til å kommentere saken. Redaksjonen rakk med et nødsrik deadline som var satt.

«TK betaler for kraftråd for Ap» ble førstesideoppslaget. I avisen ble saken rullet opp over tre sider. Nå ble det også en kamp om å slå konkurrentene i den videre oppfølgingen.

Konsekvensene

Konsekvensene av iTromsøs avsløringer kom fort. Samme dag som reportasjen sto på trykk informerte Ap-nestor Tor Zachariassen at han selv ville betale regningen for at han som øverste politiske tillitsvalgt i Troms Kraft kjøpte tjenester av First House. Dagen etter trakk Zachariassen seg med umiddelbar virkning som bedriftsforsamlings leder i kraftgiganten. Dette er kraftkonsernets kanskje mektigste mann gjennom et knapt tiår.

Ap-ordfører Arild Hausberg gikk ut med at han har vært naiv, godtroende og glemsk, men slo fast at han ikke hadde bløffet i saker rundt First House og Troms Kraft. Ordføreren ble først sykmeldt,

deretter trakk han seg fra å ta gjenvalg etter kun én periode.

Å se makta i øynene

Peter Reinholdtsen sier at han aldri hadde klart å avsløre «Operasjon Troms» uten å jobbe systematisk. – Å gjøre et slikt arbeid som lokal journalist, som også skal skjøtte sine daglige gjøremål betød at jeg måtte ta mye av fritiden til hjelp den halvannen måned dette sto på.

I tillegg kan det for en liten avis få store konsekvenser når man starter med å se store annonsekunder i kortene. – For oss var det viktig å avsløre strukturene i spillet som får konsekvenser for folk flest, sier Reinholdtsen.

Troms Kraft har vært offentlig eid siden 1898. Det har alltid fremstått som «folkets selskap» og er et symbol i Tromsø som alle har et forhold til.

Underveis fikk avisen og journalisten mange reaksjoner - for det meste gode. Det var heia-gjenger og mer usynlige vink fra vanlige

folk. – De vi har skrevet om har vært forholdsvis tause, sier Reinholdtsen. Det betyr jo at vi har trykket på riktig knapp.

Flying start

Slik fikk også satsingen på avisenes prosjekt om å avsløre og gå bak nyhetene en pangstart. – Vi jobber systematisk og grundig med et nytt reportasjeprojekt hver uke, og ambisjonen er å kunne presentere en «TK-sak» hvert halvår, altså en sak med tilsvarende dimensjoner, sier sjefredaktør Jørn-Christian Skoglund. Med to mann på saken kan vi tenke flere uker frem i tid og jobbe i parallelle løp med flere saker. Det er enormt mye å hugge løs på i samfunnet.

– Tilbakemeldingen tyder på at vi har valgt rett, sier Skoglund. – Men vi har en god heia-gjeng i eget konsern og i Polaris Media, samtidig ser vi at vi ikke har noe valg med den sterke konkurranse situasjonen som det er på avisfronten i Tromsø. Vårt ønske er å gi leserne noe som gjør at de opplever oss som viktig og relevant, og at vi betyr noe i hverdagen.



Innholdsutvikling

Kortreist med opplevelser som varer lenge.

Iver Gjelstenli har en jobb som mange kan misunne ham. Hver uke presenterer han en ny kortreist tur for leserne i Romsdals Budstikke. Nå eksporteres ideen til stadig flere aviser i Polaris Media, og i mai lanseres kortreist.no.

I over tre år har den spreke journalisten dratt på kryss og tvers i området, og fylt lørdagsspalten «Kortreist» med interessante, morsomme, overraskende, utfordrende og spennende opplevelser til inspirasjon for leserne. Han har ikke bare de 10 kommunene i Romsdals Budstikkens leserkrets som mål. Litt av vitsen er å sprengte både fogderi- og fylkesgrensene.

– Det er også inspirerende for meg, sier han. Poenget er at jeg skal skrive om opplevelser som er tilgjengelig rimelig kortreist fra Molde.

Eksplisiv

I løpet av et kvarters rusletur på Romsdalsmuseet har Iver Gjelstenli minst 10 nye reportsjeideer til Kortreist. Det formlig spruter ut, enten han går forbi et sommerfjøs eller skuer utover Molde fra paviljongen på museet. Her drømmer han om å ta med leseren gjennom den grønne korridor som tar deg fra havna, opp via byen og gjennom museumsområdet og videre gjennom Moldemarka opp til Varden.

– Men denne turen står faktisk allerede på lista mi! Han tar oppstilling for fotografen i Bygata på Romsdalsmuseet.

Mer kortreist går det vel ikke an å være. De gamle trehusene skaper en koselig stemning, og man henses til gamle dager. Tross vinteridyll, er Gjelstenli klar på at turen skal skje til sommeren når kaféen er åpen, sola skinner og fuglene synger. Du ser det for deg ikke sant? Sier han

og slår floke. Det er bitende kaldt i Molde denne dagen. Snoen står inn fra fjorden.

Fokus på opplevelser

Engasjementet og entusiasmen er ekte. Den 62 år gamle friluftsentusiasten må slett ikke bestige en fjelltopp eller padle et elvestryk for å skrive slik at andre får lyst til å dra. Selv om det er på de lengste turene han trives best.

– Kortreist er ikke en turspalte. Det er like mye natur, kultur og «koseting» som kafé, spa, fornøylesparker og andre opplevelser, sier han og legger vekt på opplevelser. Som et eksempel trekker han frem reportasjen fra Kristiansund der han gikk på oppdagelsesferd i byen som forberedte seg til operafestuka.

Det er snart tre år siden den første artikkelen sto på trykk. 31. mai 2008 ble Kortreist født. Det var ingen tilfeldighet, redaksjonen hadde jobbet frem et konsept som de fremdeles er tro mot.

– Tidligere hadde vi to faste reiselivs-sider som vi kjøpte fra byrå, sier Jan Inge Tomren, reportasjeredaktør i Romsdals Budstikke og nå prosjektleder for Kortreist i Polaris Media. – Dette var ofte utenlandsreiser, og vi så behovet for lokalt reiselivsstoff. Det er mange som allerede foretar korte reiser i nærmiljøet.

Gjennom en merkevareprosess i avishuset, ble redaksjonen oppmerksom på at leserne er enormt stolt over naturen i området og opplevelser knyttet til den.

– Dette har vi tatt vare på i Kortreist-konseptet. Inspirerende er det også at Kortreist er eksportert til andre avishus i Polaris Media, nesten 20 aviser skriver nå under vignetten Kortreist, sier Tomren.

Fra kommunestyremøter til tur

At Iver ble «Herr Kortreist», var heller ingen tilfeldighet. Tinderangleren, skientusiasten og friluftsmannen så ofte muligheten til å

Vitsen er jo å inspirere leserne til å dra og få egne opplevelser

levere reportasjer fra egne turer i fjellet og på sjøen. At han allerede er turbokforfatter og friluftsmann, og går med stor entusiasme inn i prosjektet, var jo ingen ulempe akkurat.

– Han er en fantastisk fyr, som fortsatt er like ivrig. Hele redaksjonen har vært positiv, og våre fotografer har også gitt verdifulle bidrag, sier Tomren.

Selv la Gjelstenli merke til at det var dette stoffet leserne ga tilbakemeldinger på.

– De andre «viktige» sakene, som kommunestyremøtene jeg dekket, fikk på langt nær de samme tilbakemeldingene. Han trekker den grønne strikkelua nedover skallen og gliser. – Jeg har en sterk følelse av at folk vil lese om det de lever for, det vil si fritid og friluftsliv. Det vekker følelser. Å løfte frem de nære opplevelsene, gir meg daglige gode tilbakemeldinger fra leserne.

Vi har tråklet oss gjennom snøslapset, forbi restauranten og langs stien til paviljongen – et klassisk utkikkspunkt. Foran oss ligger Molde. På den andre siden av fjorden skimter vi fjellmassivene med Romsdalshorn og Store Vengetind. Steder Gjelstenli har besøkt mange ganger.

– Dette er jo liksom mitt landskap da. Han slår ut med armene, ansiktet sprekker opp i et smil. Store Vengetind er en klassiker for klatrere, men ikke for Kortreist. En tur til Romsdalshorn har likevel blitt presentert som Kortreist. – Men da skriver vi også at dette er en tur som bør gjøres med guide eller kjentfolk, understreker han.

Mens vi står der kommer Iver på enda et par ideer. – Gapet! Selvsagt må vi skrive om Gapet, sier han og forklarer at to ganger i året går sola ned der to fjell danner en V i fjorden. Akkurat der går Hurtigruten ut,

og det er mulig å se solnedgangen fra et bestemt sted på moloen. Han noterer seg gapet, sammen med Vardestua

– Lista mi med foreslåtte turer har minst femti forslag nå, sier han og nikker fornøyd.

Vi står og ser utover fjorden som er full av holmer og skjær. Et eldorado for padlere og som bakgrunn til en kortreist reportasje. Han peker utover fjorden. – Å padle på utsiden av disse holmene er som å komme til et nytt sted. Byen er borte og fuglelivet enormt, sier han.

Inspirere til egne opplevelser

Gjelstenli våger å være subjektiv i skrivingen si. – I starten var det mer reportasjepreg over artiklene, nå har jeg nok en mer personlig stil. Han er likevel forsiktig med å pøse på med egne meninger.

– Vitsen er jo å inspirere leserne til å dra og få egne opplevelser. Da må jeg ikke proppe dem fulle av mine egne inntrykk først.

Men det viktigste er nok likevel bildene. Teksten kan godt bli kort, hvis bilde-materialet er bra. Og det er det alltid. Han drar gjerne på tur med andre og forsøker så langt som mulig å få med lokale entusiaster og representanter for lokalbefolkningen på turene. Da han skulle bestige Skofoten, et lite fjell i Fræna, forhørte han seg om det var noen som ønsket å være med. Overraskelsen var stor da 20–30 lokale turgåere møtte opp.

– Det var halve bygda på fjelltur det, minnes Gjelstenli.

Populær spalte

At spalten leses, er besøkstallene et bevis på. – De som har mulighet for å telle, varsler om mangedobling av besøk etter at vi har

vært der. Det er selvsagt «fole artig», sier han og åpner døra til «Fole Godt» for oss. Vi har kommet til turens mål, håndverksbakeriet og kaféen i Molde sentrum med navn etter dialektuttrykket – også en mulig reportasjeidé til Kortreist.

Hvilke egenskaper må man ha for å kunne holde på med dette år etter år?

Han tenker seg om og tar en slurk kaffe. – Jeg er personlig veldig åpen for de overraskende, små eventyrene og møtene med mennesker. Jeg drar ofte til steder som jeg personlig ikke har noe forhold til, men i møtet med entusiastiske folk lar jeg meg lett smitte. I tillegg er det veldig stimulerende med de sterke kontrastene. Ingen tur er lik. Når Herr Kortreist får i oppgave å finne den turen som har gjort mest inntrykk, tar det lang tid. Han klarer selvsagt ikke å rangere turene, men trekker frem møtet med skogens skygge, måren og fjellfestivalen med guidetur til Romsdalshorn som store opplevelser. Den siste med pensjonist og fjellmann Oddmund Undhjem på 78 år som turfølge.

Han innrømmer at de lengre turene står i et eget lys. Likevel er det en enkel og svært kortreist idé som opptar ham akkurat nå.

– Dette er en av de ideene på blokka som fascinerer meg mest. Tanken er å gå ut en vinterkveld, ta med soveposen, grave en grop og rett og slett sitte ute ei vinternatt. Sitter jeg lenge nok, vil det garantert skje noe, men utfordringen blir selvsagt å beskrive opplevelsene av ikke å gjøre noe, men likevel oppleve mye.

Og hvem vet, når dette leses, kan det være Iver Gjelstenli har gjort det. Da kan vi lese om det på kortreist.no.



Redaksjonell årsrapport 2010

Redaktørforum i Polaris Media har gitt ut sin egen årsrapport. Den tar for seg redaksjonelle satsinger, produktutvikling, mediehusets forhold til lokalsamfunnet og pressetiske spørsmål. Disse sidene viser forsidene til de avisene som er med.

Hele rapporten er publisert på www.polarismedia.no



Adresseavisen

Opplag: 73 434
Lesere: 212 000
Redaktør: Arne Blix
Utgiversted: Trondheim



Altaposten

Opplag: 5 117
Lesere: 13 000
Redaktør: Rolf Edmund Lund
Utgiversted: Alta



Andøyposten

Opplag: 1 898
Lesere: 8 000
Redaktør: Jørn Aune
Utgiversted: Andenes



Brønnøysunds Avis

Opplag: 4 035
Lesere: 13 000
Redaktør: Anita Gustavsen
Utgiversted: Brønnøysund



Driva

Opplag: 3 976
Lesere: 15 000
Redaktør: Sigmund Tjelle
Utgiversted: Sunndalsøra



Fjordingen

Opplag: 4 269
Lesere: 15 000
Redaktør: Bengt Flaten
Utgiversted: Stryn



Fjordenes Tidende

Opplag: 5 308
Lesere: 17 000
Redaktør: Erling Wåge
Utgiversted: Måløy



Folkebladet

Opplag: 7 394
Lesere: 23 000
Redaktør: Steinulf Henriksen
Utgiversted: Finnsnes



Fosna-Folket

Opplag: 7 126
Lesere: 20 000
Redaktør: Skjalg Ledang
Utgiversted: Brekstad



Framtid i Nord

Opplag: 4 922
Lesere: 13 000
Redaktør: Steinulf Henriksen (kst.)
Utgiversted: Storslett



Harstad Tidende

Opplag: 12 072
Lesere: 38 000
Redaktør: Bård Borch Michalsen
Utgiversted: Harstad



Hitra-Frøya

Opplag: 4 860
Lesere: 12 000
Redaktør: Bjørn Rønningen
Utgiversted: Fillan



iBalsfjord

Opplag: 1 174
Lesere:
Redaktør: Trondar Lien
Utgiversted: Nordkjosbotn



Innherreds Folkeblad

Opplag: 4 755
Lesere: 10 000
Redaktør: Tor Ole Ree
Utgiversted: Verdal



iTromsø

Opplag: 9 085
Lesere: 37 000
Redaktør: Jørn-Christian Skoglund
Utgiversted: Tromsø



Levanger-Avisa

Opplag: 4 088
Lesere: 14 000
Redaktør: Roger Rein
Utgiversted: Levanger



Møre-Nytt

Opplag: 5 705
Lesere: 14 000
Redaktør: Rune Sæbønes
Utgiversted: Ørsta



Romsdals Budstikke

Opplag: 17 494
Lesere: 45 000
Redaktør: Ole Bjørner Loe Welde
Utgiversted: Molde



SortlandsAvisa

Opplag: 1 598
Lesere: 7 000
Redaktør: Gard Lehne Michalsen
Utgiversted: Sortland



Sunnmøringen

Opplag: 1 974
Lesere: 5 900
Redaktør: Herborg Bergaplass
Utgiversted: Stranda



Sunnmørsposten

Opplag: 30 730
Lesere: 92 000
Redaktør: Hanna Relling Berg
Utgiversted: Ålesund



Sør-Trøndelag

Opplag: 7 120
Lesere: 26 000
Redaktør: Anders Morken
Utgiversted: Orkanger



Trønder-Avisa

Opplag: 22 416
Lesere: 67 000
Redaktør: Arve Løberg
Utgiversted: Steinkjer



Trønderbladet

Opplag: 5 444
Lesere: 15 000
Redaktør: Krister Olsen
Utgiversted: Melhus



Vesteraalens Avis

Opplag: 2 359
Lesere: 10 000
Redaktør: Gro Smith
Utgiversted: Stokmarknes



Vesterålen Online

Opplag: 0 (ren nettavis)
Daglige brukere: 15 591
Redaktør: Rune B. Eriksen
Utgiversted: Sortland



Vikebladet Vestposten

Opplag: 4 421
Lesere: 13 000
Redaktør: Asle Geir Widnes
Utgiversted: Ulsteinvik



Åndalsnes Avis

Opplag: 3 891
Lesere: 10 000
Redaktør: Lars Smisethjell
Utgiversted: Åndalsnes

Samlet oversikt for Polaris Media-avisene (rangert etter opplag):

Redaksjon	Opplag	Lesere, daglig	Daglige brukere på nett	Høyeste uketall uni-ke brukere	Redaksjo-nelle årsverk	Sider	Andel kvinne-lige kilder	Ledere	Kom-mentar, kronikk	Leser-innlegg	Nett-innlegg
Adresseavisen	73 434	212 000	168 000	475 598	162	26 356	27,0 %	608	1 039	3 950	120 000
Sunnmørsposten	30 730	92 000	47 000	128 086	52,7	16 404	31,5 %	353	308	3 395	105 000
Trønder-Avisa	22 416	67 000	24 000	84 287	54	15 348	41,0 %	408	403	1 840	7 100
Romsdals Budstikke	17 494	45 000	25 000	79 806	30,5	12 040	23,0 %	303	137	1 343	33 895
Harstad Tidende	12 072	38 000	14 000	59 000	23,5	11 200	38,0 %	606	150	1 600	6 274
iTromsø	9 085	37 000	23 000	89 698	21	13 695	41,0 %	305	7	1 385	9 778
Folkebladet	7 394	23 000	11 000	34 595	16	11 200	23,0 %	608	72	5 000	6 000
Fosna-Folket	7 126	20 000	7 000	24 149	7	4 420	25,0 %	152		900	11 000
Sør-Trøndelag	7 120	26 000	8 000	27 000	11,6	8 195	36,0 %	250	100	1 000	5 400
Møre-Nytt	5 705	14 000			6	4 380	37,0 %			500	
Trønderbladet	5 444	15 000	6 000	27 843	6,7	5 132	38,0 %	151		600	5 700
Fjordenes Tidende	5 308	17 000	4 000	14 671	6,5	3 900	31,0 %	150	106	450	0
Altaposten	5 117	13 000	11 000	35 207	20	9 884	38,0 %	300	15	1 750	6 000
Framtid i Nord	4 922	13 000		20 000	7	3 741		75		423	604
Hitra-Frøya	4 860	12000	5 000	25 571	5	3 080	35,0 %		62	150	9 000
Innherreds Folkeblad	4 755	10 000	5 000	15 668	4,8	3 860	50,0 %	148		265	5 700
Vikebladet Vestpos-ten	4 421	13 000	5 000	16 082	5	3 920	40,0 %	45	19	310	
Fjordingen	4 269	15 000		7 971	7	2 985	29,9 %	145		450	
Levanger-Avisa	4 088	14 000	3 500	11 000	6	4 260	43,0 %	140		350	7000
Brønnøysunds Avis	4 035	13 000	8 000	33 261	10	6 832	34,0 %	254	100	1 100	2 166
Driva	3 976	15 000	5 000	11 100	6,6	4 040	29,0 %	156	150	400	1 200
Åndalsnes Avis	3 891	10 000	2 000	7 553	5	3 556	31,0 %	52		150	1 800
Vesteraalens Avis	2 359	10 000			4	3 328	58,0 %	149		447	
Sunnmøringen	1 974	5 900	811	4 843	3	1 100	42,0 %	96		260	
Andøyposten	1 898	8 000			3,7	2 216	43,0 %	11	0	417	
Sortlandsavisa	1 598	7 000			2	2 040	54,0 %	51	30	50	
iBalsfjord	1 174				1	950	22,0 %				
Vesterålen Online			15 591	52 095	3				3		6 500
SUM Polaris Media	256 665	756 605	397 902	1 285 084	491	188 062	37 %	5 516	2 702	28 485	350 117

* Opplag, lesertall og nettbrukertall er hentet fra Forbruker & Media 11/1, publisert av MBL og LLA. Øvrige opplysninger er gitt av redaktørene.

* Andel kvinnelige kilder er basert på telling av uke 16 og 45.



Lokalsamfunnenes stemme

Når 28 Polaris Media-redaktører rapporterer om sin redaksjonelle virksomhet i 2010, er samfunnsengasjementet og bevisstheten om mediehusenes rolle i lokalsamfunnet tydelig.

Enten kampen står om lokalsykehus, flyplass, veiutbygging eller skolenedleggelse, er avisen den selv-sagte arena for debatten og den fremste kanalen der inn-byggerne kan holde seg oppdatert om hva som skjer.

Nettopp lokalsykehusene har vært stridstema flere steder, og på Nordvestlandet ble spørsmålet om fremtiden til sykehuset i Molde en rikssak.

Flere av mediehusene har klart å avdekke forhold som har fått oppmerksomhet langt ut over eget nedslagsfelt. Mest kjent ble den såkalte biskopsaken i Adresseavisen. Da den katolske kirke innrømmet biskopens overgrep, ble det en internasjonal nyhet. Men også forholdene omkring Troms kraft, som ble avslørt av iTromsø, vakte opp-sikt. Dette var opptakten til en målbevisst satsing på ny-hetsreportasjen.

Da samme avis siterte kontroversielt fra en lokal prests Facebook-side, ble det lagt merke til i vide kretser. Presten klaget saken inn for PFU, men fikk ikke medhold.

De redaksjonelle årsrapportene forteller også om rede-sign, omlegging og utvikling av nye produkter. Nesten alle de større redaksjonene har hatt slike prosjekter gjennom året, og flere av de mindre avisene har høstet gode erfarin-ger med nye bilag.

Eksempler er egen årbok og to ferie- og sommermagasin i Hitra-Frøya, jubileumsavis i Brønnøysunds Avis (90 år), Marit Bjørgen/OL-bilag i Trønderbladet, vintermagasin i Sunnmøringen («ei gullgruve») og en rekke temanummer i Åndalsnes Avis.

Mediehuset ved utløpet av Rauma har også utmerket seg ved sterkt å bidra til at lokalsamfunnet samlet inn over 1 million kroner til rent vann i Mumbeji i Afrika, mens Harstad Tidende ble første avis med en daglig spalte for «framsnakkere».

På nettet er det tydelig at ikke bare hendelsesnyheter, men også webtv-saker generelt, skaper stor interesse. Adresseavisen har hatt betydelig trafikkøkning på sin nye

player, og Folkebladet på Finnsnes fikk kjemperespons på sin serie «69 grader nord».

2010 var året da Kortreist-konseptet fra Romsdals Budstikke ble sjøsatt i 16 av Polaris Media-avisene. Samtidig har arbeidet med å forberede en Kortreist nettportal for lansering i 2011, pågått for fullt. Spørrekonkurransen «5 rette» som er skapt av Sunnmørsposten, er også adoptert av flere redaksjoner.

I 2010 mottok 14 av konsernets mediehus til sammen 23 klager til PFU. Tre av disse endte med «brudd på god presse-skikk». Det gjaldt Folkebladet (bruk av navn og karakterise-ring) og Vesteraalens Avis (samtidig imøtegåelse). To saker endte med kritikk fra PFU (Trønder-Avisa og Fosna-Folket).

Et stort antall klager viser at publikum kjenner til klagead-gangen og at de har et kritisk blikk på det vi holder på med. At avgjørelsen i et klart flertall av sakene går i avisenes fa-vør, bør være et tegn på at det ikke står altfor dårlig til med redaksjonenes vurderingsevne og presseetiske bevissthet.

Håndtering av nettdebatten er fortsatt en av de største etis-ke utfordringene. Svært mange av redaktørene er opptatt av å finne gode rutiner, og flere nevner at de har prøvd ut ulike metoder for å få til en bedre debatt. Identifisering av debat-tantene og strengere moderering er prøvd ut, blant annet av Hitra-Frøya, Sunnmørsposten og Innherreds Folkeblad.

Andelen innlegg som blir avvist, varierer kraftig, fra noen få prosent til over tjue prosent. Uansett er over 340 000 debattinnlegg publisert på våre nettstedet, noe som doku-menterer at dette er en uhyre viktig meningskanal. Hvis vi ser bort fra veksten i antall mediehus, følger Pola-ris Media den generelle tendensen med en svak nedgang i opplag og lesertall og en økning i trafikk på nettet. Beman-ningen er noe lavere, mens antall sider produsert har gått noe opp. Endringene er imidlertid svært små. Det er en ty-delig vekst i antall innlegg på nett og papir.

Stein Arne Sæther
Samfunnsredaktør Adresseavisen

Prisvinnere

Polaris Media for
journalistikk og design

2010

Adresseavisen

Adresseavisen har mottatt flere priser for god journalistikk og produktutvikling.



Bronse for fornyelsen av adressa.no i SNDS (Society for News Design Scandinavia). Web-designer Jonas Nilsson, nettsjef Atle Bersvendsen, desksjef Tore Røsvoll og designsjef Ingrid Meisingset.

Foto: Glen Musk



Adressa.no var én av tre nominerte til «Årets nettsted i Norge» og ble kåret til kåret til «Årets lokale nettsted» under Mediebedriftenes landsforenings arrangement «Årets mediepriser 2010». Her jubler digital redaktør Rolf Dyrnes Svendsen og sjefredaktør Arne Blix etter prisutdeling under Mediedagene i Bergen.

Foto: Daniel Eiken.



Christine Schefte fikk gull for beste web-tv-nyhet under Mediebedriftenes landsforenings arrangement «Årets mediepriser 2010». Hun fikk prisen for tv-reportasjen om lille Linus som kom på sykehus i siste liten.

Foto: Lena Knutli



Under Hell-konferansen gikk «Den trønderske journalistprisen 2010» til (f.v.): Kim Nygård (foto), Sæba Bajoghli, Berit Baumberger, Erlend Juvik Hansen, Siri Wahl-Olsen og Svein Inge Meland (ikke på bildet) for nyhetssakene om den katolske biskopens overgrep. Juryen uttaler: «Et stykke håndverk i særklasse!»

Foto: Dan Ågren



Den trønderske journalistprisens hederspris for 2010 gikk til journalistene Lajla Ellingsen og Mari K. By Rise for mange års godt arbeid med undersøkende og kritisk journalistikk.

Foto: Dan Ågren



Kim Nygård vant førstepris i klassen «Sport action» under den nasjonale pressefotokonkurransen «Årets bilde 2010». Bildet er fra en rugbykamp på Fidji.





Kim Nygård vant også andreprisen i klassen «Sport action» under den nasjonale pressefotokonkurransen «Årets bilde 2010». Bildet er fra et grayhound-løp i Sona ved Hegra.

Livet uten Håvard

«Her bor Kari og Ove, Karina, Hanne og Håvard»



Tomheten: Ett år er gått siden Håvard falt om på fotballtrening på Heimdal. En sprell levende femtenåring var ikke mer. Ennå er sjokket og sorgen altoppslukende for to lamslåtte foreldre. - Det er fryktelig tøft. Vi eksisterer. Men leve, det klarer vi ikke, sier Kari Aune Johansen og Ove Johansen.

16 | Ukeadressa
Lørdag 18. desember 2010

Den trønderske journalistprisen 2010: Journalist Hilde Østmoe og fotograf Kjell A. Olsen fikk hederlig omtale for «Livet uten Håvard» – reportasje i Ukeadressa om 15-åringen fra Heimdal som falt om under fotballtrening og døde av hjertestans.

Tekst: Hilde Østmoe
hilde.ostmoe@adresseavisen.no
Foto: Kjell A. Olsen
kjell.a.olsen@adresseavisen.no

Det rosemalte skiltet på dora forteller om en vanlig familie i et vanlig hus på Heimdal. Men ordene lyver. Håvard bor ikke her lenger.

Håvard finnes ikke mer. Og familien hans er ikke lenger en vanlig familie, men mennesker i bunnsos sorg.

En enslig julestjerne henger i stuevinduet hjemme hos Ove Johansen og Kari Aune Johansen, men gir ingen forjulegleder. Vi ønskes velkommen inn til et hjem i sorg. Det blir svært nedstemt julefeiring i år også, lite pynt, intet tre, ingen gaver. For ett år siden fikk de et sjokk som rystet dem så brutalt at ord som glede og feiring har mistet sitt innhold. Fra å være en familie med hverdagens små gleder, irritasjoner, latter og bekymringer ble de slått i bakken av den altoverskyggende tragedien. Å miste Håvard.

Nyheten gikk over hele landet. Håvard Aune Johansen, 15 år, døde av hjertestans under fotballtrening på Heimdal.

- Vi skulle ønske at vi hadde fått et forvarsel, sier Ove og Kari. Det er så mye de skulle ha ønsket. At hele virkeligheten forsvinner og at Håvard kommer hjem igjen, avett etter en tøff trening. At han tuller, krangler, spiller musikk, gir bort en klem. Lever. Men han er død. De skulle ønsket at de i hvert fall hadde fått ta farvel.

Men de var fullstendig uforberedt.

En dag i november

Onsdag 18. november 2009 starter som onsdager flest. Pappa Ove har dratt på jobb. 15 år gamle Håvard, eneste hjemmeboende av husets yngre generasjon, er ferdig med frokosten og gir som vanlig mamma en



Familie Adresseavisen 21.11.2009

Ukeadressa
Lørdag 18. desember 2010 | 17

Harstad Tidende



Fotograf Øyvind Askevold Kaarbø vant prisen for «Beste pressefoto» under Hålogaland Journalistlags konkurranse i 2010. Bildet viser Fredrik Notice (Harstad IL) som feirer at han nettopp har headet inn 1-1.

Levanger-Avisa



Journalist Roger Svendsen ble under Hell-konferansen tildelt prisen «Årets bilde i Trøndelag 2010» for små redaksjoner.

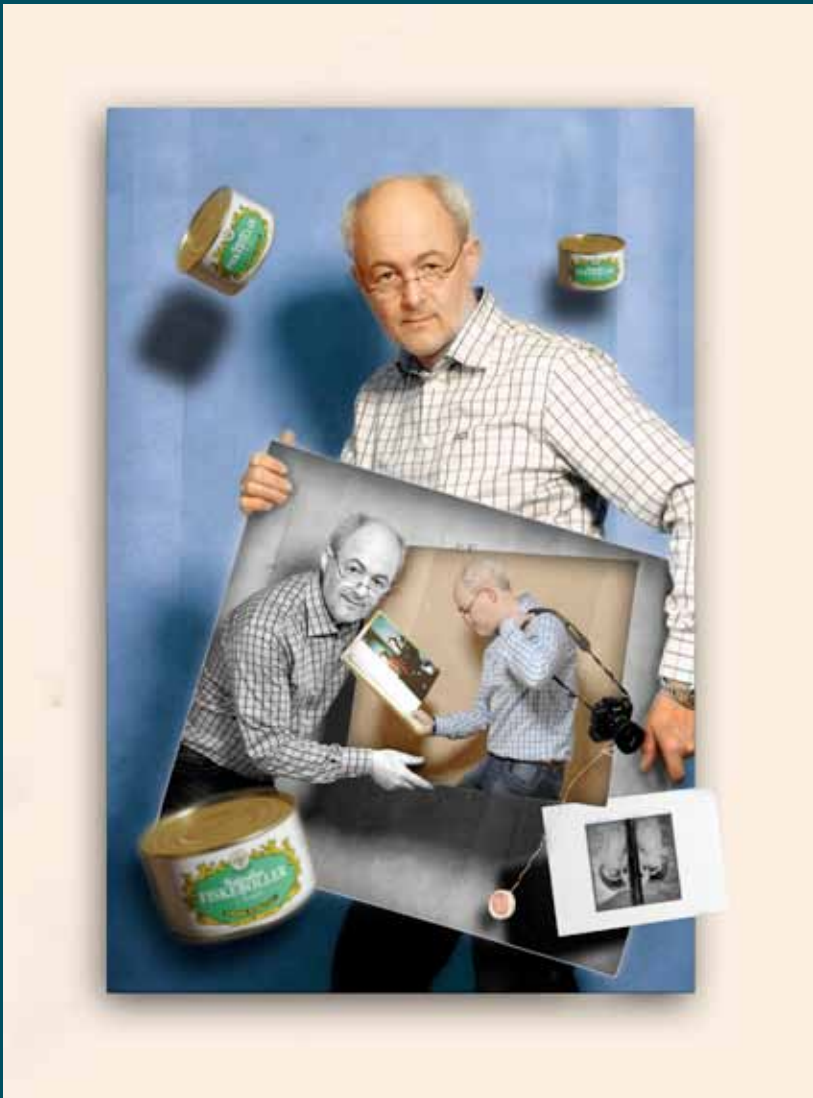
Romsdals Budstikke



Journalist Anita Vingen ble tildelt Møre og Romsdal Journalistlags featurepris for en reportasje om nybrotstida på Farstad.

Sortlandsavisa

Under landsmøtet i Landslaget for lokalaviser i april 2010 fikk avisen hederlig omtale i konkurransen «Årets lokalavis».



Juryen om Sortlandsavisa: Bildene får leve i en ryddig og moderne design. I den- ne avisa finnes reportasjer med glimt i øyet side om side med seriøs og god ny- hetsjournalistikk.

Foto: Ove Aalo (selvportrett)



Redaktør Gard Michalsen (t.v.) mottok heder og diplom

Fire av Sunnmørspostens journalister har mottatt priser i 2010.



Journalist Karsten Lilleheim har fått Ålesund kommunes hederspris. I begrunnelsen heter det at han i en årrekke har vekt interesse for det som skjer i kommunalt styre og stell blant byens innbyggere.

UT I EUROPA

FOTBALL-FRUENE

TÅLMODIGHETENS PRINS

Les dagens seriestartsmagasin

Torsdag

11. mars 2010

Nr. 59 128. årgang Pris kr 20,-

1. verdenskrig

Bygger i Haram

Skrømt av vold

Spødet at stryketekst

Pakkettør på fjorden

Behandlet sin egen tomtfadese

I dag skal det kommunale eiendomsselskapet i Ålesund diskutere om eiendomssjef Knut Bang har gått ut over sine fullmakter i saken om tomtesalg i Breivika. Saksbehandler er Knut Bang selv.

6 NYHETER

PRISEXPLOSION PÅ NÆRINGSTOMTER PÅ GRAFTNESSET I ÅLESUND

Kraftig prisvekst

Tomteprisen på næringstomter på Graftneset i Ålesund har økt med 140 prosent på tre år.

År	Pris per areal
2007	1.200.000
2008	1.400.000
2009	1.680.000

Etterlyser klagesak på Fredsbergaasen

Ålesund kommune etterlyser klagesaker mot kommunens saksbehandling i saken om tomtesalg på Fredsbergaasen.

8 NYHETER

Behandlet egen sak

■ Inhabilitet og kritikkverdig saksbehandling sier ekspert

Ålesund kommune har behandlet sin egen sak om tomtesalg i Breivika. Dette er et alvorlig brudd på inhabilitetsreglene, sier en ekspert.

Kjøpte tomt, fikk bråk

En mann som kjøpte tomt i Breivika har fått mye bråk etter at kommunen har besluttet å selge tomtene.

Eirik N. Meling fikk Møre og Romsdal Journalistlags nyhetspris for 2010 for saker om tvilsomt kommunalt tomtesalg



Pål Bakke fikk hederlig omtale av Møre og Romsdal Journalistlag for sakene om svikt i politiets varslingsrutiner.



Inger Otterlei fikk hederlig omtale av Møre og Romsdal Journalistlag for sakene om forholdene ved fødeavdelingen i Ålesund.

Trønder-Avisa

Trønder-Avisa har mottatt en rekke priser i 2010, både regionalt, nasjonalt og internasjonalt. T-A ble mestvinnende norske avis i den skandinaviske designkonkurransen SNDS.



Denne nyhetsførstesiden fikk bronse i konkurransen «Best of Scandinavian Newsdesign» (SNDS). I tillegg nominert til «Årets avisside».



Magasinforsiden «Fjortis» fikk både sølv i den skandinaviske designkonkurransen og hederlig omtale i Mediebedriftenes landsforbunds konkurranse «Årets avisside».



Torun Støbakk (16) fra Snåsa, fikk Ung mediapris 2010 for sitt arbeid med ungdomssidene Filter i Trønder-Avisa.

Prisen deles ut av Nord-Trøndelag Barne- og Ungdomsråd



Reportasjeserien om kombinertløperen Thorbjørn Brandt, laget av fotograf Johan Arnt Nesgård og journalist Gøril Engesvik, har fått flere priser. Nesgårds bilder vant førstepris i den nasjonale pressefotokonkurransen «Årets bilder 2010» i klassen «sport feature». Bildeserien ble også kåret til «Årets bilde 2010» under Hellkonferansen (Trøndersk journalistpris).



En hel familie ble rammet
da Thorbjørn Brandt falt i Granåsen.

Reportasjeserien fikk hederlig omtale i kategorien sports- og featuresider i den skandinaviske designkonkurransen (SNDS).



Magasinforsiden som handlet om en gammel drapssak ble tildelt «Award of Excellence» i European Newspaper Award.



Journalist Anders Nordmeland og fotograf Johan Arnt Nesgård fikk under Hell-konferansen diplom og hederlig omtale for sin serie om gartneribransjen på Frosta og utenlandske arbeidstakere.

Samfunnsoppdrag på alvor

Polaris Media fikk i 2010 sitt eget redaksjonelle råd. Rådet skal bidra til å sikre redaksjonenes uavhengighet og være en utfordrer og medspiller i utøvelsen av medienes samfunnsoppdrag.

Oppgavene til det redaksjonelle rådet er bestemt i vedtektene for Polaris Media:

+ Avgi uttalelse om foreslått kandidat til sjefredaktør i ledende mediehus i konsernet etter innstilling fra de aktuelle selskaperes styre, før ansettelsene skjer.

++ Avgi uttalelse og ha vetorett om forslag til endringer av redaksjonell plattform i konsernet.

+++ Kommentere selskapets årlige publisistiske rapport.

Rådet kan også i særlige tilfeller konsulteres av styret i andre publisistiske spørsmål. Konsernstyret har oppnevnt tre av medlemmene til rådet:

Ole Danbolt Mjøs (72). Professor i medisin, politiker (KrF), rektor ved Universitetet i Tromsø (1989-95), leder i Kringastingsrådet (1990-94), utredet kvalitetsreformen i høyere utdanning (1998-2000) og medlem/leder av Den norske Nobelkomité (2003-08).

Marit Breivik (56). 140 håndball-landskamper for Norge. Gull og bronse i OL og 11 VM og EM medaljer som trener. Kåret til årets trener under Idrettsgallaen flere ganger, har fått Olavstatuetten og er kåret til Årets trønder (2007) av Adresseavisen.

Gry Cecilie Sydhagen (37). Har grunnlagt databedriften Metizoft i Fosnavåg i Herøy

kommune i 2006. Bedriften har spesialisert seg på å utstede grønne sertifikater for skip. I 2009 ble Sydhagen kåret til årets kvinnelige grunder av Næringsdepartementet og Innovasjon Norge.

I tillegg skal Norsk Presseforbunds leder med vara sitte i rådet: Per Edgar Kokkvold (65). Journalist i utenriksredaksjonen i Arbeiderbladet nå Dagsavisen, senere utenriksredaktør (1984-1991) og redaktør (1991-1996) i samme avis. Han har vært leder for Pressens Faglige Utvalg (1994-1996). Han har siden 1996 vært generalsekretær i Norsk Presseforbund.

Det redaksjonelle rådet arbeider i stor grad opp mot Redaktørforum i Polaris Media. Redaktørforum består av alle medlemmer i Norsk Redaktørforening i konsernets mediehus og har et arbeidsutvalg som driver arbeidet i det daglige.

Medlemmer av redaktørforums arbeidsutvalg var i 2010:

- Arne Blix, Adresseavisen (leder)
- Stein Arne Sæther, Adresseavisen
- Jørn Skoglund, avisa iTromsø.
- Krister Olsen, Trønderbladet, representerer lokalavisene i Midt-Norge
- Ole Bjørner Loe Welde, Romsdals Budstikke
- Hanna Relling Berg, Sunnmørsposten

Det publisistiske arbeidet hviler på den redaksjonelle plattform som er vedtektsfestet slik:

Selskapets publisistiske virksomhet skal drives på en måte som fullt ut sikrer den redaksjonelle frihet, uavhengighet og integritet i overensstemmelse med Redaktørplakatens prinsipper. Selskapets medier har en forpliktelse ovenfor sine lesere, seere, lyttere og brukere om å stå for en nyhetsformidling som er fri for bindinger, åpen for meningsmangfold og på vakt mot maktmisbruk.

Selskapet bygger sin virksomhet på lokal og regional forankring. Det er et overordnet mål å være talerør for – og kritisk medspiller til – en positiv utvikling lokalt og regionalt, og samtidig sette dagsorden nasjonalt.

Hvert år legger redaktørforum frem en redaksjonell årsrapport. Dette skjedde første gang for 2009. Fra og med rapporten i 2010, skal det redaksjonelle råd avgis en uttalelse om rapporten.

Redaktørforum har også som oppgave å stimulere til faglig utvikling, innholdsutvikling og produktutvikling i konsernet. Det første større fellesprosjekt er Kortreist, opplevelser i nærmiljøet i vårt område. Redaktørforum arbeider nå med en mer omfattende utviklingsplan. Det arbeides også med å få innført priser som kan stimulere journalistisk utvikling.

Det redaksjonelle rådet i Polaris Media ble stiftet i 2010. Her er rådet sammen med arbeidsutvalget i Redaktørforum samlet utenfor Adresseavisens gamle lokaler i Nordre gate i Trondheim. Foran f.v.: Yngve Nilssen (HTG), Arve Løberg (Trønder-Avisa), Gry Cecilie Sydhagen (rådsmedlem), Hanna Relling Berg (Sunnmørsposten), Marit Breivik (rådsmedlem) og Stein Arne Sæther (Adresseavisen). Bak f.v.: Ole Bjørner Loe Welde (Romsdals Budstikke), Arne Blix (Adresseavisen) og Per Edgar Kokkvold (rådsmedlem). Rådsmedlem Ole Danbolt Mjøs og Krister Olsen (Trønderbladet) var ikke til stede da bildet ble tatt.



Tillitsmannsarbeidet i Polaris Media ASA

Det er en tid for alt. Når dette leses, er undertegnede, konserntillitsvalgt Arne Sellæg, tilbake som menig journalist i Adresseavisen, eventuelt som pensjonist. «Time will show» som det heter på «nynorsk».

Avtroppende konserntillitsvalgt Arne Sellæg i kantineprat med blant andre Adressa-kolleger Mari By Rise og Ståle Langørgen.



Jeg sa da jeg lett motstridende tok på meg vervet som den første heltids tillitsvalgte i det nyfødte mediekonsernet Polaris Media vinteren 2009, at min fremste oppgave ville bli det jeg kaller «å gå opp løypa». Med det mente jeg å gjøre et ærlig forsøk på å etablere en tillitsmannsordning for et nytt konsern som skal binde sammen et tredvetalls bedrifter fra Alta i nord til Måløy og Stryn i sør.

Nå er «løypa» brøytet. Kanskje ikke noe «trikkespor» akkurat, men «løypa» eller organisasjonsapparatet om man vil, bør være tydelig nok for at etterfølgerne finner vei og ikke går seg bort. Grunnlaget for en fornuftig tillitsmannsordning er lagt, men det betyr ikke at den er fullkommen. Det kan vel en organisasjon, enn si en bedrift, aldri bli. Og slett ikke en mediebedrift som er helt avhengige av konstante fornyelser.

Det jeg sier nå er kanskje litt som «å banne i kjerka» av en tillitsmann, eller pamp for den saks skyld. (Pamp er også for meg et æresbegrep). Det jeg vil starte med, er å gi litt ros til det som i tøffe tider kalles «fienden», arbeidsgiverne, ledelsen i de ulike ledd. Samarbeidet med konsernledelse, ledelsen i de fire underkonsernene, og stort sett også med de enkelte bedrifter har fungert utmerket de to årene jeg har hatt dette vervet. Når jeg bruker begrepet «stort sett», er det fordi jeg selvsagt ikke kjenner forholdene godt nok i alle bedrifter til å utgi toppkarakterer til alle. Jeg er selvsagt også kjent med at det finnes eksempler der ikke alt er i skjønneste orden. Jeg hadde nær sagt: Det skulle nesten

bare mangle i et så stort konsern med så mange enkeltmennesker involvert.

Det jeg har satt pris på hos ledelsen, er at de i alle ledd aksepterer og godtar viktigheten av å ha et profesjonelt og oppegående tillitsmannsapparat som sørger for god kontakt mellom ledelse og ansatte. Dette er fullt i tråd med det som kalles «den nordiske modellen» i arbeidslivet – samarbeid tillitsvalgte-ledelse i alle ledd - og som regnes som en enestående suksess i internasjonalt arbeidsliv. Et slikt samarbeid er etter min mening en viktig forutsetning for god bedriftsledelse og god bedriftskultur, og dermed også for trivsel og fremgang. Selvsagt skurrer det litt en gang i blant, men da er evnen til gjen-sidig respekt, evne til å løse konflikter og god dialog, viktig. Jeg har hatt to mantra i det ver-vet jeg har hatt: Prosess og konsekvens.

God prosess i den forstand at det er uhyre viktig å trekke med alle berørte i de mange omstillingsprosesser som nærmest skjer daglig i alle dynamiske bedrifter. Ingenting er så ille som «å få tredd beslutninger nedover hodet på seg» i prosesser som angår en selv. Da er man nærmest garantert at de beslutningene berører, får alle pigget ut, og kiv og konflikt blir resultatet. De aller fleste av oss er såpass oppegående at vi forstår at alt ikke kan være som før, men vi vil gjerne ha det forklart, og ha et ord med i laget, om hva som skal skje, og hvordan ting skal skje, før det skjer!

Konsekvens i den forstand at alle – det være seg ledere som tillitsvalgte – så langt det er mulig forsøker å avklare hva følgene blir av

alle de tiltak man setter i gang. Der kan vi alle bli bedre. Ikke i den forstand at jeg mener det nær sagt alltid vil stå i menneskelig makt å forutsi konsekvensene, men det må det i minste kreves at det gjøres et ærlig forsøk av de som sitter med beslutningsmyndighet. Kutter man i staben, og det er gjort i et betydelig omfang i disse finanskriseårene, så er det ikke sikkert at man kan lage det samme produktet som før. Ikke i den forstand at produktet automatisk blir dårligere, men annerledes blir det gjerne. Det er det greit å ha for seg når tiltak settes i verk.

Jeg har i mange sammenhenger sagt at vi lever i en tid da ikke minst mediebransjen står foran noen av de største utfordringer og forandringer som har skjedd på mange tiår. Noen har sågar gått helt tilbake til salige Johan Gutenberg for å peke på dimensjonene av de store utfordringer og forandringer som vi i dag opplever. Selv har jeg vært over 40 år i mediebransjen. Og jeg kan ikke huske å ha opplevd at forhold som angår avisene, og dermed også trykkeriene, har forandret seg så raskt som i dag.

Tradisjonelt har fagforeninger av naturlige årsaker vært skeptiske til forandringer fordi forandringer på kort sikt ofte fører til usikre arbeidsplasser, enten det er de oppgaver man har som ansatt, eller om det i det hele tatt er bruk for en. La det derfor med en gang være sagt at vi som representerer de tillitsvalgte i Polaris Media gjennom det valgte konsernutvalget, og der alle de fire, store fagforbundene for media-

ansatte er representert, ikke er i mot forandringer. Tvert imot. Vi etterlyser enda større «trøkk» enn i dag når det gjelder produktutvikling og satsing på nye publiseringsformer som lesebrett, smarttelefoner og lignende. Det gjelder også de som representerer trykkeriene, selv om digital publisering kan oppfattes som en direkte trussel mot arbeidsplassene i trykkeriene.

De tillitsvalgte i konsernutvalget støtter fullt ut det arbeidet som gjøres for satsing på nye publiseringsformer. Ikke fordi vi tror papiravisene står på gravens rand – som enkelte forståelsepåere tror – men rett og slett fordi at skal våre bedrifter ha en fremtid, må vi ligge i fremste rekke når det gjelder teknologisk utvikling. Det kan man like eller ikke like, men slik er det bare. Når det er sagt, har vi ikke noen tro på en snarlig død for papiravisene, men «det trykte ord» har en utfordring. Det ser vi over hele avisverdenen. Hva som skjer om 20-30 år, er selvsagt ingen gitt å si. Å spå om utviklingen på så langt sikt, blir som ordet sier, ikke noe annet et uforpliktende spådommer som like godt gjøres av gamle spåkoner som av såkalte eksperter. Det vi må gjøre, er å være «på hugget» hele tiden, og ikke la utviklingen løpe fra oss. Bare på det viset kan vi sikre arbeidsplassene, inntjening, fortjeneste og sikker inntekt.

Rent organisasjonsmessig har vi det siste året fått på plass tillitsmannsorgan for hvert av de fire underkonsernene, Polaris Trykk, Harstad Tidende Gruppen, Adresseavisen Gruppen og Polaris Media Nordvest-

landet. Vi har fått gjennomført styrevalg i alle bedrifter der vi har rett til styrerepresentasjon, og i de aller minste bedriftene – med færre enn ti ansatte – har vi fått observatører fra de ansatte inn i styrene.

Min og konsernutvalgets målsetting er å sikre best mulig innflytelse for de tillitsvalgte på alle plan i konsernet. Vi vil være representert der beslutninger tas. Det sikrer at vi som representerer de ansatte kan bidra med vårt når beslutninger tas. Det har selvsagt en egoistisk hensikt ved at vårt syn i størst mulig grad blir hørt. Men vi mener også at vi får de beste beslutninger når de ansatte og tillitsvalgte blir en del av beslutningsgrunnlaget, enten vi er enige eller ikke. Det er alltid bedre å ta diskusjonen før beslutninger fattes enn etterpå. Med det organisasjonsapparatet vi nå har etablert – med den «løypa» som er gått opp - tror vi også grunnlaget for dette er lagt. Men selvsagt avhenger her som over alt ellers mye av enkeltpersoner, og hvordan de er til å skjøtte sine verv.

Jeg har også i 2010 besøkt de fleste bedrifter, og ble som forrige gang godt mottatt over alt, det være seg hos lokale tillitsvalgte som hos ledelsen i de enkelte bedrifter. Inntrykket er at det stort sett er gode samarbeidsforhold. Et par bedrifter har imidlertid blitt hengende etter med mangel på lokalavtaler og ordninger for forhandlinger mellom ledelse og ansatte. Ledelsen i alle de fire underkonsernene så vel som toppledelsen har imidlertid forsikret meg at de ønsker «ordning och reda» som den sven-

ske statsministeren Göran Persson sa ved flere anledninger. Gode systemer for kontakt mellom ledelse og tillitsvalgte, er ofte en viktig betingelse for å sikre gode samarbeidsforhold og løsning av konflikter når de måtte dukke opp. Og de dukker selvsagt opp de fleste steder – fra tid til annen. Og da tenker jeg ikke på tradisjonelle lønnskonflikter som er en del av arbeidslivets lovfestede spilleregler, men uenighet og misnøye om dette og hint, store så vel som små hverdagsproblemer.

Med dette sier jeg takk for meg. Det har vært to interessante år der jeg har lært konsernet å kjenne fra innsiden, både blant de tillitsvalgte og blant ledelsen. Til tross for at vi har bak oss to av de mest dramatiske år for norske mediebedrifter, fungerer det meste bra på alle plan. Vi har kommet gjennom finanskrisen uten alt for store sår selv om enkeltpersoner selvsagt ikke er like godt fornøyd med alt som har skjedd. Konsernet sammen med de tillitsvalgte og de ansatte er innstilt på full satsing rundt om på arbeidsplassene, det være seg å videreutvikle de produkter vi har, som å være i front når det gjelder nyskaping og innovasjon.

Eiere, styret og ledelse på alle plan bør være stolt av å ha en engasjert og initiativrik arbeidsstokk langs vår lange kyst.

Heimdal, 24. januar 2011

Arne Sellæg
Konserntillitsvalgt – fram til 18. mars 2011.

Eierstyring og selskapsledelse

Grunnlaget for god eierstyring er et klart og oversiktlig forhold mellom eiere, styret og ledelsen. God eierstyring vil sørge for troverdighet og tillit blant alle interessenter og vil gi et godt grunnlag for å fremme verdiskaping og gode resultater. God eierstyring og selskapsledelse er viktig for Polaris Media ASA, og selskapets prinsipper for eierstyring og selskapsledelse samsvarer i all hovedsak med Norsk anbefaling for eierstyring og selskapsledelse ("anbefalingen").

Nedenfor beskrives sentrale forhold knyttet til Polaris Media ASAs eierstyring og selskapsledelse. Beskrivelsen er i det vesentlige strukturert i temaer overensstemmende med anbefalingen, og i kapitteloverskriftene gis henvisning til de relevante bestemmelser i anbefalingen. Beskrivelsen dekker også forhold som ikke fremgår av anbefalingen, idet vi anser disse som sentrale i diskusjonen rundt eierstyring og selskapsledelse.

Virksomhet, mål og verdigrunnlag

(anbefalingens pkt. 1 og 2)

Polaris Media ASA er morselskap i et mediekonsern og konsernets virksomhet er tydeliggjort i vedtektene hvor det fremgår at selskapets formål er å drive mediehus, informasjons- og forlagsvirksomhet, samt trykkeridrift og annen beslektet næringsvirksomhet.

Polaris Media ASA skal være best på innhold og den foretrukne markeds plass i sine regioner, i alle mediekkanaler. Konsernets medier skal kjennetegnes av kvalitet og nytenkning i alle ledd. Polaris Trykk skal være Norges ledende trykkeriselskap. Polaris Media ASAs eierstyring og selskapsledelse bygger på konsernets publisistiske tradisjon og verdigrunnlag som innebærer at kravet til redaksjonell frihet, uavhengighet og integritet skal være retningsgivende for alle medier i konsernet. Dette sentrale verdigrunnlag for styringen og ledelsen av konsernet er nedfelt i Polaris Media ASAs vedtekter slik:

"Selskapets publisistiske virksomhet skal drives på en måte som fullt ut sikrer den redaksjonelle frihet, uavhengighet og integritet i overensstemmelse med Redaktørplakatens prinsipper.

Selskapets medier har en forpliktelse overfor sine lesere, seere, lyttere og brukere om å stå for en nyhetsformidling som er fri for bindinger, åpen for meningsmangfold og på vakt mot maktmisbruk.

Selskapet bygger sin virksomhet på lokal og regional forankring. Det er overordnet mål å være talerør for – og kritisk medspiller til – en positiv utvikling lokalt og regionalt, og samtidig sette dagsorden nasjonalt." Ifølge vedtektene skal et eget redaksjonelt råd påse at den publisistiske plattform ivaretas.

Avvik fra anbefalingens pkt. 1 og 2: Styret har ikke utarbeidet retningslinjer for samfunnsansvar i løpet av 2010.

Selskapskapital og utbytte

(anbefalingens pkt. 3)

Polaris Media ASA (konsern) har per 31.12.2010 en egenkapitalandel på 35,0 %. Egenkapitalandelen er tilpasset selskapets mål, strategi og risikoprofil. Størrelsen på selskapets egenkapital tilfredsstiller fullt ut selskapets behov for egenfinansiering i forhold til den virksomhet som drives. Selskapet har som mål at utbyttennivået skal gjenspeile aksjonærenes ønske om god løpende avkastning, i tillegg til at selskapets behov for egen utvikling ivaretas. Utbytte skal være stabilt over tid og utgjøre rundt 50-70 % av overskuddet etter skatt, forutsatt at selskapets eget kapitalbehov er dekket.

Avvik fra anbefalingens pkt. 3: Ingen.

Likebehandling og omsettelighet

(anbefalingens pkt. 4 og 5)

Selskapets policy er at alle aksjonærer skal behandles likt.

Polaris Media ASA har kun én aksjeklasse med like rettigheter knyttet til hver aksje. Hver aksje har 1 stemme i selskapets generalforsamling. Ifølge vedtektene kan ingen på egne eller andres vegne til sammen stemme for flere enn en femtedel av de på generalforsamlingen representerte aksjer. Vedtektene har også en konsolideringsbestemmelse, slik at ved anvendelse av reglene om beregning av stemmetak, regnes like med aksjonærens egne aksjer, aksjer som eies av aksjonærens nærstående. Endring av vedtektenes bestemmelse om redaksjonell plattform krever minst 3/4 fler-

tall så vel av avgitte stemmer som av den aksjekapital som er representert på generalforsamlingen.

Selskapets aksjer er fritt omsettelige. Det er ikke vedtektsfestet noen form for omsetningsbegrensninger.

Aksjene i Polaris Media ASA er notert på Oslo Børs.

Avvik fra anbefalingens pkt. 4 og 5: Ifølge anbefalingen bør selskapet ha kun én aksjeklasse og for så vidt foreligger ingen avvik. Stemmerettsbegrensningen i vedtektene og det særlig kvalifiserte flertall for beslutning om endring av vedtektenes bestemmelse om redaksjonell plattform er begrunnet i Polaris Media ASAs publisistiske ansvar og samfunnsrolle som mediebedrift og sikrer konsernets uavhengighet og integritet.

Generalforsamling

(anbefalingens pkt. 6)

Ordinær generalforsamling avholdes innen utgangen av mai måned. Alle aksjonærer med kjent adresse får skriftlig innkalling til generalforsamling minst 21 dager før foreslått generalforsamling generalforsamlingen kunngjøres dessuten ved annonser i Adresseavisen, Harstad Tidende, iTromsø, Romsdals Budstikke og Sunnmørsposten. Innkalling til generalforsamling med saksdokumenter er tilgjengelig på www.polarismedia.no minst 21 dager før generalforsamling.

Aksjonærer som ikke selv kan delta, kan stemme ved bruk av fullmakt. Aksjonærer som vil møte på generalforsamling eller avgi stemmer ved fullmakt, må melde fra skriftlig til selskapet, eventuelt sende fullmakt lydende på navn til selskapet, minst tre dager før generalforsamlingen holdes. Styreleder, konsernsjef og revisor deltar på ordinær generalforsamling.

Avvik fra anbefalingens pkt. 6: Det er ikke fastsatt nærmere retningslinjer for valgkomitéen.

Valgkomité

(anbefalingens pkt. 7)

Valgkomitéen i Polaris Media ASA er vedtektsbestemt og består av 3 medlemmer valgt av generalforsamlingen for 1 år ad gangen. Valgkomitéen skal fremme forslag til generalforsamlingen på valg av medlemmer og varamedlemmer til styret og medlemmer av valgkomitéen. Valgkomitéen skal fremme forslag på godtgjørelse til medlemmer av styret, valgkomitéen, kompensasjonskomitéen, revisjonskomitéen og redaksjonelt råd. På generalforsamlingen i mai 2010 ble følgende valgt til medlemmer av valgkomitéen: Berit Rian (leder), Elbjørg Guisstandal og Eyvind Stav.

Avvik fra anbefalingens pkt. 7: Ingen.

Styrets sammensetning og arbeid

(anbefalingens pkt. 8 og 9)

Styret er sammensatt for å ivareta aksjonærfellesskapets interesser, og selskapets behov for kompetanse, kapasitet og mangfold. Styret i Polaris Media ASA består av 10 personer med stemmerett, hvorav 3 er representanter for de ansatte. Styrets 7 aksjonærvalgte medlemmer velges av generalforsamlingen etter forslag fra valgkomitéen. Styret tilfredsstiller kravene til uavhengighet som følger av anbefalingen. Totalt er det 4 kvinner i styret, hvorav 3 aksjonærvalgte. For å sikre kontinuitet i styret velges styret for en periode på 2 år, halvparten er på valg hvert år. Styret i Polaris Media ASA har den overordnede myndighet og ansvar for

forvaltningen av konsernet. Det avholdes 8-10 styremøter i året i tillegg til at det årlig arrangeres strategiseminar for styret. Presentasjon av styremedlemmene og deres kompetanse framgår av egen oversikt i årsrapporten. Generalforsamlingen velger styrets leder og nestleder. Styret ansetter selskapets konsernsjef. Styret vedtar årlig budsjett og treffer for øvrig alle de disposisjoner som måtte være nødvendig for selskapets drift.

Styret har opprettet en kompensasjonskomité og en revisjonskomité med det formål å styrke styrets saksforberedelse og diskusjon i saker innenfor komitéenes arbeidsområder. Komitéene gir mulighet for en grundig og betryggende saksbehandling på vesentlige områder gjeldende virksomhetsstyring og internkontroll samtidig som det frigjøres tid til prinsipielle og strategiske spørsmål i styret.

Kompensasjonskomitéen holder seg orientert om vederlagsordninger for ledende ansatte i konsernet og forbereder saker for styret som gjelder kompensasjon, annen avlønning og eventuelt andre incentivordninger for konsernsjef. Arbeidet omfatter spørsmål knyttet til lønn, bonus, førtidspensjon og alderspensjon.

Revisjonskomitéen forbereder saker for styret som gjelder revisjon, internkontroll, og risikostyring samt oppfølging av større prosjekter i konsernet. Revisjonskomitéen har egne møter med revisor og kvartalsvise møter hvor konsernets CFO deltar. Styret gjennomfører en årlig egenevaluering av sitt arbeid, sin kompetanse og arbeidsform. Resultatene fra styreevalueringen gjøres tilgjengelig for valgkomitéen til bruk i komitéens arbeid med kandidater til styret.

Avvik fra anbefalingens pkt. 8 og 9: Ingen.

Konsernstyring – interne styrefora

Polaris Media ASA er morselskap i et mediekonsern og har som formål å forvalte sine eierinteresser i konsernet i samsvar med vedtektene og gjeldende lovverk.

Konsernets styring og oppfølging av virksomhetsområdene skjer i stor grad gjennom styremøter i hoveddatterselskapene og møter i konsernledelsen hvor topplederne i hoveddatterselskapene alle er medlemmer av konsernledelsen.

Konsernsjef er styreleder i hoveddatterselskapene Adresseavisen Gruppen AS, Harstad Tidende Gruppen AS, Polaris Media Nordvestlandet AS, Polaris Trykk AS og Polaris Eiendom AS. For øvrig består styrene i Adresseavisen Gruppen AS, Harstad Tidende Gruppen AS, Polaris Media Nordvestlandet AS og Polaris Trykk AS av personer med ledende stillinger i konsernet, representanter fra de ansatte samt eksterne styremedlemmer med særskilt kompetanse i forhold til virksomheten i det enkelte datterselskap.

Risikostyring og Intern kontroll

(anbefalingens pkt. 10)

Effektiv styring med fokus på risiko og god intern kontroll er en overordnet suksessfaktor for Polaris Media ASA og er en integrert del av forretningsdriften. Evnen til å planlegge, strukturere, gjennomføre og evaluere prosjekter er en viktig del av virksomheten. Konsernet styres etter fastsatte finansielle mål. Rapportering skjer ca. 10 ganger i året og omhandler både finansielle og ikke-finansielle parametere. Det er fokus på lønnsomhet og risiko knyttet til hvert virksomhetsområde. Det legges stor vekt på resultatoppfølging og fokus rettes

mot tiltak på områder som ikke har ønsket utvikling. Formålet med risikostyringen og internkontrollen er å håndtere risiko knyttet til virksomheten og styrke kvaliteten på den finansielle rapporteringen. Effektiv risikostyring og god intern kontroll bidrar til å sikre aksjonærenes investeringer og konsernets eiendeler. Styret mener Polaris Media ASA har en god intern kontroll og en risikostyring som er tilpasset virksomheten. Avvik fra anbefalingens pkt. 10: Internkontroll av retningslinjene for samfunnsansvar vil bli iverksatt når disse er vedtatt av styret.

Godtgjørelse til styret

(anbefalingens pkt. 11)

Godtgjørelsen til styret reflekterer styrets ansvar, kompetanse, tidsbruk og virksomhetens kompleksitet. Godtgjørelsen er ikke resultat-avhengig. Det er ikke utstedt opsjoner til styrets medlemmer. Godtgjørelsen fastsettes av generalforsamlingen etter forslag fra valgkomiteén. Nærmere informasjon om styrets godtgjørelse finnes i note 18 til årsregnskapet. Flere av styrets medlemmer eier aksjer i selskapet, det vises til note 21 til årsregnskapet. Avvik fra anbefalingens pkt. 11: Ingen.

Godtgjørelse til ledende ansatte

(anbefalingens pkt. 12)

Godtgjørelsen til konsernsjef fastsettes av styret, etter at styrets kompensasjonskomité har forberedt saken. Godtgjørelsen består av fast lønn og en variabel del (bonus) maksimalt til tre måneders lønn som er avhengig av resultatoppgjør og diskresjonær vurdering. Polaris Media ASA har ingen form for opsjonsordninger i sitt incentivsystem. Informasjon om godtgjørelse til ledende ansatte er gitt i note 18 til årsregnskapet. Avvik fra anbefalingens pkt. 12: Ingen.

Informasjon og kommunikasjon

(anbefalingens pkt. 13)

Polaris Media ASA skal sørge for at aksjonærer mottar nøyaktig, klar, relevant og tidsriktig informasjon i forbindelse med alle saker av økonomisk betydning for aksjonærene. Finansiell informasjon offentliggjøres i børsens meldingssystem, i tillegg til Polaris Media ASAs internettside og i pressemeldinger. Kvartalsrapportene offentliggjøres både på norsk og engelsk på www.polarismedia.no. Finansiell kalender offentliggjøres årlig. Avvik fra anbefalingens pkt. 13: Ingen.

Selskapsovertakelse

(anbefalingens pkt. 14)

Polaris Media ASAs vedtekter har ingen begrensninger med hensyn til kjøp av aksjer i selskapet. I en eventuell overtakelses-

prosess vil styret bidra til at aksjonærene likebehandles. Dersom en overtakelsessituasjon som omtalt i anbefalingens pkt. 14 skulle oppstå, vil styret, i tillegg til å følge relevant lovgivning og regelverk, søke å følge de anbefalinger som der er gitt. Avvik fra anbefalingens pkt. 14: Ingen.

Revisor

(anbefalingens pkt. 15)

Revisor deltar på styremøter som behandler årsregnskapet. Revisor legger hvert år frem for styret hovedtrekkene i en plan for revisjonen av selskapet. Revisor er også til stede på selskapets generalforsamling og kommenterer revisjonsberetningen og svarer på eventuelle spørsmål knyttet til revisjonen. Styret orienterer om revisors godtgjørelse i ordinær generalforsamling. Revisors godtgjørelse for 2010 for revisjonen og andre tjenester framgår av note 18 til årsregnskapet. Avvik fra anbefalingens pkt. 15: Ingen.

Øvrig

I dette punktet beskrives andre sentrale forhold knyttet til Polaris Media ASAs eierstyring og selskapsledelse som ikke fremgår av anbefalingen.

Polariskonferansen

Polariskonferansen er høyeste organ for til-
litsvalgtdordningen i Polaris Media-konsern. Polaris konferansen er sammensatt av et utvalg av de sittende klubblederne eller deres stedfortredere i hvert mediehus/selskap i konsernet, konserntillitsvalgt og de ansattes faste styrerepresentanter i Polaris Media ASA. Konsernledelsen deltar på første dag av Polaris konferansen. Tillitsvalgte i alle bedrifter i Polaris Media-konsern skal være representert på konferansen. Polaris konferansen omfatter til sammen 58 representanter. Polaris konferansen holdes én gang i året, fortrinnsvis i februar/mars og skal blant annet orienteres av konsernledelsen om situasjonen i konsernet og om planer, økonomi og utfordringer på ulike forretningsområder samt drøfte overordnede fellessaker angående konsernet. Hensikten med Polaris konferansen er å styrke samarbeidet, kontakten og tilliten mellom ledelse og ansatte, på tvers av selskaper og regioner. Polaris konferansen er et supplement til de ansattes medbestemmelse og representasjon i egen bedrift.

Konsernutvalg

Konsernutvalget er i perioden mellom Polaris konferansene de ansattes øverste organ og de ansattes samarbeidsorgan for kontakt, informasjon og innflytelse i konsernet. Konsernutvalget består av 7 medlem-

mer inkl. konserntillitsvalgt, alle valgt av Polaris konferansen. Konsernutvalget skal ivareta de ansattes interesser overfor konsernledelsen i saker av generell og felles karakter. Konsernutvalget og de ansattes styrerepresentanter i Polaris Media ASA skal i forkant av konsernstyrets møter gis anledning til å drøfte saker som skal styrebehandles.

Konserntillitsvalgt

Det er etablert en konserntillitsvalgtordning for konsernet. Den konserntillitsvalgte representerer alle ansatte og ivaretar den regelmessige kontakten mellom de ansatte og deres strukturer, klubber/forbund og konsernledelsen. Den konserntillitsvalgte har møterett som observatør med talerett i konsernstyret og har tilgang til sakliste og styredokumenter på linje med konsernstyrets medlemmer.

Redaktørforum

Prinsippet om frie og uavhengige redaksjoner fremgår av den vedtektsfestede redaksjonelle plattform for alle medier i konsernets virksomheter. Det er etablert et redaktørforum i konsernet som omfatter ansvarlige redaktører, sjefredaktører og nyhetsredaktører i de enkelte medier. Forumet er en møteplass for diskusjon av publisistiske spørsmål og utfordringer av felles interesse og utveksling av idéer om utvikling av det redaksjonelle produkt, nye kanaler og faglig utvikling. Redaktørforumet representerer en styrking av konsernets redaksjonelle plattform og verdigrunnlag.

Redaksjonelt råd

Polaris Media har i henhold til vedtektene opprettet et eget redaksjonelt råd. De vedtektsbestemte oppgavene er:
+ Avgi uttalelse om foreslått kandidat til sjefredaktør i ledende mediehus i konsernet etter innstilling fra de aktuelle selskaps styre før ansettelse sjer.
++ Avgi uttalelse og ha veto rett om forslag til endrigeer av redaksjonell plattform.
+++ Kommentere selskapets årlige publisistiske rapport.

Rådet kan også særlige tilfeller konsulteres av styret i andre publisistiske spørsmål. Det vises til en egen omtale av det redaksjonelle rådets sammensetning.

Lederforum

Lederforum består av ledere og mellomledere i samtlige bedrifter i konsernet og avholdes årlig i forkant av Polaris konferansen.

Aksjonærinformasjon		
Morselskapet Polaris Media ASA har per 31. desember 2010 en aksjekapital på kr 48 897 418 fordelt på 48 897 418 antall aksjer pålydende kr 1.		
Resultat per aksje og utbytte		
Resultat per aksje i 2010 er kr 1,47. For 2009 ble resultat per aksje kr 0,60. Styret foreslår at det for 2010 utbetales et utbytte på kr 1,50 per aksje. For 2009 ble det utbetalt et utbytte på kr 1,00 per aksje.		
Aksjekursutvikling		
Polaris Media-aksjen er notert på Oslo Børs. Ved inngangen til 2010 var aksjekursen kr 23,00, og ved utgangen av året var aksjekursen kr 21,00.		
Høyeste aksjekurs i 2010 var kr 27,00 og laveste aksjekurs var kr 20,60. Det ble gjennomført 112 handler i Polaris Media-aksjen i 2010, og hver handel var i gjennomsnitt på 869 aksjer.		
Utbyttepolitikk		
Selskapet har som mål at utbyttetnivået skal gjenspeile aksjonærenes ønske om god løpende avkastning, i tillegg til at selskapets behov for egen utvikling ivaretas. Utbytte skal være stabilt over tid og utgjøre rundt 50-70 % av overskuddet etter skatt, forutsatt at selskapets eget kapitalbehov er dekket.		
Tilbakekjøp av aksjer		
Generalforsamlingen har gitt Polaris Medias styre fullmakt til å kjøpe tilbake inntil 10 prosent av aksjene i sel-		
Navn	Antall aksjer	Prosent
SEB Enskilda ASA	15 751 236	32,21 %
Roll Severin Co AS' konkursbo	9 198 684	18,81 %
Must Invest AS	7 188 764	14,70 %
Schibsted ASA	3 471 716	7,10 %
Sparebank1 Midt-Norge Invest AS	2 265 824	4,63 %
DNB Nor ASA	2 000 000	4,09 %
Asker og bærum Budstikke ASA	931 106	1,90 %
Gyldendal ASA	924 000	1,89 %
Harstad Sparebank	823 936	1,69 %
Base Midt-Norge AS	488 268	1,00 %
SUM	43 043 534	88,03 %

Polaris Media ASA

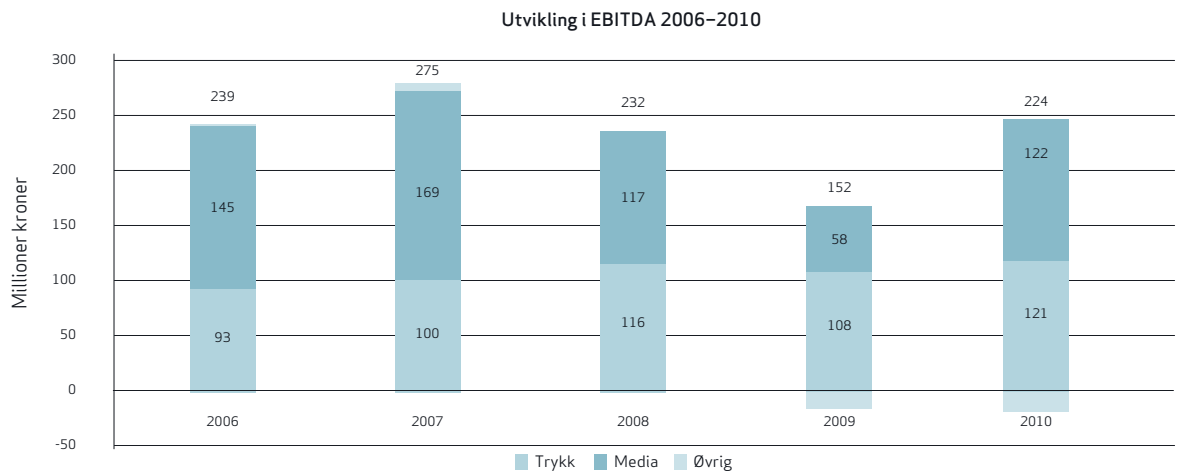
Styrets beretning for 2010

Om konsernet Polaris Media ASA

Polaris Media ASA er et uavhengig mediekonsern som ble etablert gjennom sammenslåingen av Adresseavisen konsern (Adresseavisen ASA) og Harstad Tidende Gruppen AS 20. oktober 2008, selskapet ble samme dag børsnotert. Konsernet kjøpte 2. april 2009 Edda Medias enheter på Nordvestlandet, og er nå det ledende medie- og trykkerikonsernet fra Nordvestlandet til Finnmark. Konsernet har på kort tid inntatt en sentral posisjon i det norske mediemarkedet med sine 28 lokale og regionale mediehus, hvor alle med unntak av iTromsø har nr. 1-posisjoner, og en sterk nasjonal posisjon på trykk. Målt i driftsresultat før avskrivninger (EBITDA) i 2010, er Polaris Media det tredje største mediekonsernet i Norge etter Media Norge og A-pressen.

Virksomheten i Polaris Media ASA er per 31. desember 2010 organisert i fem hovedområder: Medievirksomhetene Adresseavisen Gruppen, Harstad Tidende Gruppen og Polaris Media Nordvestlandet, trykkerivirksomheten Polaris Trykk og eiendomsvirksomheten Polaris Eiendom. Polaris Media har en uttalt strategi om at konsernet skal selge seg ned i eiendom over tid. I 2010 har konsernet solgt to eiendommer og inngått avtale om salg av to eiendommer som er solgt i 1. kvartal 2011.

Det redaksjonelle oppdraget er kjernevirksomheten til Polaris Media, og konsernets mediehus med sine til sammen 463 redaksjonelle årsverk, når daglig ut til 760 000 papirlesere fordelt på 256 000 i opplag. I tillegg når mediehusene ut til over 1 million unike ukentlige nettbrukere. Konsernet opplever at opplaget og lesingen



Proforma 2006 – 1. kvartal 2009. Faktisk fra 2. kvartal 2009 – helår 2010. Ekskl. engangseffekter.
Proformatall inkluderer oppkjøpte enheter på Nordvestlandet og Harstad Tidende Gruppen for hele den angitte perioden. Se note 27.

av papiravisene reduseres noe også i 2010, men at det mer enn kompenseres av økt bruk av konsernets nettsted. Bruken av konsernets innholdsprodukter har aldri vært større i antall lesere/brukere. Konsernet og det enkelte mediehus arbeider målrettet med å utvikle sine innholdsprodukter på alle plattformer for å imøtekomme endrede behov hos sine lesere og digitale brukere. Dette gjelder både innholdsutvikling på eksisterende produkter i etablerte kanaler, og utvikling av nye innholdsprodukter og tilpasning til nye kanaler. Eksempelvis var Adresseavisen et av landets første mediehus som lanserte en abonnementsløsning på lesebrett i desember 2010.

Polaris Trykk har i 2010 befestet sin posisjon som et av landets ledende trykkeriselskap. Polaris Trykk er ledende i sitt markedsområde fra Ålesund til Alta, men har også etablert en sterk nasjonal posisjon. Polaris Trykk trykker over 70 avistitler, inkl. de fleste riksavisene, og har i 2010 styrket sin posisjon i det nasjonale siviltrykkmarkedet.

Hovedtrekkene for konsernet *

Konsernet fikk en betydelig inntektssvikt i annonseinntektene høsten 2008 og i 2009 som følge av den internasjonale finanskrisen som også påvirket norsk økonomi. Spesielt var svikten betydelig i viktige og konjunkturutsatte annonsekategorier som eiendom, stilling ledig og bil. I 2010 har konsernet opplevd en forbedring i annonseinntektene (+8,5 %), spesielt i de digitale kanalene

(+41 %). I tillegg har resultatforbedrende tiltak igangsatt i 2008 og 2009 gitt en effekt i 2010 på NOK 115 mill siden 2008 (NOK 35 mill fra 2009). Samlet leverer konsernet et EBITDA-resultat på NOK 224 (152) millioner som tilsvarer en fremgang på 47 % fra 2009.

Konsernets samlede omsetning ble NOK 1 813 (1 705) mill, en økning på 6,3 %. Oppkjøpt virksomhet står for NOK 34 mill av inntektsøkningen.

Konsernets samlede annonseinntekter økte med 8,5 % til NOK 940 (867) mill. Veksten skyldes betydelig økning i digitale inntekter, vekst i papirkanalen og oppkjøpt virksomhet. De digitale inntektene økte med NOK 36 mill (+41 %) til NOK 126 (90) mill. Andelen digitale inntekter er nå 13,4 % (10,4 %), et høyt tall i norsk mediesammenheng.

Opplagsinntektene er økt med 3,6 % til NOK 493 (476) mill. Oppkjøpt virksomhet står for NOK 10 mill (+2,1 %) av økningen.

Det underliggende opplagsfallet for konsernet er på 2,9 %. Opplagsutviklingen er ikke tilfredsstillende, og det er iverksatt tiltak i forhold til produktutvikling og markedsarbeid i samtlige mediehus for å dempe opplagsfallet i årene som kommer. Det er spesielt løssalget som falt mye. Det er gjennomført en gjennomsnittlig prisøkning for konsernets aviser på 4,4 % i 2010.

Polaris Medias nettsteder har i 2010 til sammen over 940 000 unike brukere (brutto) i snitt per uke (inkl. Trøn-

der-Avisa). Antall unike brukere og sidevisninger vokser jevnt for konsernets nettsteder. I 4. kvartal har konsernet over en million brukere og de første månedene i 2011 over 1,1 million ukentlige unike brukere.

Til tross for økt aktivitet og oppkjøpt virksomhet er det en begrenset kostnadsvekst på 2,3 % i 2010 når det korrigeres for engangseffekter. Oppkjøpt virksomhet i løpet av 2009 og 2010 står for NOK 30 mill av kostnadsøkningen. Korrigert for oppkjøpt virksomhet har det vært en økning i kostnadene på 0,3 % i forhold til 2009. Kostnadene holdes nede som følge av gjennomføringen av resultatforbedrende tiltak. Det er iverksatt tiltak i Adresseavisen og HTG med en akkumulert effekt for 2009 og 2010 på til sammen NOK 115 mill. Den samlede effekten av tiltakene i perioden 2009–2012 vil bli i størrelsesorden NOK 160 mill. Det er i tillegg gjennomført resultatforbedrende tiltak i Polaris Trykk og Polaris Media Nordvestlandet som ikke inngår i tiltakene som skal gi NOK 160 millioner.

Adresseavisen Gruppen

Adresseavisen Gruppen er medievirksomhetene i Midt Norge og består av forretningsområdene Adresseavisen, Lokalaviser og Annet. Lokalavisene består av mediehusene Fosna-Folket, Sør-Trøndelag, Trønderbladet, Innerreds Folkeblad og Verdalingen samt Brønnøysunds Avis (fra 3. kvartal 2010). Forretningsområdet Annet består av Adresseavisens Telefontjenester, Adressa

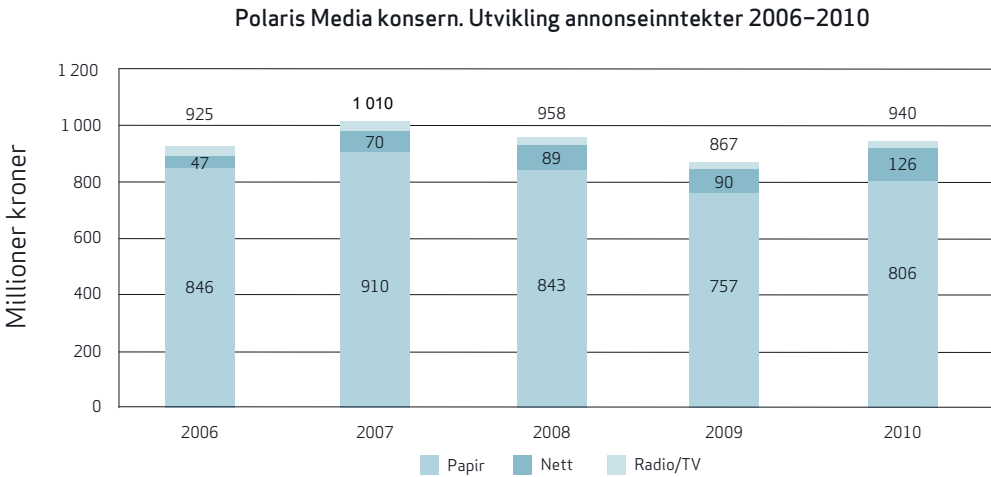
Distribusjon og morselskapet Adresseavisen Gruppen. Adresseavisen Gruppen har FINN.no AS (10,1 %), Hitra Frøya AS (49 % og Levanger-Avisa AS (54,7 %) som tilknyttede selskap.

Adresseavisen Gruppen er konsernets største hoveddatterselskap målt i omsetning og fikk en samlet omsetning på NOK 774 (723) i 2010. Adresseavisen Gruppen fikk et EBITDA i 2010 på NOK 69 (14) mill. Resultatfremgangen kan i all hovedsak tilskrives den positive annonseutviklingen på nett og papir i Adresseavisen AS og effekten av de resultatforbedrende tiltakene.

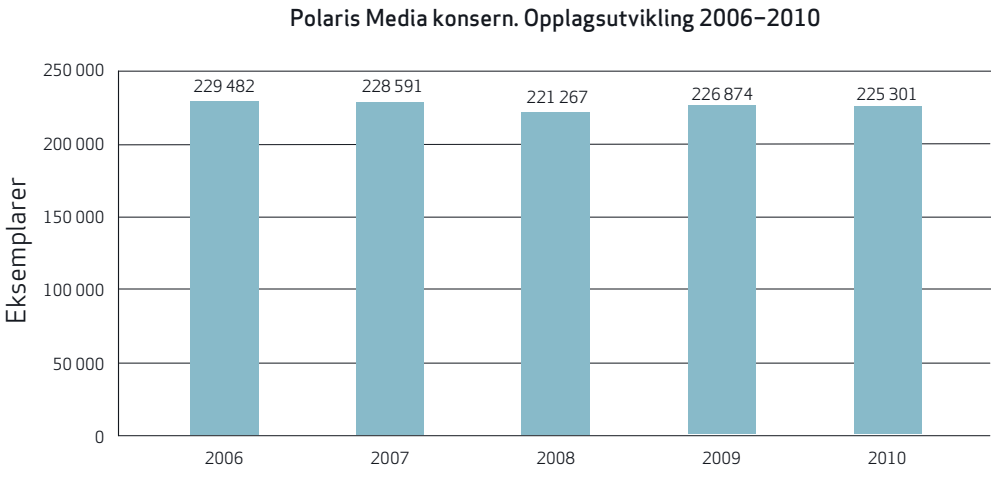
Samlede annonseinntekter økte med 8,1 % til NOK 491 (454) mill. Digitale inntekter har økt med 46 % til NOK 89 (61) mill i 2010. For Adresseavisen Gruppen utgjør digitale inntekter nå 18,1 % (13,4 %) av gruppens samlede annonseinntekter, dette er et høyt tall i norsk sammenheng.

Omsetningen i de viktige markedene stilling, bolig og bil i Adresseavisen har økt med til sammen 21 % i 2010, men er fortsatt på et relativt lavt nivå sammenlignet med toppåret 2007.

Samlede opplagsinntekter ble NOK 238 (228) mill. Økningen tilskrives økt abonnementspris. Adresseavisens opplag ble 73 434 eksemplarer (-3,2 %). Adresseavisen lanserte 22. januar 2011 en fornyet avis med nytt design og nye stoffområder. Den fornyede avisen er godt mottatt i markedet. Samlet opplag for lokalavisene i Adresseavisen Gruppen ble 28 480 eksemplarer (-2,9 %).



Tall for 2006–2009 er proforma. Tall for 2010 er faktiske.
* Tall for 2009 er proforma. Se note 27.



De oppkjøpte avisene Andøyposten og Altaposten er inkludert fra 2009.
Fra 2010 er de oppkjøpte avisene Sortlandsavisa og Vesteraalens Avis inkludert.

Antall unike brukere per uke på adressa.no var i 2010 i gjennomsnitt 384 471, en vekst på 20,1 % med fortsatt sterk vekst i inngangen til 2011.

Adresseavisen er en viktig motor i den digitale utviklingen i konsernet og lanserte i desember 2010 digitalpakken eAdressa, hvor man kan abonnere på papiravisen i elektronisk versjon på PC, iPhone eller iPad. Adresseavisen ble det første norske mediehuset som tilbød dette som betalt abonnementsløsning. Produktet er første generasjon av eAdressa, men er allerede godt mottatt i markedet, både som et tillegg til eksisterende abonnement og som et heldigitalt abonnement. Foreløpig er det over 800 betalende abonnenter.

Resultatforbedrende tiltak gjennomføres som planlagt. Det er iverksatt tiltak med en akkumulert effekt for 2009 og 2010 på til sammen NOK 88 mill. Det er gjennomført en bemanningsreduksjon på 65 årsverk siden 2008. Innen 2012 skal det gjennomføres en nedbemanning på 90 årsverk. Samlet skal de resultatforbedrende tiltakene gi NOK 130 mill. i helårseffekt i 2013.

Polaris Media Nordvestlandet

Polaris Media Nordvestlandet består av medie- og distribusjonsvirksomheten på Nordvestlandet, som ble overtatt fra Edda Media 2. april 2009. Segmentet inneholder Sunnmørsposten med lokalaviser, Romsdals Budstikke med lokalaviser og Nordvest Distribusjon. Virksomhetene er inkludert i Polaris Medias konsernregnskap fra 2. kvartal 2009.

Samlet omsetning for Polaris Media Nordvestlandet i 2010 ble på NOK 396 (385) mill, mens EBITDA ble NOK 40 (31) mill.

Samlede annonseinntekter for 2010 ble NOK 214 (209) mill. Sunnmørsposten har økt annonseinntektene med 4,6 % i forhold til 2009, spesielt har stilling ledig økt, mens Romsdals Budstikke har en nedgang på 1,4 % i forhold til i fjor. Nedgangen for Romsdal Budstikke skyldes en spesiell lokal markedssituasjon i 2009 som bidro til et spesielt godt annonsemarked innenfor kategorien dagligvare og handel.

Digitale inntekter utgjør 8,1 % (5,7 %) av gruppens samlede annonseinntekter. Sunnmørsposten har økt andelen digitale inntekter til 9,4 % (6,4 %), og for Romsdals Budstikke er andelen 10,7 % (9,4 %). Det er iverksatt tiltak for å øke de digitale inntektene, spesielt i de mindre mediehusene.

Det har vært en sterk vekst i bruken av smp.no, som i 2010 i gjennomsnitt hadde 105 932 unike brukere per uke.

Rbnett.no hadde i gjennomsnitt 54 986 unike brukere per uke. Totale opplagsinntekter ble NOK 156 (153) mill. Samlet opplag for Sunnmørsposten ble på 30 730 eksemplarer (-3,7 %). Romsdals Budstikkes opplag ble på 17 494 eksemplarer (-1,4 %). Det samlede opplaget for Polaris Media Nordvestlandet ble 77 768 eksemplarer (-2,4 %).

Harstad Tidende Gruppen

Harstad Tidende Gruppen er Polaris Medias mediehus i Nord-Norge og inkluderer avisene Harstad Tidende, iTromsø, Troms Folkeblad, Framtid i Nord, Brønnøysund Avis (til og med 2.kvartal 2010), Andøyposten (fra 3. kvartal 2009), Altaposten (fra 3. kvartal 2009), Sortlandsavisa (fra 2. kvartal 2010), Vesteraalens Avis (fra 2. kvartal 2010), iBalsfjord, samt gruppens multimediale selskaper HTG Multimedia og Vesterålen Online (VOL.no), i tillegg til morselskapet Harstad Tidende Gruppen og den felleskontrollerte virksomheten MediaNor AS (50 %).

Omsetningen i Harstad Tidende Gruppen økte til NOK 346 (310) mill i 2010, hvorav oppkjøpt virksomhet utgjør NOK 58 (24) mill. Gruppens EBITDA ble NOK 13 (13) mill.

HTGs samlede annonseinntekter ble NOK 227 (194) mill, hvorav oppkjøpt virksomhet utgjør NOK 29 (11) mill. Digitale inntekter utgjør 8,9 % (8,7 %) av samlede annonseinntekter i gruppen.

For 2010 hadde ht.no i gjennomsnitt 35 259 unike brukere (+4,9 %) per uke, og iTromsno.no har i gjennomsnitt hatt 55 765 unike brukere (+14,3 %) per uke. Det er også god brukerutvikling i de mindre mediehusene.

Samlede opplagsinntekter ble NOK 99 (95) mill. Det samlede opplaget for HTG ble 45 619 (41 982) eksemplarer, hvorav oppkjøpt og nyetablert virksomhet utgjør 12 138 (7 368) eksemplarer. Korrigert for oppkjøpt virksomhet er det en opplagsnedgang på 3,3 %.

De resultatforbedrende tiltakene gjennomføres som planlagt med vekt på felles annonseproduksjon i Harstad og sentralisert redaksjonell sideproduksjon på Finnsnes. Samtlige HTG-aviser unntatt Altaposten produseres i de to produksjonssentrene. Det er iverksatt og planlagt tiltak med en akkumulert effekt for 2009 og 2010 på til sammen NOK 27 mill, og det er foretatt en bemanningsreduksjon på til sammen 28 årsverk fra 2008.

Fra 1. januar 2011 er Harstad Tidende, iTromsø, Troms Folkeblad, Framtid i Nord og Altaposten blitt en del av Storby-alliansen sammen med Adresseavisen, Aftenposten, Bergens Tidende, Fedrelandsvennen og Stavan-ger Aftenblad. I den forbindelse er det opprettet et eget

selskap for regionalt annonsesalg – iNord AS – til erstatning for MediaNor, som er under avvikling. Resultatet i 2010 er påvirket av etablerings- og avviklingskostnader knyttet til iNord og MediaNor med NOK 3 millioner.

Polaris Trykk

Trykkerivirksomheten er samlet i Polaris Trykk, som består av Polaris Trykk Trondheim, Polaris Trykk Ålesund, Polaris Trykk Harstad og Polaris Distribusjon Nord samt felleskontrollert virksomhet sammen med A-pressen (50 %) - Nr1 Adressa-Trykk Orkanger, Norsk Avisdrift (Byavisa), Norpost Midt-Norge og Grønørveien 54. Polaris Trykk Ålesund er inkludert i konserntallene fra 2. kvartal 2009.

Omsetningen for 2010 ble NOK 520 (493). Andelen ekstern omsetning utgjør 56 % (58 %). Polaris Trykk fikk for 2010 et EBITDA-resultat på NOK 121 (108) mill. Omsetningsøkningen kan tilskrives flere titler i produksjonsporteføljen, økt sidetall i avisene og økt siviltrykksmengde. En papirprisnedgang på 24 % i forhold til 2009 demper inntektsveksten.

Polaris Trykk trykker totalt 70 aviser, hvorav 23 konserninterne aviser. Polaris Trykk fokuserer på å tilby grønn desentralisert trykking. Hovedmengden av kontrakter er langsiktig, og har sammen med økt omsetning og kontinuerlige driftsforbedringer bidratt til stabilt gode resultater og resultatfremgang.

De felleskontrollerte virksomhetene Norsk Avisdrift (Byavisa) og NorPost Midt-Norge bidrar med et over-

skudd i 2010 på NOK 1 (-1) mill. Resultatfremgangen kan tilskrives økte annonseinntekter og effekt av gjennomførte kostnadstiltak.

Polaris Trykk har for 2011 fornyet kontrakten med Coop Norge for 2 år.

Eiendomsselskapet Grønørveien 54 er solgt i 1. kvartal 2011.

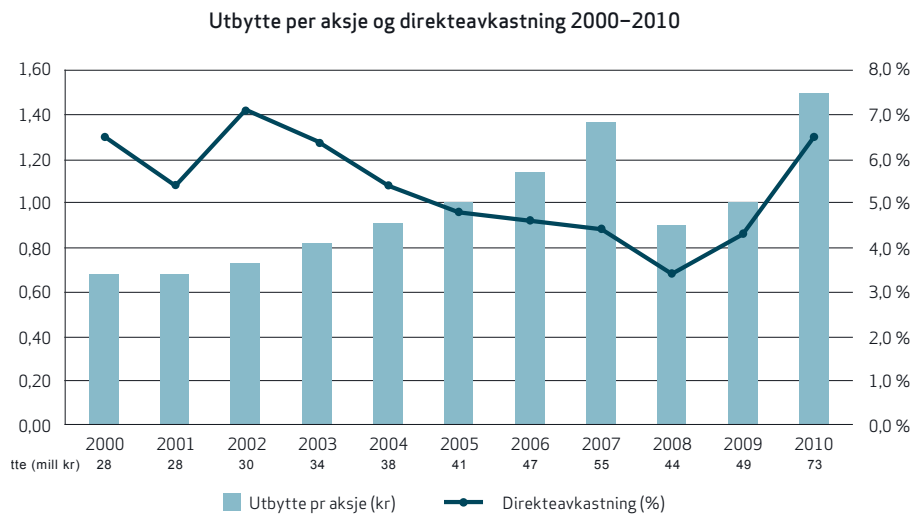
Polaris Eiendom

Polaris Eiendom ble etablert som følge av sammenlåingen til Polaris Media, og virksomheten startet således opp 1. oktober 2008. De fleste av eiendommene i konsernet er samlet i dette virksomhetsområdet, og driften er knyttet til utleie av kontor- og produksjonslokaler, i hovedsak til konsernets egne selskaper.

Polaris Eiendom fikk for året EBITDA på NOK 14 (12) mill. Resultat før skatt ble NOK -26 mill som følge av nedskrivning av verdien på eiendommene i Harstad sentrum. I 2010 og 2011 er selskapets forretnings- og trykkerieiendommer i Harstad solgt for NOK 55 mill.

Polaris Media ASA (morselskapet)

Virksomhet i morselskapet består i eie av aksjer i hoveddatterselskapene Adresseavisen Gruppen AS, Harstad Tidende Gruppen AS, Polaris Media Nordvestlandet AS, Polaris Trykk AS og Polaris Eiendom AS samt tjeneste-



Tall for 2007 og tidligere perioder inneholder kun tall for Adresseavisen ASA og er omregnet til Polaris Media-aksjer.

ying overfor konsernselskapene gjennom Tjenestenter for Økonomi (TSØ).

Morselskapet fikk et negativt EBITDA på NOK 32 (-26) mill. Selskapet har driftsinntekter knyttet til salg av tjenester til konsernselskaper samt renteinntekter knyttet til konserninterne lån.

Transaksjoner med nærstående parter

Innad i konsernet foregår det vesentlige transaksjoner mellom konsernselskapene, blant annet avistrykking, distribusjonstjenester, diverse sentralisert tjenesteyting og andre varer og tjenester som leveres mellom selskapene. Disse er en naturlig del av konsernets daglige drift. Det har ikke vært gjennomført andre vesentlige transaksjoner i perioden.

Likviditet

Konsernets kapitalstruktur er god. Konsernet hadde en samlet likviditetsbeholdning på NOK 206 (155) mill ved utgangen av 2010, inkludert andel kontanter i felleskontrollert virksomhet.

Konsernet har pr 31. desember 2010 NOK 609 (706) mill i netto gjeld inkludert andel gjeld i felleskontrollert virksomhet. Netto rentebærende gjeld utgjør NOK 411 (539) mill. Netto rentebærende gjeld over EBITDA er 1,7 (3,1).

Organisasjon og miljø

Konsernet sysselsatte ved utgangen av året 1 026 (1 050) årsverk fast ansatte, inkludert ansatte i felleskontrollert virksomhet. Ut over dette sysselsatte konsernet 533 (780) avisbud. Ved utgangen av året hadde morselskapet 24 årsverk fast ansatte. Sykefraværet i morselskapet var i 2010 på 0,9 % (1,0 %), og sykefraværet i konsernet var på 5,0 % (ekskl. avisbud).

Konsernet har som mål å være en arbeidsgiver som fremmer likestilling mellom kjønn og i forhold til etnisitet og funksjonshemninger, slik at det ikke forekommer forskjellsbehandling i saker som for eksempel lønn, utviklingsmuligheter eller ansettelser.

Konsernet jobber målrettet med miljø. Adresseavisen AS og Polaris Trykk Trondheim AS er sertifisert som «Miljøfyrtårn». Sertifiseringen dokumenterer at selskapene tar miljøutfordringene på alvor gjennom målrettede tiltak som reduserer miljøbelastningen, oppfyller alle lovbestemte krav om miljø og bygger et godt internt arbeidsmiljø. Konsernet påvirker miljøet gjennom sin virksomhet, da i hovedsak gjennom forbruk av papir og trykkerivirksomheten, de ansattes kjøring fra hjem til jobb og gjennom frakt/kjøring i forbindelse med levering

av aviser. Alt papir som benyttes er miljømerket. Samtlige trykkerier i konsernet er Svanemerket.

Aksjonærpolitikk og eierforhold

Kursen på Polaris Medias aksjer var per utgangen av desember 2010 NOK 21,00 (NOK 23,00). Det er en målsetting at aksjonærene skal sikres en stabil, konkurranse-dyktig avkastning på investert kapital hovedsaklig gjennom utbytte. Styret vil foreslå at utbyttet for 2010 fastsettes til NOK 1,50 (1,00) per aksje, til sammen NOK 73,4 (48,9) mill. Dette gir en direkteavkastning på 6,5 % basert på gjennomsnittlig aksjekurs i 2010.

Ved utgangen av kvartalet hadde Polaris Media ASA 834 aksjonærer. De fem største aksjonærene var SEB Enskilda ASA egenhandelskonto (32,2 %), Roll Severin Co AS' konkursbo (18,8 %), Must Invest AS v/ Erik Must (14,7 %), Schibsted ASA (7,1 %) og SpareBank1 SMN (4,6 %). Aksjene i Roll Severin Co AS' konkursbo er per 28. mars 2011 overdratt av SpareBank1 SMN (23,4 %).

Selskapets aksjer er fritt omsettelige, og det foreligger ikke restriksjoner på kjøp og salg av selskapets aksjer utover hva som følger av norsk lov. Ifølge vedtektene kan ingen på egne eller andres vegne til sammen stemme for flere enn en femtedel av de på generalforsamlingen representerte aksjer.

Det er ikke etablert aksjeordninger for de ansatte i konsernet. Polaris Media ASA er ikke kjent med at det eksisterer avtaler mellom aksjeeiere som begrenser mulighetene til å omsette eller utøve stemmerett for aksjer i selskapet. Polaris Media ASA er ikke part i avtaler hvor bestemte vilkår trer i kraft, endres eller opphører som følge av et overtagelsestilbud.

Disponering av årsresultatet

Eiendeler i konsernet utgjorde NOK 2 067 (2 081) mill, og en egenkapitalandel på 35,0 (34,3) %. Årsoppgjøret er avlagt under forutsetning om fortsatt drift. Konsernet har en god økonomisk og finansiell stilling.

Årets overskudd i Polaris Media ASA (morselskapet) ble NOK 48,0 mill og foreslås disponert slik (alle tall i tusen):

Avsatt til fond for vurderingsforskjeller	130 863
Overført fra annen egenkapital	-156 173
Avsatt til utbytte (NOK 1,50 pr aksje)	73 346
Sum overføringer	48 036

Sum eiendeler i morselskapet utgjorde NOK 1 679 mill ved utgangen av året, og egenkapitalen var på NOK 579

mill som gir en egenkapitalandel for morselskapet på 34,4 (38,0) %.

Morselskapet avga for 2010 netto NOK 20,2 mill (netto etter skatt) til datterselskaper.

Fri egenkapital i Polaris Media ASA (morselskapet) var NOK 71 (224) mill etter foreslått utbytte.

Eierstyring og selskapsledelse

God eierstyring og selskapsledelse er viktig for Polaris Media ASA, og selskapets prinsipper for eierstyring og selskapsledelse samsvarer i all hovedsak med norsk anbefaling for eierstyring og selskapsledelse. Polaris Media ASAs eierstyring og selskapsledelse bygger på konsernets publisistiske tradisjon og verdigrunnlag som innebærer at kravet til redaksjonell frihet, uavhengighet og integritet skal være retningsgivende for alle medie-selskaper i konsernet. Dette sentrale verdigrunnlag for styringen og ledelsen av konsernet er nedfelt i Polaris Media ASAs vedtekter.

Selskapets egenkapitalandel er tilpasset selskapets mål, strategi og risikoprofil. Selskapet har som mål at utbytte-nivået skal gjenspeile aksjonærenes ønske om god løpende avkastning, i tillegg til at selskapets behov for egen utvikling ivaretas.

Det vises for øvrig til egen omtale i årsrapporten om sentrale forhold knyttet til Polaris Media ASAs eierstyring og selskapsledelse.

Forskning og utvikling

Som mediekonsern driver selskapene i Polaris Media ASA kontinuerlig produktutvikling. Bedriften er i stor grad kompetansedrevet og medarbeidernes kunnskaper og ferdigheter danner basis for konsernets avis-, TV-, radio-, nett-, mobil- og lesebrettprodukter. Dette krever på mange områder stadig kreative prosesser og kontinuerlig produktutvikling. Ekspisitt forskning utøves ikke. Prosjektkostnadene knyttet til utvikling er hovedsaklig kostnadsført, mens systemmessige investeringer aktiveres.

Finansiell risiko

Markedsrisiko

Forretningsmessig risiko er spesielt knyttet til bevegelse i annonseinntektene som i 2010 utgjorde 52 % av inntektene i konsernet. Annonseinntektene påvirkes av konjunkturer, konkurranse situasjonen og lokal og nasjonal strukturutvikling. Endringer i annonseinntektene kan ha vesentlig betydning for konsernets økonomi, selv om følsomheten er blitt mindre gjennom oppbyggingen av konsernet og utvikling av flere forretningsområder, spesi-

elt trykkerivirksomheten. Opplags- og trykkerinntektene er fortsatt stabile og i liten grad påvirket av markeds-svingninger, men kan utsettes for skift i forbruksmønstre eller andre endringer som endrer etterspørselen over tid.

Personalkostnader utgjør ca. 50 % av konsernets kostnader. Andre kostnader er i hovedsak knyttet til normal aktivitet og kan forventes å følge underliggende pris-utvikling i det norske markedet. Selskapet er i noen grad påvirket av endringer i papirprisen som de siste årene har endret seg betydelig både opp og ned. Det er for papirkjøp inngått samarbeid med de aller fleste norske aviser, og risikoen søkes redusert gjennom stordriftsfordeler og langsiktige avtaler.

Kredittrisiko

Risiko for at kundene ikke har økonomisk evne til å oppfylle sine forpliktelser anses som lav, da det historisk sett har vært svært lave tap på fordringer. Mediebyråene står for en relativt stor del av total annonseomsetning i 2010. For å redusere kredittrisikoen har avisene som inngår i storbysamarbeidet (Adresseavisen, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Fædrelandsvennen og Aftenposten) avtale med kredittforsikringsselskap på utestående fordringer knyttet til de seks største mediebyråene. Konsernet har et løpende fokus på håndtering av kredittrisiko.

Likviditetsrisiko

Konsernets likviditet varierer gjennom året, men likviditetsrisikoen anses som lav. Løpende investeringer som foretas, er i hovedsak egenkapitalfinansierte. Konsernet har konsernkontoordning hos hovedbankforbindelse med en ubenyttet trekkfasilitet på NOK 80 mill.

Utsiktene fremover og sentrale risiko- og usikkerhetsfaktorer

Polaris Medias inntjening fra annonsemarkedet avhenger i stor grad av utviklingen i norsk økonomi. I 2011 forventer Polaris Media en moderat vekst i annonsemarkedet. Papirkanalen forventes å opprettholde sin posisjon som en viktig og sterk markedskanal i de nasjonale, regionale og lokale markedene. Det forventes fortsatt sterk vekst i digitale inntekter.

Polaris Media har stor tro på strategien med regionale og lokale nr. 1-medieposisjoner digitalt og på papir. Det er viktig å opprettholde og øke inntektene fra papirkanalen, som fortsatt er den største inntektskilden til Polaris Media. Det er åpenbare synergier fra papirproduktene til digitale produkter, og de digitale inntektene forventes fortsatt å øke betydelig i 2011. Arbeidet med å etablere forretningsmodeller for digital innholdsbetaling videreføres.

Polaris Media forventer stabile brukerinntekter i 2011. Det forventes videre fall i opplagsvolumet, men volum-fallet kompenseres i stor grad av prisøkning på abon-nement. Konsernet har stort fokus på produktutvikling og markedsarbeidet for å begrense nedgangen i opplags-volumet for papiravisene. Som følge av økt tilgjengelig-het til mobile digitale nyhetsprodukter er det spesielt løssalget som har falt mye de senere årene. For konsernet utgjør løssalg en liten del av det totale opplaget.

I 2011 vil det gjennomføres en videre utvikling og utrulling av betalte iPad-løsninger i de største medie-husene i Polaris Media. I tillegg vil Polaris Media i løpet av året lansere web-baserte digitale betalte innholdsproduk-ter i noen av de mindre mediehusene i konsernet som et forsøk. Det er fortsatt betydelig usikkerhet rundt fremti-dige størrelser vedrørende digitale brukerinntekter.

Trykkerinntektene forventes å øke også i 2011. Spesielt forventes økt oppdragsmengde fra siviltrykksmarkedet som følge av økt markedsandel i det nasjonale markedet. Trykkeriene har også løpende fokus på effektivisering og ikke minst å utnytte kapasiteten optimalt på tvers av trykkeriene.

Det forventes begrenset kostnadsvekst også i 2011 som følge av fortsatt effektivisering og lav til moderat generell kostnadsvekst.

Polaris Media vil fortsatt ha en offensiv tilnærming til mulige strukturelle endringer i det norske mediemarke-det.

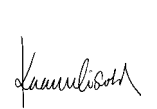
Erklæring fra styret og konsernsjef

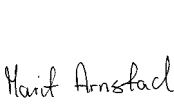
Styret og konsernsjef avgir følgende erklæring i henhold til Verdipapirhandelovens § 5-5:

- Årsregnskapet er, etter vår beste overbevisning, utar-beidet i samsvar med gjeldende regnskapsstandarder, og opplysningene i regnskapet gir et rettviseende bilde av foretakets og konsernets finansielle stilling og resultater som helhet, samt at
- Årsberetningen gir en rettviseende oversikt over utvik-lingen, resultatet og stillingen til foretaket og konser-net, sammen med en beskrivelse av de mest sentrale risiko- og usikkerhetsfaktorene foretakene står ovenfor.

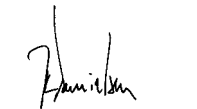
Trondheim, 24. mars 2011

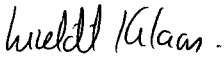
Styret i Polaris Media ASA


KAARE M. GISVOLD
STYRELEDER


MARIT ARNSTAD

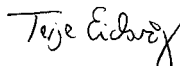

FRODE NORDSETH

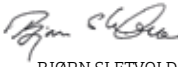

TERJE ROLL DANIELSEN


LISELOTT KILAAS

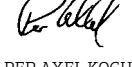

BENTE SOLLID


STIG EIDE SIVERTSEN


TERJE EIDSVÅG


BJØRN SLETVOLD


GUDRUN GULLDAHL


PER AXEL KOCH
KONSERNSJEF

Konsernregnskap

Polaris Media 2010

Oppstilling av totalresultat

		Konsernet IFRS	
Alle tall i tusen kroner	NOTE	DRIFTSINNTEKTER OG DRIFTSKOSTNADER	
	2,12,29	Salgsinntekt	20102009*
	12	Sum driftsinntekter	1 812 9331 608 741
	14	Varekostnad	321 723295 130
	14	Lønnskostnad	777 287735 479
	4,13	Annen driftskostnad	474 112437 113
	4	Avskrivning	111 553106 843
	4	Nedskrivning	27 9975 578
	2	Sum driftskostnader	1 712 6721 580 143
	2	Driftsresultat før omstillingskostnader	100 26128 598
	30	Omstillingskostnader	039 601
		Driftsresultat etter omstillingskostnader	100 261-11 003
		FINANSINNTEKTER OG FINANSKOSTNADER	
	6	Resultatandel fra investering i tilknyttede selskap	31 57619 150
	17	Annen finansinntekt	6 63448 422
		Nedskrivning/- reversering av nedskrivning av finansielle anleggsmidler	0590
		Annen rentekostnad	-32 527-32 131
	17	Annen finanskostnad	-5 849-4 743
		Netto finansresultat	-16631 288
	2	Resultat før skatt	100 09520 285
	16	Skattekostnad på ordinært resultat	28 028-10 913
		ÅRETS RESULTAT	72 06731 198
		Andre inntekter og kostnader	
		Endring i virkelig verdi av aksjer holdt for salg	1 0831 190
		Endring i virkelig verdi for sikringsinstrumenter	-6 6242 892
		Fusjons- og emisjonskostnader	0-151
		Øvrige inntekter og kostnader	-100-5 761
		TOTALRESULTAT	66 42629 368
		Årets resultat fordeler seg som følger:	
		Minoritetens andel	742317
		Majoritetens andel	71 32530 880
		Totalresultatet fordeler seg som følger:	
		Minoritetens andel	742317
		Majoritetens andel	65 68429 051

* Tall representerer faktiske regn-skapstall, og tall for oppkjøpte enheter på Nordvestlandet er inkludert i konsernets tall fra 2. april 2009. Det er utarbeidet proformatall for 2009 i note 27 som om transaksjonene hadde skjedd 1. januar 2009.

For en forklaring mellom total-resultat og avlagt 4. kvartalsrapport for 2010, se note 28

Oppstilling av konsernets finansielle stilling per 31.12.

		Konsernet IFRS	
Alle tall i tusen kroner	NOTE	2010	2009
	EIENDELER		
	Anleggsmidler		
	Immaterielle eiendeler		
	16 Utsatt skattefordel	46 510	60 242
	4,26 Goodwill	453 819	437 333
	4,26 Immaterielle eiendeler	253 004	265 106
	Sum immaterielle eiendeler	753 333	762 681
	Varige driftsmidler		
	4,9 Tomter, bygninger og annen fast eiendom	133 486	208 100
	4,9 Driftsløsøre, inventar, verktøy, maskiner o.l.	433 174	470 205
	Sum varige driftsmidler	566 660	678 305
	Finansielle anleggsmidler		
	6 Investering i tilknyttet selskap	119 379	105 657
	7 Lån til felleskontrollert virksomhet	10 750	10 750
	3 Pensjonsmidler	66 895	71 515
	8 Investeringer i andre aksjer og andeler	28 698	9 744
	5 Andre langsiktige fordringer	13 859	13 523
	Sum finansielle anleggsmidler	239 581	211 189
	Sum anleggsmidler	1 559 574	1 652 175
	Omløpsmidler		
	Varer	15 760	14 273
	Fordringer		
	5,9 Kundefordringer	161 217	145 870
	7 Kortsiktige fordringer felleskontrollert virksomhet	8 090	12 149
	5 Andre fordringer	37 697	38 550
	Sum fordringer	207 004	196 571
	10 Bankinnskudd, kontanter o.l.	206 445	154 630
	Sum omløpsmidler	429 209	365 474
	4 Eiendeler klassifisert som holdt for salg	77 855	63 550
	SUM EIENDELER	2 066 638	2 081 200

Oppstilling av konsernets finansielle stilling per 31.12.

		Konsernet IFRS	
Alle tall i tusen kroner	NOTE	2010	2009
	GJELD OG EGENKAPITAL		
	Egenkapital		
	Innskutt egenkapital		
	20 Aksjekapital	48 897	48 897
	Sum innskutt egenkapital	48 897	48 897
	Opptjent egenkapital		
	Annen egenkapital	650 416	634 171
	Sum opptjent egenkapital	650 416	634 171
	Minoritetsinteresser	24 291	31 157
	Sum egenkapital	723 605	714 225
	Gjeld		
	Avsetning for forpliktelser		
	3 Pensjonsforpliktelser	143 089	172 085
	16 Utsatt skatt	113 304	113 418
	Sum avsetninger for forpliktelser	256 393	285 503
	Annen langsiktig gjeld		
	9,11 Gjeld til kredittinstitusjoner	529 525	687 124
	Annen langsiktig gjeld	20 549	11 388
	Sum annen langsiktig gjeld	550 074	698 512
	Kortsiktig gjeld		
	9,11 Gjeld til kredittinstitusjoner	60 310	16 514
	11 Leverandørgjeld	93 997	67 971
	Kortsiktig gjeld felleskontrollert virksomhet	4 751	0
	16 Betalbar skatt	20 381	3 635
	Skyldige offentlige avgifter	77 627	64 918
	15,31 Annen kortsiktig gjeld, feriepenger	239 582	227 920
	Sum kortsiktig gjeld	496 648	380 958
	4 Forpliktelser knyttet til eiendeler holdt for salg	39 920	2 003
	Sum gjeld	1 343 035	1 366 976
	SUM GJELD OG EGENKAPITAL	2 066 638	2 081 200

Egenkapitaloppstilling konsernet Polaris Media ASA (IFRS)

Alle tall i tusen kroner	Aksje- kapital	Andre fond *	Annen egenkapital	Minoritets- interesser	Sum
Egenkapital per 31.12.2008	48 897	3 472	645 831	5 347	703 547
Totalresultat			29 051	317	29 369
Transaksjoner med eierne;					
Oppkjøp av enhetene på Nordvestlandet					0
Utbytte for regnskapsåret 2008 (IAS 19)			-44 008		-44 008
Tilgang minoritet			-174	25 493	25 319
Egenkapital per 31.12.2009	48 897	3 472	630 700	31 157	714 226

* Andre fond omfatter urealiserte finansielle gevinster per 31.12.2009

Egenkapitaloppstilling konsernet Polaris Media ASA (IFRS)

Alle tall i tusen kroner	Aksje- kapital	Andre fond *	Annen egenkapital	Minoritets- interesser	Sum
Egenkapital per 31.12.2009	48 897	3 472	630 700	31 157	714 226
Totalresultat			65 684	742	66 426
Transaksjoner med eierne;					
Oppkjøp av enhetene på Nordvestlandet					0
Utbytte for regnskapsåret 2009 (IAS 19)			-48 897		-48 897
Avgang minoritet				-7 608	-7 608
Føring direkte mot egenkapitalen			-541		-541
Egenkapital per 31.12.2010	48 897	3 472	646 946	24 291	723 605

* Andre fond omfatter urealiserte finansielle gevinster per 31.12.2010

Kontantstrømanalyse

Alle tall i tusen kroner

	Konsernet IFRS	
	2010	2009
Kontantstrøm fra driften		
Innbetalinger fra kunder	1 809 847	1 608 519
Utbetalinger til leverandører	-297 184	-311 142
Lønn og personalkostnader	-780 543	-723 048
Andre driftskostnader	-422 283	-432 223
Finansielle inn- og utbetalinger:		
Gevinst ved salg av anleggsmidler	-1 042	0
Mottatt aksjeutbytte	19 745	18 679
Andre finansinntekter	16 084	10 659
Andre finanskostnader	-50 014	-36 874
Betalte skatter	2 337	-8 080
Netto kontantstrøm fra driften	296 947	126 490
Kontantstrøm fra investering		
Investering i varige driftsmidler	-62 049	-80 529
Salg av varige driftsmidler	56 638	761
Investering i aksjer	-53 721	-735 116
Salg av aksjer	5 000	42 756
Endring langsiktige fordringer	-1 589	3 001
Netto kontantstrøm fra investeringer	-55 721	-769 127
Kontantstrøm fra finansiering		
Endring langsiktig gjeld	-117 678	547 116
Utbetalt utbytte	-48 911	-44 008
Netto kontantstrøm fra finansiering	-166 589	503 108
Sum netto endring i likvider	74 637	-139 529
Likvider 1.1.	154 630	173 664
Reklassifisert likvider til eiendeler klassifisert som holdt for salg	-22 822	0
Kontanter tilført ved fusjon/ oppkjøp	0	120 495
Likvider 31.12.	206 445	154 630
Balansen:		
Bankinnskudd, kontanter og lignende	206 445	154 630
Gjeld til kredittinstitusjoner	0	0
Likvider 31.12.	206 445	154 630

Note 1. Regnskapsprinsipper

Polaris Media ASA er et allmennaksjeselskap registrert i Norge og notert på Oslo Børs (tickerkode POL). Selskapets hovedkontor er lokalisert i Industriveien 13, Trondheim.

Årsregnskapet til morselskapet Polaris Media ASA er satt opp i samsvar med regnskapsloven og god regnskaps-skikk. Konsernregnskapet er avlagt i samsvar med Inter-nasjonale Regnskapsstandarder (IFRS) som er vedtatt av EU og fortolkninger fastsatt av International Accounting Standards Board (IASB). Konsernregnskapet legger til grunn prinsippene i et historisk kost-regnskap, med unn-tak av for finansielle instrumenter til virkelig verdi over resultatet, finansielle instrumenter tilgjengelig for salg som er regnskapsført til virkelig verdi, lån og fordringer og andre finansielle forpliktelser som er regnskapsført til amortisert kost.

Konsolideringsprinsipper

Konsernregnskapet omfatter morselskapet Polaris Media ASA og alle selskaper der Polaris Media ASA har bestem-mende innflytelse. Konsernregnskapet er utarbeidet som om konsernet var en økonomisk enhet. Transaksjoner og mellomværende mellom selskapene i konsernet er elimi-nert. Konsernregnskapet er utarbeidet etter ensartede prinsipper, ved at datterselskapet følger de samme regn-skapsprinsipper som morselskapet. Egenkapitalmetoden på aksjer i datterselskaper er i konsernregnskapet erstat-tet med selskapenes eiendeler og gjeld. Oppkjøpsmetoden benyttes ved regnskapsføring av virksomhetssammen-slutninger. Selskaper som er kjøpt eller solgt i løpet av året inkluderes i konsernregnskapet fra det tidspunktet kon-troll oppnås og inntil kontroll opphører.

Minoritetsinteressene, som betegner minoritetsaksjo-nærenes andel av resultat og egenkapital i datterselska-pene som ikke er 100 % eid av Polaris Media ASA, er truk-ket ut og vist særskilt i resultatregnskapet og balansen.

Bruk av estimat ved utarbeidelsen av årsregnskapet

Det er som en naturlig del av regnskapsavleggelsen benyttet estimater og forutsetninger som har påvirket eiendeler, gjeld, inntekter, kostnader og opplysning om potensielle forpliktelser. Dette gjelder særlig vurdering av goodwill, vurderinger i tilknytning til oppkjøp og pensjonsforpliktelser. Fremtidige hendelser kan med-føre at estimatene endrer seg. Estimater og de under-liggende forutsetningene vurderes løpende. Endringer i

regnskapsmessige estimater regnskapsføres i den perio-den endringene oppstår. Hvis endringene også gjelder fremtidige perioder fordeles effekten over innværende og fremtidige perioder.

Pensjonskostnader og pensjonsforpliktelser

Selskapene i konsernet gikk fra og med 2005 over til regnskapsføring i samsvar med IAS 19, med bakgrunn i NRS 6A. Konsernet benytter seg av muligheten som ligger i standardene knyttet til korridor og fordeling av estimatavvik (kun estimatavvik utover 10 % resultat-føres).

Sikrede pensjonsordninger

Pensjonsforpliktelsene er i dag dekket gjennom egen pensjonskasse og i forsikringsselskap. I tillegg har flere av konsernets datterselskaper innskuddsbaserte pensjonsordninger. Som motytelse for sin arbeidsinnsats mottar de ansatte en avtalt godtgjørelse som består av lønn og andre ytelser, herunder rett til fremtidig pensjon. For selskapet påløper derfor pensjonskostnadene sam-tidig med lønnskostnadene, og pensjonskostnadene blir registrert i den periode de påløper samt at det skjer en systematisk fordeling over opptjeningsperioden. Dette er bakgrunnen for de foretatte beregninger og den regn-skapsføring som har skjedd på grunnlag av disse. Det legges spesielle forutsetninger om diskonteringsrente, fremtidig endring av lønn, pensjoner og ytelser fra folke-trygden, forventet fremtidig avkastning samt aktuar-messige forutsetninger om dødelighet og frivillig avgang til grunn ved beregning av pensjonsforpliktelsene. Disse forutsetningene gjenspeiles i note 3.

Den overfinansiering som fremkommer på grunnlag av beregningene er balanseført, da det via foretatte be-regninger er sannsynliggjort at overfinansieringen vil bli redusert over tid.

Udekkede pensjonsforpliktelser overfor førtidspensjonister

De fleste selskapene i konsernet har udekkede pensjons-forpliktelser knyttet til iverksatte og avtalte førtidspen-sjoneringsordninger, både Avtalefestet pensjon og tilleggsordninger. I tillegg har noen av selskapene øvrige udekkede ordninger. Nåverdien av forpliktelsene, frem til dato for alderspensjon, er regnskapsført i balansen på bakgrunn av beregning foretatt av aktuar med forutset-ninger om dødelighetsgrunnlag i henhold til K2005. Arbeidsgiveravgift er hensyntatt i den regnskapsførte forpliktelsen.

Løpende utbetalinger til selskapenes førtidspensjonister, samt den årlige endring i forpliktelsesens nåverdi, resultatføres under gruppen «Lønn og sosiale kostnader». For personer som førtidspensjoneres etter det tidspunkt som går inn under reglene i AFP-ordningen, og således er i løpende ansettelsesforhold frem til dette tidspunkt, er det gjort fradrag i forpliktelsen for forventet refusjon fra AFP-ordningen. Pensjonsmidler knyttet til ufonderte ordninger er ikke inkludert i netto pensjonsforpliktelse, men presenteres brutto som pensjonsmidler.

Klassifisering og vurdering av balanseposter

Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk er klassifisert som anleggsmidler. Eiendeler som er tilknyttet varekretsløpet eller fordringer som tilbakebetales innen ett år etter utbetalingstidspunktet er klassifisert som omløpsmidler. For gjeld er analoge kriterier lagt til grunn. I konsernregnskapet er første års avdrag langsiktig gjeld klassifisert som kortsiktig gjeld.

Omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi. Varelager, som i all hovedsak består av avispapir, er vurdert til anskaffelseskost. Kortsiktige og langsiktige fordringer er vurdert til pålydende med unntak av kundefordringer som er vurdert til pålydende med fradrag for forventet tap. I konsernregnskapet er tapsavsetning knyttet til kundefordringer foretatt med utgangspunkt i objektive bevis for verdifall.

Kortsiktig gjeld balanseføres til nominelt beløp på etableringstidspunktet. Utbytte er klassifisert som egenkapital frem til tidspunkt for generalforsamling.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost. Varige driftsmidler balanseføres og avskrives lineært over driftsmidlets forventede brukstid dersom de har antatt levetid over 3 år og har en kostpris som overstiger kr. 15 000. Vedlikehold av driftsmidlet kostnadsføres løpende under driftskostnader. Påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlets kostpris og avskrives i takt med driftsmidlet. Når deler av driftsmidler har vesentlig forskjellig brukstid og anskaffelsesverdi, regnskapsføres og avskrives de som separate driftsmidler. Restverdi vurderes årlig dersom den ikke er ubetydelig. Varige driftsmidler som forringes i verdi avskrives lineært over forventet økonomisk brukstid (avskrivningsplaner med basis i det enkelte driftsmiddels antatte levetid). Anleggsmidlene nedskrives til

virkelig verdi ved verdifall som ikke forventes å være forbigående.

Aksjer som handles i et aktivt marked og som defineres som tilgjengelig for salg, er balanseført til virkelig verdi.

Langsiktig gjeld i norske kroner balanseføres til amortisert kost på etableringstidspunktet. Rentebytteavtaler er klassifisert som kontantstrømsikringer og verdsatt til virkelig verdi.

Aksjer i tilknyttet selskap og felleskontrollert virksomhet

Tilknyttede selskaper er enheter hvor konsernet har betydelig innflytelse, men ikke kontroll, over den finansielle og operasjonelle styringen. Konsernregnskapet inkluderer konsernets andel av resultater fra tilknyttede selskap etter egenkapitalmetoden fra det tidspunktet betydelig innflytelse oppnås og til slik innflytelse opphører. Eierandelen i Levanger-Avisa AS er 54,7 %. Grunnet vedtektsfestede bestemmelser om stemmebegrensning kan man i beslutningssituasjoner ikke utøve en tilsvarende stemmeandel. Selskapet kan derfor ikke anses som datterselskap, men som et tilknyttet selskap. Reglene for tilknyttet selskap anvendes ved den regnskapsmessige behandlingen av eierposisjonen. I resultatregnskapet er resultatandelene vist under finansposter.

Konsernets eierandel på 10,12 % i FINN.no regnskapsføres i samsvar med IAS 28 Tilknyttede selskaper da Polaris Media ASA har sikret seg tilstrekkelig innflytelse og aksjonærbeskyttelse gjennom aksjonæravtale.

Felleskontrollert virksomhet er økonomisk virksomhet regulert ved avtale mellom to eller flere deltakere slik at disse har felles kontroll over virksomheten. Aksjer i felleskontrollert virksomhet vurderes etter bruttometoden i konsernregnskapet. Etter bruttometoden regnskapsfører deltaker sin andel av inntekter, kostnader, eiendeler og gjeld. Disse innarbeides linje for linje i konsernregnskapet (proporsjonal konsolidering).

Prinsipper for inntektsføring

Konsernets inntekter regnskapsføres på leveringstidspunktet for den enkelte vare eller tjeneste. Dette er sammenfallende med tidspunkt for utsendelse av faktura med unntak av abonnementsinntekter. Annonseinntekter klassifiseres som driftsinntekter til brutto annonseverdi med fradrag for rabatter, formidlings-

provisjoner og krediteringer for feil. Løssalgsinntekter inntektsføres basert på solgte eksemplarer, dvs. leverte eksemplarer fratrukket returer. Abonnement forskuddsbetales, og inntektsføring av abonnement skjer til full pris i takt med leveringen av avisen. Kampanjeprisreduksjoner korrigeres i inntektsberegningen for abonnementet.

Skatt

Skattekostnaden i resultatregnskapet omfatter både periodens betalbare skatt og endring i utsatt skatt. Utsatt skatt er beregnet med 28 % på grunnlag av de midlertidige forskjeller som eksisterer mellom regnskapsmessige og skattemessige verdier, samt eventuelt ligningsmessig underskudd til fremføring ved utgangen av regnskapsåret. Skatteøkende og skattereduserende midlertidige forskjeller som reverserer eller kan reversere i samme periode, er utlignet. Oppføring av utsatt skattefordel på netto skattereduserende forskjeller som ikke er utlignet og underskudd til fremføring, er begrunnet med antatt fremtidig inntjening. Utsatt skatt og skattefordel som kan balanseføres er oppført netto i balansen.

Kontantstrømpoppstilling

Kontantstrømpoppstillingen er utarbeidet etter den direkte metoden. Likvider omfatter kontanter og bankinnskudd.

Finansielle instrumenter

I overensstemmelse med IAS 39 Finansielle instrumenter- Innregning og måling klassifiseres finansielle instrumenter innenfor virkeområdet til IAS 39 i følgende kategorier: virkelig verdi med verdiendringer over resultatet, holde til forfall, utlån og fordringer, tilgjengelig for salg og andre forpliktelser.

Finansielle eiendeler klassifisert som tilgjengelig for salg nedskrives når det er objektive indikasjoner på at eiendelen har falt i verdi. Det akkumulerte tapet som er innregnet direkte i egenkapitalen (differansen mellom anskaffelseskost og løpende virkelig verdi fratrukket nedskrivning som tidligere er innregnet i resultatet og eventuelle amortiseringsbeløp) fjernes fra egenkapitalen og innregnes i resultatet. Dersom den virkelige verdien av et gjeldsinstrument klassifisert som tilgjengelig for salg øker i en senere periode, og økningen objektivt kan knyttes til en hendelse som skjedde etter at nedskrivnin-

gen ble innregnet i resultatet, skal nedskrivningen reverseres over resultatet. Resultatført nedskrivning for en investering i et egenkapitalinstrument reverseres ikke over resultatet.

Finansiell markedsrisiko

I tilknytning til den langsiktige gjelden er det inngått rentebytteavtaler som reduserer risikoen og øker forutsigbarheten. Se note 11. Det er kun disse kontraktene som er definert som sikring (kontantstrømsikring) etter IAS 39.

Videre er det inngått en langsiktig kontrakt for leveranser av papir til trykkeriene. Dette bidrar til å redusere risikoen knyttet til råvareleveranser til trykkeriene. Leieavtaler hvor det vesentligste av risiko og avkastning som er forbundet med eierskap av eiendelen ikke er overført klassifiseres som operasjonelle leieavtaler. Leiebetalinger klassifiseres som driftskostnad og resultatføres lineært over kontraktsperioden.

Leieavtaler hvor konsernet overtar den vesentlige del av risiko og avkastning som er forbundet med eierskap av eiendelen er finansielle leieavtaler. Ved leieperiodens begynnelse innregnes finansielle leieavtaler til et beløp tilsvarende det laveste av virkelig verdi og minsteleiens nåverdi, fratrukket akkumulerte av- og nedskrivninger. Ved beregning av leieavtalens nåverdi benyttes den implisitte rentekostnaden i leiekontrakten dersom det er mulig å beregne denne, i motsatt fall benyttes selskapets marginale lånerente. Direkte utgifter knyttet til etablering av leiekontrakten er inkludert i eiendelens kostpris. Konsernet har ingen finansielle leieavtaler.

Der konsernet er utleier, presenteres eiendeler som er utleid som anleggsmidler i balansen. Leieinntekten inntektsføres lineært over leieperioden. Direkte kostnader pådratt for å etablere den operasjonelle leieavtalen er tillagt den utleide eiendelens balanseførte verdi, og blir kostnadsført i leieperioden på samme grunnlag som leieinntekten.

Offentlige tilskudd

Flere av konsernets datterselskaper mottar offentlig støtte i form av produksjonstilskudd (Pressestøtte). Offentlige tilskudd regnskapsføres når det foreligger rimelig sikkerhet for at selskapet vil oppfylle vilkårene knyttet til tilskuddene, og tilskuddene vil bli mottatt. Regnskapsføring av driftstilskudd innregnes på en sys-

tematisk måte over tilskuddsperioden. Produksjonsstøtte er inntektsført under andre driftsinntekter.

Immaterielle eiendeler og Goodwill

Immaterielle eiendeler ervervet separat balanseføres til kost. Kostnaden ved immaterielle eiendeler ervervet ved oppkjøp balanseføres til virkelig verdi i åpningsbalansen i konsernet. Balanseførte immaterielle eiendeler regnskapsføres til kost redusert for eventuell av- og nedskrivning.

Internt genererte immaterielle eiendeler, med unntak av balanseførte utviklingskostnader, balanseføres ikke, men kostnadsføres løpende.

Økonomisk levetid er enten bestemt eller ubestemt. Immaterielle eiendeler med bestemt levetid avskrives over økonomisk levetid og testes for nedskrivning ved indikasjoner på dette. Avskrivningsmetode og -periode vurderes minst årlig. Endringer i avskrivningsmetode og/eller periode behandles som estimatendring.

Immaterielle eiendeler med ubestemt levetid testes for nedskrivning minst årlig, enten individuelt eller som en del av en kontantstrømgenererende enhet. Immaterielle eiendeler med ubestemt levetid avskrives ikke. Levetiden vurderes årlig i forhold til om antakelsen om ubestemt levetid kan forsvares. Hvis ikke behandles endringen til den kjente bestemte levetid.

Goodwill

Forskjellen mellom anskaffelseskost ved oppkjøp og virkelig verdi av netto identifiserbare eiendeler på oppkjøpstidspunktet, klassifiseres som goodwill. Ved investering i tilknyttede selskaper er goodwill inkludert i investeringsens balanseførte verdi.

Goodwill føres i balansen til anskaffelseskost, fratrullet eventuelle akkumulerte nedskrivninger. Goodwill avskrives ikke, men testes minst årlig for verdifall. I forbindelse med dette allokeres goodwill til kontantstrømgenererende enheter eller grupper av kontantstrømgenererende enheter som forventes å ha fordel av synergieffekter av virksomhetssammenslutningen.

Allokeringen av kost ved virksomhetssammenslutningen endres dersom det fremkommer ny informasjon om virkelig verdi gjeldende per dato for overtakelse av

kontroll. Allokeringen kan endres inntil avleggelse av årsregnskapet eller innen utløpet av en 12 måneders periode.

IFRS-standarder som er tatt i bruk i 2010

Selskapet har tatt i bruk alle IFRS-standarder som er vedtatt av EU.

IFRS- og IFRIC-fortolkninger som enda ikke er blitt tatt i bruk

IFRS krever opplysning om vedtatte standarder og fortolkninger som ennå ikke har trådt i kraft, samt opplysning om hvilken virkning anvendelsen forventes å få for selskapet:

IAS 24 (revidert) - Opplysninger om nærstående parter
I forhold til gjeldende IAS 24 har den reviderte standarden en klargjøring og forenkling av definisjonen av nærstående parter. Den reviderte standarden gir også noen lettelser i kravene til tilleggsopplysninger for offentlige virksomheter. Ikrafttredelsestidspunkt er satt til 1. januar 2011. Antas å ha påvirkning på konsernregnskapet gjennom endrede notekrav.

Ny IFRS 9 – Finansielle instrumenter (ikke vedtatt av EU)
De første kapitlene i standarden vil erstatte klassifikasjons- og målereglene for finansielle eiendeler i IAS 39 Etter IFRS 9 skal finansielle eiendeler som inneholder vanlige lånevilkår regnskapsføres til amortisert kost, med mindre man velger å føre dem til virkelig verdi, mens andre finansielle eiendeler skal regnskapsføres til virkelig verdi. Ikrafttredelsestidspunktet for IFRS 9 er satt til 1. januar 2013, men standarden er fortsatt ikke godkjent av EU. Dette antas ikke å ha vesentlig innvirkning for konsernregnskapet.

Endring til IAS 12 Inntektsskatt og endring til IAS 32 Finansielle instrumenter - presentasjon forventes ikke å ha vesentlig innvirkning på konsernregnskapet. Fortolkningene IFRIC 14 og 19 forventes ikke å påvirke konsernregnskapet.

Note 2. Driftssegmenter

Alle tall i mill. kroner

Segmentinformasjonen presenteres i henhold til IFRS 8 Driftssegmenter. Inndelingen i de ulike driftssegmentene er basert på konsernets ledelses- og internrapporteringsstruktur. Hovedsegmentene er de fire underkonsernene i Polaris Media: Adresseavisen Gruppen, Polaris Media Nordvestlandet, Harstad Tidende Gruppen og Polaris Trykk. Polaris Eiendom og morselskapet presenteres som avstemmingsposter nederst i oppstillingen, da de ikke anses som vesentlig å rapportere som eget segment. I forbindelse med oppkjøp av Edda Medias enheter på Nordvestlandet er enkelte segmenter slått sammen for å forenkle fremstillingen gjennom å redusere antall segmenter. Sammenligningstall er omarbeidet.

Transaksjoner mellom driftssegmentene prises etter prinsippet om armlengdes avstand. Alle driftssegmentene befinner seg geografisk i Norge og har Norge som hovedmarked. Geografiske områder er definert som Norge og utlandet. Det oppgis med bakgrunn i IFRS 8 ikke segmentinformasjon på geografiske områder.

Resultatregnskap	Adresseavisen Gruppen	
	2010	2009
Adresseavisen (inkl Internett, TV og Radio)*:		
Driftsinntekter eksterne	647,4	607,8
Driftskostnader	613,4	659,9
Driftsresultat etter omstillingskostnader	33,7	-52,1
Resultat før skattekostnad	62,3	-21,0
Lokalaviser: **		
Driftsinntekter eksterne	107,7	92,9
Driftskostnader	96,4	85,5
Driftsresultat	11,8	7,3
Resultat før skattekostnad	14,2	9,2
Annet: ***		
Driftsinntekter eksterne	18,7	27,3
Driftskostnader	14,7	24,6
Driftsresultat	3,8	2,7
Resultat før skattekostnad	4,3	23,4
Totalt:		
Driftsinntekter eksterne	773,8	728,0
Driftskostnader	724,5	770,0
Driftsresultat etter omstillingskostnader	49,3	-42,1
Resultat før skattekostnad	80,8	11,7

* Driftssegmentet Adresseavisen består av Adresseavisen AS og inkluderer tall for Papiravisen, Internett, TV og Radio
** Driftssegmentet lokalaviser består av Fosna-Folket AS, AS Sør-Trøndelag, Trønderbladet AS, Innherreds Folkeblad Verdalingen AS og Brønnøysunds Avis AS.
*** Driftssegmentet annet består av Adresseavisen Gruppen AS, Adresseavisens Telefontjenester AS og Adressa Distribusjon AS.

Note 2. forts.

Alle tall i mill. kroner

Resultatregnskap	Polaris Media Nordvestlandet	
	2010	2009
Driftsinntekter eksterne	395,7	290,4
Driftskostnader	357,7	274,8
Driftsresultat	38,0	15,8
Resultat før skattekostnad	28,4	8,1

Resultatregnskap	Harstad Tidende Gruppen	
	2010	2009
Driftsinntekter eksterne	345,9	310,4
Driftskostnader	341,6	317,5
Driftsresultat	4,3	-7,1
Resultat før skattekostnad	8,9	-6,4

Resultatregnskap	Polaris Trykk	
	2010	2009
Driftsinntekter totale	520,4	479,3
Driftsinntekter eksterne	293,5	278,5
Driftskostnader	228,7	231,2
Driftsresultat	64,8	47,3
Resultat før skattekostnad	52,4	33,3

Resultatregnskap	Konsernet samlet – avstemming	
	2010	2009
Driftsinntekter - segmentene	1 808,9	1 607,4
Polaris Eiendom	1,9	1,3
Polaris Media ASA - morselskapet	2,2	0,0
Sum driftsinntekter konsern	1 813,0	1 608,7
Driftskostnader - segmentene	1 652,5	1 593,6
Polaris Eiendom	26,5	0,0
Polaris Media ASA - morselskapet	33,8	26,1
Sum driftskostnader konsern	1 712,7	1 619,7
Driftsresultat - segmentene	156,4	13,9
Polaris Eiendom	-24,6	1,2
Polaris Media ASA - morselskapet	-31,6	-26,1
Sum driftsresultat konsern	100,2	-11,0
Resultat før skatt - segmentene	170,5	46,7
Polaris Eiendom	-26,1	-2,4
Polaris Media ASA - morselskapet (ekskl. resultatandeler døtre)	-44,3	-24,1
Sum resultat før skatt konsern	100,1	20,3

Note 2. forts.

Alle tall i mill. kroner

Driftssegmenter – balanse
Segmentinformasjonen for eiendeler presentert under viser totale eiendeler for segmentene eliminert for interne poster som fordringer, investeringer i datterselskap etter egenkapital-metoden og lignende.

	Per 31.12. 2010	Per 31.12. 2009
Anleggsmidler		
Adresseavisen Gruppen	189,5	176,1
Polaris Media Nordvestlandet	528,9	547,0
Harstad Tidende Gruppen	227,4	218,9
Polaris Trykk	472,8	580,3
Øvrig	140,9	130,0
Ikke-allokerte poster	0,0	0,0
Konsernet samlet	1 559,6	1 652,2
Omløpsmidler		
Adresseavisen Gruppen	281,1	209,9
Polaris Media Nordvestlandet	212,6	92,9
Harstad Tidende Gruppen	116,8	125,2
Polaris Trykk	263,5	117,8
Øvrig	-367,0	-120,8
Ikke-allokerte poster	0,0	4,0
Konsernet samlet	507,1	429,0

Herav eiendeler klassifisert som holdt for salg	77,9	63,6
---	------	------

Note 3. Pensjoner og pensjonsforpliktelser/pensjonsmidler

Selskapene i konsernet regnskapsfører pensjoner i sam-svar med IAS 19, med bakgrunn i NRS 6 A.

Selskapene i konsernet har enten innskuddsbaserte eller ytelsesbaserte pensjonsordninger. Pensjonsordningene er ulike i omfang og dekning for de enkelte selskapene. Ytelsesbaserte ordninger er dekket i forsikringsselskap og i Adressevisens Pensjonskasse. Adresseavisens Pen-sjonskasse dekker alders-, barne- og uførepensjoner for alle ansatte i Adresseavisen AS, Polaris Trykk Trondheim AS, Polaris Trykk AS, Polaris Media Nordvestlandet AS og morselskapet Polaris Media ASA. Øvrige selskaper i Adresseavisen Gruppen har innskuddsbaserte og ytelses-baserte ordninger i Vital. De oppkjøpte enhetene på Nord-vestlandet har i hovedsak innskuddsbaserte ordninger i Storebrand, og har lukket sin tidligere ytelsesordning. Selskapene i Harstad Tidende Gruppen har i hovedsak ytelsesbaserte ordninger i Storebrand.

Overgang til ny AFP-ordning i privat sektor
AFP-tilskottsloven ble vedtatt 19.02.2010, men har ikke virkning for personer som går av med AFP før i 2011. Gammel AFP-ordning er lukket 31.12.2010, og lukkingen av denne er behandlet regnskapsmessig som avkorting. Den nye AFP-ordningen er en ytelsesbasert flerforetaks-ordning, som den gamle AFP-ordningen i LO/NHO-områ-det. Den nye AFP-ordningen anses regnskapsmessig som en ny ordning, ikke som en endring av den eksisterende ordningen.

Avkortingsvirkning for den gamle ordningen resultat-føres i 2010. Gjenværende regnskapsført forpliktelse etter 2010 er knyttet til betjening av AFP-pensjonister gått av før 2011 (25 % egenandel samt premie for årene 2011-2015). Regnskapsmessig effekt av avkortingen i 2010 er en inntektsføring på NOK 24,4 mill, jfr. note 28.

Konsernet har en reell økonomisk forpliktelse som følge av avtalen om ny AFP-ordning. I 2010 foreligger imidler-tid ikke tilstrekkelig informasjon for å muliggjøre inn-regning av ny forpliktelse i årsregnskapet for 2010. Dette medfører at ingen forpliktelse for ny ordning balanse-føres i 2010.

Økonomiske forutsetninger for beregning av pensjons-kostnad:

	2010	2009
Diskonteringsrente	4,40 %	4,30 %
Forventet avkastning	5,60 %	6,25 %
Lønnsregulering	4,25 %	4,50 %
G-regulering	4,00 %	4,25 %

Aktuarmessige forutsetninger:
Standard norsk tabellverk (K2005 og IR02) for dødelig-het m.m. er benyttet for beregningen.

Avgang for nådd pensjonsalder:
2,0 % årlig for ansatte under 40 år
0,0 % årlig for ansatte over 40 år

I samsvar med veiledning til pensjonsforutsetninger ut-gitt av NRS har selskapet for utgående verdier benyttet følgende forutsetninger:

Diskonteringsrente	3,20 %
Forventet avkastning	4,60 %
Lønnsregulering	4,00 %
G-regulering	3,75 %

Estimert pensjonspremie for sikrede ordninger i 2011 er NOK 21,5 mill.

Alle tall i tusen kroner

Pensjonsforpliktelser og midler fem siste år - konsern	2010	2009	2008	2007	2006
Brutto pensjonsforpliktelser (sikret og usikret)	791 634	747 172	726 630	515 247	452 202
Brutto pensjonsmidler	591 051	565 929	498 606	456 187	416 700
Netto pensjonsforpliktelse/-midler	200 583	181 243	228 024	59 060	35 502
Faktabasert justeringer pensjonsforpliktelse	-3 %	10 %	-12 %	-2 %	2 %
Faktabasert justeringer pensjonsmidler	0 %	1 %	-14 %	2 %	3 %

Note 3. forts.

a) Pensjonsmidler (sikret ordning)

Alle tall i tusen kroner

	Konsernet IFRS	
	2010	2009
Årets pensjonskostnad er sammensatt slik:		
Årets pensjonsopptjening	27 483	30 341
Rentekostnad	27 188	25 628
Avkastning på pensjonsmidler	-31 587	-29 370
Amortisering av overgangsbeløp / (implementering)	0	0
Amortisering av estimeringstap / (gevinst)	7 777	6 914
Amortisering planendring	0	0
Administrasjonskostnader	230	191
Arbeidsgiveravgift	2 234	1 779
Pensjonskostnad sikret ordning	33 325	35 483
Medlemsinnskudd fra ansatte	-6 615	-6 474
Årets endringer i brutto pensjonsforpliktelse:		
Brutto pensjonsforpliktelse 1.1	-626 689	-646 313
Tilgang ved oppkjøp/fusjon	0	-24 405
Nåverdien av årets pensjonsopptjening	-27 483	-30 341
Rentekostnad av pensjonsforpliktelsen	-27 188	-25 628
Aktuariell tap/gevinst	-34 173	80 001
Implementering/overføring	0	0
Utbetalinger	21 291	19 996
Omklassifisering til usikret ordning	0	0
Oppgjør/Avkortning	0	0
Brutto pensjonsforpliktelse 31.12.	-694 242	-626 689
Årets endringer i brutto pensjonsmidler:		
Brutto pensjonsmidler 1.1.	565 928	498 606
Tilgang ved oppkjøp/fusjon	0	29 799
Forventet avkastning på pensjonsmidler	31 587	29 370
Aktuariell tap/gevinst	-9 771	7 874
Utbetalinger	-21 291	-19 996
Utbetalinger over drift	0	1 137
Implementering/overføring/oppgjør	0	0
Premieinnbetalinger	24 598	19 138
Omklassifisering fra sikret ordning	0	0
Virkelig verdi pensjonsmidler 31.12.	591 051	565 928
Netto pensjonsmidler/pensjonsforpliktelse (-)		
	-103 191	-60 760
Ikke resultatført estimatavvik		
Ikke resultatført planendring	0	0
Arbeidsgiveravgift	-10 156	-5 972
Netto balanseførte pensjonsmidler 31.12.	13 642	19 551
Herav selskaper med netto forpliktelse		
	41 939	42 597
Herav selskaper med netto midler		
	55 509	62 148

Note 3. forts.

		Konsernet IFRS	
		2010	2009
Forts. a) Pensjonsmidler (sikret ordning)	Endring i midlene:		
Alle tall i tusen kroner	Netto balanseførte pensjonsmidler 1.1.	19 551	29 363
	Tilgang ved oppkjøp/fusjon	0	2 917
	Årets pensjonskostnad	-33 325	-35 483
	Implementering/overføring/oppgjør	-828	0
	Utbetalinger over drift, inkl arbeidsgiveravgift	1 004	1 250
	Innbetalinger, inkl arbeidsgiveravgift	27 241	21 504
	Omklassifisering fra usikret ordning	0	0
	Oppgjør/avkorting	0	0
	Netto balanseførte pensjonsmidler (+)/ forpliktelse (-) 31.12.	13 643	19 551
	Pensjonsmidlene for konsernet er investert i følgende instrumenter per 31.12.2010:		
	Obligasjoner	55,2 %	54,4 %
	Eiendom	3,9 %	3,8 %
	Aksjer	25,1 %	25,1 %
	Annet	15,8 %	16,7 %

Note 3. forts.

		Konsernet IFRS	
		2010	2009
b) Pensjonsforpliktelse (usikret ordning - ingen midler)	Årets pensjonskostnad er sammensatt slik:		
Alle tall i tusen kroner	Årets pensjonsopptjening	2 487	3 804
	Omstillingskostnader	0	25 213
	Rentekostnad	4 179	3 209
	Resultatført nettoforpliktelse ved overgang AFP-ordning	-30 248	0
	Resultatført andel estimattavvik ved overgang AFP-ordning	2 231	0
	Amortisering av overgangsbeløp (implementering)	0	0
	Amortisering av estimeringstap/(gevinst)	2 486	1 292
	Arbeidsgiveravgift	842	933
	Total pensjonskostnad	-18 023	34 451
	Årets endringer i brutto pensjonsforpliktelse:		
	Brutto pensjonsforpliktelser 1.1.	120 483	80 317
	Tilgang ved oppkjøp/fusjon	0	22 097
	Implementering/overføring	-26 526	23 097
	Nåverdien av årets pensjonsopptjening	2 487	3 804
	Rentekostnad av pensjonsforpliktelser	4 179	3 209
	Arbeidsgiveravgift	0	0
	Aktuariell tap/gevinst	6 867	-3 828
	Utbetalinger	-10 098	-8 213
	Brutto pensjonsforpliktelse 31.12.	97 392	120 483

Note 3. forts.

		Konsernet IFRS	
		2010	2009
Forts. b) Pensjonsforpliktelse (usikret ordning - ingen midler)	Brutto pensjonsforpliktelse 31.12..	97 392	120 483
Alle tall i tusen kroner	Ikke resultatførte estimattavvik	-8 260	-3 765
	Arbeidsgiveravgift	12 018	12 771
	Balanseført pensjonsforpliktelse 31.12.	101 150	129 488
Sammendrag:			
Endring i forpliktelser:			
Netto balanseført pensjonsforpliktelse 1.1.		129 487	80 138
Oppkjøp/fusjon		0	24 429
Implementering/overføring		-216	-1 320
Årets pensjonskostnad		-18 023	34 451
Inn-/utbetalinger		-10 098	-8 213
Netto balanseførte pensjonsforpliktelser 31.12.		101 150	129 487
Spesifikasjon årets pensjonskostnad:			
Pensjonskostnad sikret ordning - helår		33 325	35 483
Medlemsinnskudd fra ansatte - helår		-6 615	-6 474
Pensjonskostnad usikret ordning - helår		-18 023	34 451
Innskuddspensjoner - helår		6 615	6 370
Andre pensjonskostnader - helår		0	48
Omklassifisert som omstillingskostnader		0	-25 213
Pensjonskostnad oppkjøpte/innfusjonerte selskaper i perioden før fusjon/oppkjøp		0	-734
Sum pensjonskostnader		15 302	43 931
Oppsummering pensjonsmidler:			
Netto midler sikret ordning		55 509	62 148
Midler ufondert ordning		11 386	9 226
Innskuddsfond		99	141
Sum balanseførte pensjonsmidler		66 895	71 515
Oppsummering pensjonsforpliktelse:			
Netto forpliktelse sikret ordning		41 939	42 597
Forpliktelse usikret ordning		101 150	129 487
Sum balanseførte pensjonsforpliktelser		143 089	172 085

Note 4. Varige driftsmidler, immaterielle eiendeler og goodwill

Konsernet
IFRS

Alle tall i
tusen kroner

	Anleggsmidler				Sum
	Maskiner/ Inventar	Transport- midler	Bygg og anlegg	Tomter	
2010					
Anskaffelseskost:					
Anskaffelseskost per 1.1.	917 421	5 763	344 717	12 759	1 280 660
Tilgang i året (anskaffelseskost)	52 092	1 006	9 822	368	63 288
Avgang i året (anskaffelseskost)	-30 623	-407	-53 386	-3 489	-87 905
Utrangering	0	0	0	0	0
Anskaffelseskost per 31.12.	938 890	6 362	301 153	9 638	1 256 043
Akkumulerte avskrivninger og nedskrivninger:					
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 1.1.	450 215	2 764	85 826	0	538 805
Årets avskrivninger	82 317	668	14 384	0	97 369
Årets nedskrivninger	0	0	27 997	0	27 997
Avgang (anskaffelseskost)	-23 740	-147	-5 935	0	-29 822
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 31.12.	508 792	3 285	122 272	0	634 349
Sum	430 098	3 077	178 881	9 638	621 694
Eiendeler klassifisert som holdt for salg			-51 192	-3 841	-55 033
Bokført verdi per 31.12.	430 098	3 077	127 689	5 797	566 660
Brukstid /økonomisk levetid (antall år)	4-15 år	5 år	10-20 år	Ubegrenset	
Avskrivningsprosent	667-25%	20 %	5 - 10 %	-	
Avskrivningsplan (lineær/saldo)	Lineær	Lineær	Lineær	-	
Årlig leie av ikke balanseførte driftsmidler	4 400	2 433	33 784		
Balanseførte leieavtaler	0	0	0		

Eiendeler klassifisert som holdt for salg
Pr 31.12.2010 er Grønørveien 54 AS, Fjordgata 11 Harstad AS, Fjordgata 12 Harstad AS, Fjordgata Harstad 14 AS og Storgata 11 Harstad AS holdt for salg. I henhold til «IFRS 5 Anleggsmidler holdt for salg» er anleggsmidler i balansen i disse selskapene omklassifisert til omløpsmidler og presentert på egen linje i balansen.

Selskapene er solgt i 2011, og det er foretatt justering til virkelig verdi hvor det foreligger nedskrivningsbehov.

Note 4. forts.

Konsernet
IFRS

Alle tall i
tusen kroner

	Anleggsmidler				Sum
	Maskiner/ Inventar	Transport- midler	Bygg og anlegg	Tomter	
2009					
Anskaffelseskost:					
Anskaffelseskost per 1.1.	760 384	4 096	273 658	9 405	1 047 543
Tilgang i året (anskaffelseskost)	119 180	889	62 237	3 146	185 451
Avgang i året (anskaffelseskost)	40 781	1 588	8 823	208	51 400
Utrangering	-2 924	-810			-3 734
Anskaffelseskost per 31.12.	917 421	5 763	344 717	12 758	1 280 660
Akkumulerte avskrivninger og nedskrivninger:					
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 1.1.	370 394	1 389	69 714	0	441 497
Årets avskrivninger	77 041	1 550	16 112	0	94 703
Årets nedskrivninger	5 578	0	0	0	5 578
Avgang (anskaffelseskost)	-2 798	-175	0	0	-2 973
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 31.12.	450 216	2 764	85 826	0	538 806
Sum	467 206	2 999	258 891	12 758	741 855
Omklassifisert til anleggsmidler holdt for salg			-60 017	-3 532	-63 550
Bokført verdi per 31.12.	467 206	2 999	198 874	9 226	678 305
Brukstid /økonomisk levetid (antall år)	4-15 år	5 år	10-20 år	Ubegrenset	
Avskrivningsprosent	667-25%	20 %	5 - 10 %	-	
Avskrivningsplan (lineær/saldo)	Lineær	Lineær	Lineær	-	
Årlig leie av ikke balanseførte driftsmidler	4 217	2 132	31 612		
Balanseførte leieavtaler	0	0	0		

Anleggsmidler holdt for salg
Per 31.12.2009 er eiendommene i Orkdalsveien, Stangnesterterminalen og Breivika i henhold til «IFRS 5 Anleggsmidler holdt for salg» omklassifisert som omløpsmidler og presentert på egen linje i balansen. Det er satt i gang konkrete prosesser for salg av disse eiendommene. Salgene vil bli gjennomført som innmatssalg eller salg av

aksjer. Det er ikke tilhørende vesentlige forpliktelser til eiendommene, bortsett fra konserninterne poster. Bokført verdi er anskaffelseskost, eventuelt inkludert merverdi som ble tilordnet gjennom oppkjøp og fusjon. Det er innhentet takster for alle disse eiendommene, og antatt virkelig verdi overstiger bokført verdi.

Note 4. forts.

Konsernet IFRS						
Alle tall i tusen kroner	Immaterielle eiendeler			Goodwill		
	Kunde- relasjoner og kontrakter	Merkenavn	Øvrige imm. eiendeler	Goodwill fusjon HTG	Goodwill oppkjøp Nord- vestlandet	Goodwill øvrige oppkjøp
						Sum
2010						
Anskaffelseskost:						
Anskaffelseskost per 1.1.	233 889	39 937	10 439	76 722	339 469	21 141
Omarbeiding allokering av merverdier HTG	0	0	0	0	0	0
Tilgang enheter Nordvestlandet	0	0	2 012	0	0	0
Tilgang enheter HTG	0	70	0	0	0	2 191
Tilgang oppkjøp Vesteraalens Avis AS	0	0	0	0	0	8 456
Tilgang oppkjøp Nordavis AS (Altaposten)	0	0	0	0	0	5 839
Utrangering	0	0	0	0	0	0
Anskaffelseskost per 31.12.	233 889	40 007	12 451	76 722	339 469	37 627
Akkumulerte avskrivninger og nedskrivninger:						
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 1.1.	11 350	0	7 809	0	0	0
Årets avskrivninger	13 279	0	905	0	0	0
Årets nedskrivninger	0	0	0	0	0	0
Akkumulert tap ved verdifall	0	0	0	0	0	0
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 31.12.	24 629	0	8 714	0	0	0
Bokført verdi per 31.12	209 260	40 007	3 737	76 722	339 469	37 628
Brukstid / økonomisk levetid (antall år)	5-20 år	Ubestembar	3-5 år	Ubestembar	Ubestembar	Ubestembar
Avskrivningsplan (lineær/saldo)	Lineær	-	Lineær	-	-	

Oppstilling over immaterielle eiendeler og goodwill er omarbeidet etter oppkjøpet av enhetene på Nordvestlandet. Det er ikke balanseført internt utviklede immaterielle eiendeler. Direkte kostnader knyttet til oppsett og installasjon av programvare aktiveres som del av det tilhørende driftsmiddelet. Avskrivning for immaterielle eiendeler er inkludert i linjen avskrivninger i resultatregnskapet

Avskrivningstid for immaterielle eiendeler som har en bestemt utnyttbar levetid ble vurdert ved oppkjøpene og vurderes årlig. Merkenavn i form av avistitler er vurdert til å ha en ubestemt utnyttbar levetid og avskrives ikke. Det utføres årlig en nedskrivningstest for å teste for verdifall for merkenavn og goodwill.

Det er ved regnskapsavslutningen for 2010 gjennomført en nedskrivningstest for goodwill og merkenavn. Nedskrivningstesten er gjennomført ved at det er beregnet et gjenvinnbart beløp for hver av de kontantstrømsgenererende enhetene. Som gjenvinnbare beløp er det lagt til grunn bruksverdi beregnet med neddiskonterte fremtidige kontantstrømmer for perioden 2011-2015, og etter dette en

konstant vekst på 2,5 % som tilsvarer inflasjonsforventningen. Den benyttede neddiskonteringsrente har tatt utgangspunkt i langsiktig risikofri rente med tillegg av et risikopåslag. Det er benyttet en WACC etter skatt på 6,6 % og en WACC før skatt på 8,0–9,4 %.

Nedskrivningstestene viste at ingen av de kontantstrømsgenererende enhetene hadde en beregnet bruksverdi som var lavere enn bokført verdi. Det er således ikke foretatt nedskrivning av goodwill eller immateriele eiendeler med ubestembar utnyttbar levetid i 2010. Benyttet avkastningskrav er vesentlig lavere enn WACC benyttet for testen i 2009, blant annet pga. lavere risikofri rente og fordi det i testen er anvendt en betaverdi lik observerbar beta på Oslo Børs for Polaris Media-aksjen. Det er derfor testet for WACC med betaverdier på nivå med et bransjegjennomsnitt. Ingen av de kontantstrømsgenererende enhetene viste ved disse sensitivitetstestene beregnede bruksverdier som var lavere enn bokført verdi.

Note 4. forts.

Konsernet IFRS						
Alle tall i tusen kroner	Immaterielle eiendeler			Goodwill		
	Kunde- relasjoner og kontrakter	Merkenavn	Øvrige imm. eiendeler	Goodwill fusjon HTG	Goodwill oppkjøp Nord- vestlandet	Goodwill øvrige oppkjøp
						Sum
2009						
Anskaffelseskost:						
Anskaffelseskost per 1.1.	31 310	9 687	10 511	84 186	0	3 272
Omarbeiding allokering av merverdier HTG	10 366	0	0	-7 464	0	0
Tilgang ved oppkjøp enheter på Nordvestlandet	184 713	28 250	-72	0	339 469	0
Tilgang oppkjøp Nordavis (Altaposten)	7 500	2 000	0	0	0	15 625
Tilgang oppkjøp Andøyposten	0	0	0	0	0	2 244
Tilgang i året (anskaffelseskost)	0	0	0	0	0	0
Avgang i året (anskaffelseskost)	0	0	0	0	0	0
Utrangering	0	0	0	0	0	0
Anskaffelseskost per 31.12.	233 889	39 937	10 439	76 722	339 469	21 141
Akkumulerte avskrivninger og nedskrivninger:						
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 1.1.	524	0	5 828	0	0	0
Årets avskrivninger	10 826	0	1 981	0	0	0
Årets nedskrivninger	0	0	0	0	0	0
Akkumulert tap ved verdifall	0	0	0	0	0	0
Akkumulerte ordinære avskrivninger per 31.12.	11 350	0	7 809	0	0	0
Bokført verdi per 31.12.	222 539	39 937	2 630	76 722	339 469	21 142
Brukstid / økonomisk levetid (antall år)	5-20 år	Ubestembar	3-5 år	Ubestembar	Ubestembar	Ubestembar
Avskrivningsplan (lineær/saldo)	Lineær	-	Lineær	-	-	

Oppstilling over immaterielle eiendeler og goodwill er omarbeidet etter oppkjøpet av enhetene på Nordvestlandet. Det er ikke balanseført internt utviklede immaterielle eiendeler. Direkte kostnader knyttet til oppsett og installasjon av programvare aktiveres som del av det tilhørende driftsmiddelet. Avskrivning for immaterielle eiendeler er inkludert i linjen avskrivninger i resultatregnskapet

Avskrivningstid for immaterielle eiendeler som har en bestemt utnyttbar levetid ble vurdert ved oppkjøpene og vurderes årlig. Merkenavn i form av avistitler er vurdert til å ha en ubestemt utnyttbar levetid og avskrives ikke. Det utføres årlig en nedskrivningstest for å teste for verdifall for merkenavn og goodwill. Det ble i begynnelsen av året gjort en revurdering av allokerte merverdier ved fusjonen mellom Adresseavisen ASA og Harstad Tidende Gruppen, og ytterligere NOK 10,4 mill. ble allokert kunderelasjoner og kontakter mens goodwill er redusert tilsvarende (med fradrag for utsatt skatt).

Det er ved regnskapsavslutningen for 2009 gjennomført en nedskrivningstest for goodwill og merkenavn. Nedskrivningstesten er

gjennomført ved at det er beregnet et gjenvinnbart beløp for hver av de kontantstrømsgenererende enhetene. Som gjenvinnbare beløp er det lagt til grunn bruksverdi beregnet med neddiskonterte fremtidige kontantstrømmer for perioden 2010-2014, og etter dette en konstant vekst på 2,5 % som tilsvarer inflasjonsforventningen. Den benyttede neddiskonteringsrente har tatt utgangspunkt i langsiktig risikofri rente med tillegg av et risikopåslag. Det er benyttet en WACC etter skatt på 9,5 % og en WACC før skatt på 11,3–13,8 %.

Nedskrivningstestene viste at en av de kontantstrømsgenererende enhetene hadde en beregnet bruksverdi som var ca. 1 % lavere enn bokført verdi. Med bakgrunn i usikkerhet i målingen, avvikets størrelse samt at virksomheten nylig ble kjøpt opp, er det ikke foretatt nedskrivning for denne enheten. Øvrige enheter hadde en beregnet bruksverdi som oversteg bokført verdi. Det er således ikke foretatt nedskrivning av goodwill eller immateriele eiendeler med ubestembar utnyttbar levetid i 2009.

Note 5. Fordringer

Alle tall i tusen kroner

Langsiktige fordringer – konsern		
Fordringer med forfall senere enn ett år	2010	2009
Billån, boliglån og andre lån til ansatte	1 667	1 962
Fordring på Adresseavisens Pensjonskasse	10 000	10 000
Andre langsiktige fordringer	2 192	1 561
Sum balanse	13 859	13 523
Første års avdrag	1 720	1 105
Sum	12 139	12 418

Polaris Media ASA ga i 2009 et ansvarlig lån til Adresseavisens Pensjonskasse for å styrke bufferkapitalen i pensjonskassen. Tilbakebetaling av lånet må godkjennes av Finanstilsynet.

Kundefordringer – konsern		
	2010	2009
Kundefordringer til pålydende 31.12.	164 830	150 152
Avsetning til tap 31.12.	-3 613	-4 282
Bokført verdi kundefordringer	161 217	145 870
Avsetning til tap 1.1.	-4 282	-3 400
Tilgang ved fusjon/oppkjøp	0	-814
Endring avsetning til tap	669	-68
Avsetning til tap 31.12.	-3 613	-4 282
Faktisk kostnadsførte tap i året	2 423	4 084

Per 31. desember har kundefordringer følgende aldersfordeling:

Dager over forfall	Ikke forfalt	< 30 dg	30- 60 dg	60- 90 dg	> 90 dg	Sum
2010	108 850	38 414	1 752	2 226	9 974	161 217
2009	103 951	35 342	4 080	1 442	5 336	150 152

Enkelte selskaper i konsernet har kredittforsikring gjennom Euler Hermes og MBL på sine største kunder. Beløp som er forsikret per 31.12.10 er 307 (3 287).

Andre fordringer består av til gode utbytte, regnskapsmessige periodiseringer og andre mindre tilgodehavende. Disse har en estimert gjennomsnittlig forfallstid på 3-6 måneder.

Note 6. Datterselskap og tilknyttet selskap

Konsernet Polaris Media ASA består per 31.12.2010 av følgende selskaper:

		Anskaffelses-tidspunkt	Forretnings-kontor	Stemme og eierandel
Adresseavisen Gruppen AS	Datter	01-10-08	Trondheim	100,0 %
Adresseavisen AS	Datterdatter	01-10-08	Trondheim	100,0 %
Trøndelagspakken AS	Datterdatterdatter	29-03-01	Trondheim	77,7 % ¹
Fire Store AS	Tilknyttet selskap	20-12-86	Oslo	25,0 % ²
Media Norge Salg AS	Tilknyttet selskap	21-11-07	Oslo	20,0 %
Trådløse Trondheim AS	Tilknyttet selskap	17-10-06	Trondheim	25,0 %
Finn.no AS	Tilknyttet selskap	1999-2005	Oslo	10,1 % ⁴
Sør-Trøndelag AS	Datterdatter	15-08-91	Orkanger	100,0 %
Fosna-Folket AS	Datterdatter	15-12-86	Brekstad	100,0 %
Trønderbladet AS	Datterdatter	15-01-96	Melhus	100,0 %
Innherreds Folkeblad Verdalingen AS	Datterdatter	15-01-99	Verdal	97,6 %
Levanger-Avisa AS	Tilknyttet selskap	18-10-91	Levanger	54,7 % ⁵
Hitra-Frøya Lokalavis AS	Tilknyttet selskap	02-01-98	Hitra	49,0 %
Adresseavisens Telefontjenester AS	Datterdatter	09-03-99	Trondheim	100,0 %
Adressa Distribusjon AS	Datterdatter	29-03-01	Trondheim	100,0 %
Brønnøysunds Avis AS	Datterdatter	01-10-08	Brønnøysund	68,7 %
Adressa AS (sovende)	Datterdatter	05-03-81	Trondheim	100,0 %
Stjørdalingen AS (sovende)	Datterdatter	01-12-99	Stjørdal	100,0 %
Polaris Media Nordvestlandet AS	Datter	02-04-09	Trondheim	100,0 %
Sunnmørsposten AS	Datterdatter	02-04-09	Ålesund	100,0 %
Fjordenes Tidende AS	Datterdatterdatter	02-04-09	Måløy	100,0 %
Vikebladet Vestposten AS	Datterdatterdatter	02-04-09	Ulsteinvik	100,0 %
Fjordingen AS	Datterdatterdatter	02-04-09	Stryn	100,0 %
Sunnmøringen AS	Datterdatterdatter	02-04-09	Stranda	100,0 %
Møre-Nytt AS	Datterdatterdatter	02-04-09	Ørsta	100,0 %
Herøynytt AS	Datterdatterdatter	12-05-10	Fosnavåg	80,0 %
Fjordtrykk AS	Tilknyttet selskap	02-04-09	Nordfjordeid	42,5 %
Skjåk Medieutvikling AS	Tilknyttet selskap	02-04-09	Skjåk	40,0 %
Romsdals Budstikke AS	Datterdatter	02-04-09	Molde	100,0 %
Nye Åndalsnes Avis AS	Datterdatterdatter	02-04-09	Åndalsnes	100,0 %
Driva Trykk AS	Datterdatterdatter	02-04-09	Sunnalsøra	100,0 %
Nordvest Distribusjon AS	Datterdatter	02-04-09	Ålesund	100,0 %
Harstad Tidende Gruppen AS	Datter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Harstad Tidende AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Vesterålen Online AS	Datterdatterdatter	01-10-08	Sortland	60,0 %
Vesteraalens Avis AS	Datterdatterdatter	01-05-10	Stokmarknes	100,0 %
Sortlandsavisa AS	Datterdatterdatter	01-05-10	Sortland	80,0 %
Troms Folkeblad AS	Datterdatter	01-10-08	Finnsnes	100,0 %
Mediehuset iTromsø AS	Datterdatter	01-10-08	Tromsø	95,6 %

Note 6. forts.

		Anskaffelses- tidspunkt	Forretnings- kontor	Stemme og eierandel
Framtid i Nord AS	Datterdatter	01-10-08	Nordreisa	99,9 %
Balsfjord Avisdrift AS	Datterdatterdatter	01-12-09	Nordkjosbotn	100,0 %
Avisa Nordland AS	Tilknyttet selskap	01-10-08	Bodø	38,0 %
Radio 10 BA (100 %)	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
HTG Multimedia AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
TV 10 Harstad AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
MediaNor AS	Felleskontrollert virksomhet	01-10-08	Bodø	50,0 % ³
Andøyposten AS	Datterselskap	01-10-08	Andenes	78,1 %
Nordavis AS (Altaposten)	Datterselskap	01-10-08	Alta	78,0 %
Nord Norsk Distribusjon AS	Tilknyttet selskap	01-10-08	Bodø	40,0 %
Polaris Trykk AS	Datter	01-10-08	Trondheim	100,0 %
Polaris Trykk Trondheim AS	Datterdatter	01-01-99	Trondheim	100,0 %
NR1 Adressa-Trykk Orkanger AS	Felleskontrollert virksomhet	29-07-07	Orkanger	50,0 % ³
Norsk Avisdrift AS (Byavisa)	Felleskontrollert virksomhet	01-11-08	Trondheim	50,0 % ³
NorPost Midt-Norge AS	Felleskontrollert virksomhet	01-11-08	Trondheim	50,0 % ³
Grønørveien 54 AS	Felleskontrollert virksomhet	29-07-07	Orkanger	50,0 % ³
Sør-Trøndelag Trykk AS (sovende)	Datterdatterdatter	01-01-99	Orkanger	100,0 %
Polaris Trykk Harstad AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Polaris Distribusjon Nord AS	Datterdatterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Polaris Trykk Ålesund AS	Datterdatter	02-04-09	Ålesund	100,0 %
Polaris Eiendom AS	Datter	01-10-08	Trondheim	100,0 %
Storgata 11 Harstad AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Fjordgata 11 Harstad AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Fjordgata 12 Harstad AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Fjordgata 14 Harstad AS	Datterdatter	01-10-08	Harstad	100,0 %
Industriveien 13 Trondheim AS	Datterdatter	01-10-08	Trondheim	100,0 %
Johan Tillers vei 1-5 AS	Datterdatter	01-10-08	Trondheim	100,0 %
Nordre Gate 1-3 AS	Datterdatter	01-10-08	Trondheim	100,0 %

1. Direkte aksjeeie 52,9 %, indirekte 24,8 %, totalt 77,7 %
2. Avviklet i 2008
3. Eies sammen med A-Pressen (50 %)
4. Adresseavisens eierandel i Finn.no regnskapsføres etter egenkapitalmetoden, da man vurderer at Polaris Media har «betydelig innflytelse» i Finn.no i henhold til IAS 28
5. Grunnet vedtektsfestede bestemmelser om stemmebegrensning, behandles selskapet som tilknyttet selskap

Note 6. forts.

TILKNYTTETE SELSKAP – KONSERNET											
Alle tall i tusen kroner											
	Hitra-Frøya	Levanger-Avisa	Fire Store	Trådløse Trondheim	FINN.no	Media Norge Salg	Fjuken Mediautvikling	Avisa Nordland	100 % Fotball	Nord-Norsk Distribusjon	Sum
Merverdianalyse											
Balanseført egenkapital på kjøpstidspunktet	1 932	1 733	20	2 500	7 064	40	3 497	12 037	5 000	200	34 023
Goodwill	4 008	5 111	0	0	0		2 976	28 765			40 860
Solgt	-1 530	-1 846	0	0	-637						-4 013
Anskaffelseskost	4 410	4 998	20	2 500	6 427	40	6 473	40 802	5 000	200	70 870
Beregning av årets resultatandel:											
Andel årets resultat	1 219	-597	-97	269	25 692	1 310	8	6 407	-2 365	258	32 104
Avskrivning identifiserbare merverdier								0			0
Årets resultatandel	1 219	-597	-97	269	25 692	1 310	8	6 407	-2 365	258	32 104
Beregning av balanseført verdi:											
Balanseført verdi 1.1.10	4 713	9 640	97	2 458	39 178	534	7 029	40 126	729	1 152	105 656
Avgang i perioden		-1 846			0						-1 846
Årets resultatandel	1 219	-597	-97	269	25 692	1 310	8	5 853	-2 365	258	31 550
Overføringer til/fra selskapet (utbytte, konsernbidrag)	0				-12 156			-3 812		0	-15 968
Balanseført verdi 31.12.10	5 933	7 197	0	2 727	52 713	1 844	7 037	42 167	-1 636	1 410	119 392

Eierandelen i Levanger-Avisa AS er 54,7 %. Grunnet vedtektsfestede bestemmelser om stemmebegrensning kan man i beslutnings-situasjoner ikke utøve en tilsvarende stemmeandel. Selskapet kan derfor ikke anses som datterselskap. Reglene for tilknyttet selskap anvendes ved den regnskapsmessige behandlingen av eierposi-

sjonen. Konsernets eierandel på 10,12 % i FINN.no regnskapsføres i samsvar med IAS 28 Tilknyttede selskaper da konsernet har sikret seg tilstrekkelig innflytelse og aksjonærbeskyttelse gjennom aksjonæravtale i FINN.no.

Note 7. Felleskontrollert virksomhet

Firma	Anskaffelses- tidspunkt	Forretnings- kontor	Stemme- og eierandel
Nr 1 Adressa-Trykk Orkanger AS	29. juli 2007	Orkanger	50 %
MediaNor AS	1. okt. 2008	Bodø	50 %
Grønørveien 54 AS	29. juli 2007	Orkanger	50 %
Norsk Avisdrift AS	1. nov. 2008	Trondheim	50 %
NorPost Midt Norge AS	1. nov. 2008	Trondheim	50 %

Nr 1 Adressa-Trykk Orkanger AS er felleskontrollert virksomhet av Polaris Trykk Trondheim AS (Polaris Media) og Nr1 Trykk AS (A-pressen). NorPost Midt-Norge AS, Norsk Avisdrift AS og Grønørveien 54 AS er datterselskaper av Nr1 Adressa Trykk Orkanger AS, og betraktes også som felleskontrollerte selskaper av Polaris Media ASA. MediaNor AS er felleskontrollert av Harstad Tidende Gruppen og A-pressen-aviser.

Følgende er inkludert i konsernregnskapet til Polaris Media ASA (50 %, ikke-eliminerte tall):

Alle tall i tusen kroner

	2010	2009
Omløpsmidler	39 013	35 504
Anleggsmidler	123 434	130 573
herav varige driftsmidler	87 299	93 794
Kortsiktig gjeld	29 520	30 357
Langsiktig gjeld	111 381	117 092
Driftsresultat	7 055	704
Resultat før skatt	6 421	-2 727
Årsresultat	2 757	-3 916

Konsernet har per 31.12.2010 TNOK 10 750 (10750) (50 %) i langsiktig fordring på felleskontrollert virksomhet. I 2009 er MediaNor AS, Grønørveien 54 AS, Norsk Avisdrift AS og NorPost Midt-Norge inkludert i noten. Grønørveien 54 AS er i 2011 solgt, jfr. note 4. MediaNor AS vil i 1. halvår 2011 bli avviklet.

Note 8. Verdipapirer

Alle tall i tusen kroner	2010	Eierandel	Bokført verdi konsern
	Anleggsmidler		
	<i>Aksjer eiet med 10 % eller mer:</i>		
	Trønder-Avisa	10,08 %	17 836
	<i>Øvrige aksjer (eierandeler under 10 %):</i>		
	Norsk Telegrambyrå		1 617
	Grunnfondsbevis Sparebank1 Midt-Norge		6 497
	Sami Aviisa AS		740
	Ruijan Kaiku AS		145
	Sør-Varanger Avis AS		170
	Pro Venture Seed AS		359
	Harstad Skipsindustri AS		214
	Kunnskapsparken		111
	Andre aksjer		1 009
	Sum aksjer i andre selskaper		28 698

	2009	Eierandel	Bokført verdi konsern
	Anleggsmidler		
	<i>Øvrige aksjer (eierandeler under 10 %):</i>		
	Norsk Telegrambyrå		1 617
	Grunnfondsbevis Sparebank1 Midt-Norge		5 414
	Sami Aviisa AS		740
	Ruijan Kaiku AS		145
	Sør-Varanger Avis AS		170
	Pro Venture Seed AS		241
	DNB NOR ASA		266
	Harstad Skipsindustri AS		214
	Andre aksjer		937
	Sum aksjer i andre selskaper		9 744

Aksjene er langsiktige investeringer som er klassifisert som anleggsmidler og er bokført til kostpris i den grad det ikke foreligger noe pålitelig estimat for virkelig verdi. Grunnfondsbevis i Sparebank1 Midt-Norge er klassifisert som aksjer holdt for salg og er bokført til virkelig verdi pr. 31.12.2009 og 31.12.2010 i konsernregnskapet i henhold til IAS 39.

Note 9. Pantstillelser

	Konsernet IFRS	
	2010	2009
Alle tall i tusen kroner		
Pantesikret gjeld per 31.12.	589 835	703 638
Bokført verdi av eiendeler stilt som sikkerhet:		
Driftsløsøre og programvare	433 174	470 205
Tomter, bygninger og annen fast eiendom	133 486	208 100
Fordringer	161 217	145 870
Aksjer i datterselskaper	-	-
Sum	727 877	824 175

Note 10. Garantiansvar

	Konsernet IFRS	
	2010	2009
Alle tall i tusen kroner		
Kausjonsansvar overfor ansattes lån	0	0
Garantier konsernselskaper/felleskontrollert virksomhet	63 658	40 000
Sum	63 658	40 000

De fleste selskapene i konsernet er deltakere i en konsernkontoordning hvor morselskapet Polaris Media ASA er hovedkontoinnehaver. Alle deltakerne er solidarisk ansvarlig overfor det til en hver tid utestående på konsernkontoen. Det er etablert felles trekkrettighet på konsernkontoen på NOK 80 mill.

De fleste selskapene i konsernet har skattetrekksgarantier overfor de lokale kemnerkontorene med en samlet garantiramme på NOK 80 mill.

Note 11. Gjeld

	Konsernet IFRS	
	2010	2009
Alle tall i tusen kroner		
Langsiktig gjeld		
Gjeld som forfaller mer enn fem år etter regnskapsårets slutt:	2010	2009
Gjeld til kredittinstitusjoner saldo 31.12.	589 835	705 919
Omklassifisert 1.års avdrag langsiktig gjeld	-52 450	-16 514
Verdiendring renteswap ihht IAS 39	3 655	-2 280
Verdijustert langsiktig gjeld 31.12.	541 040	687 125
Forventet saldo 31.12.2015 / 31.12.2014	173 468	345 240
Avdrag per år etter 31.12.2015 / 31.12.2014	78 640	78 140
Gjennomsnittlig rente	4,31 %	4,03 %

Rentesikring

Per årsskiftet er ca. 57 % av rentebærende gjeld sikret med fastrente, mens resten av gjelden er basert på flytende rente.

- Det er inngått følgende fastrenteavtaler.
- Det ble i 2006 inngått en tiårs avtale om binding av rente på 4,5 % (restgjeld 10,5 mill)
 - Det ble i 2009 inngått en femårs avtale med fastrente på 3,6 % (restgjeld 325 mill)

Note 11. forts.

Alle tall i tusen kroner

I henhold til IAS 39 er rentebytteavtaler klassifisert som kontantstrømsikring og verdsatt til virkelig verdi. Virkelig verdi på avtalene er hensyntatt i balansen og verdiendringer føres mot egenkapitalen.

Forfallsstruktur og vilkår

Lånene forfaller kvartalsvis, og årlige avdrag er gjengitt nedenfor under noten finansielle forpliktelser. Avdragene inkluderer ikke lån i den felleskontrollerte virksomheten Grønørveien 54 AS, da selskapet er solgt i januar 2011.

	2011	2012	2013	2014	2015	Etter 2015
Forfallsstruktur gjeld	52 450	80 703	78 140	78 140	78 140	222 262

Polaris Media ASA har i 2009 tatt opp et lån på NOK 575 mill i forbindelse med oppkjøp av enheter på Nordvestlandet. Det er følgende vilkår knyttet til lånet:

- Fire ganger rullerende EBITDA inkl utbytte skal være høyere enn netto rentebærende gjeld.
- Egenkapitalgrad for konsernet skal være høyere enn 32,5 % ved årsskiftet

Den felleskontrollerte virksomheten Nr 1 Adressa-Trykk Orkanger AS har følgende vilkår knyttet til lån tatt opp i 2008 i forbindelse med bygging av nytt trykkeri på Orkanger:

- Fire ganger EBITDA skal være høyere enn netto rentebærende gjeld. Måles første gang fra 2011.
- Det kan ikke utbetales utbytte hvis egenkapitalgrad er lavere enn 32,5 % ved årsskiftet

Konsernet har betalt all gjeld ved forfall og er ikke i strid med vilkårene i låneavtalene.

Leverandørgjeld - konsern

Leverandørgjelden har følgende aldersfordeling per 31.12.:

Dager over forfall						
	Ikke forfalt	< 30 dg	30-60 dg	60-90 dg	> 90 dg	Sum
2010	82 317	5 447	4 104	932	1 197	93 997
2009	67 029	7 642	345	426	-7 471	67 971

Annen kortsiktig gjeld er blant annet forskuddsbetalt abonnement, feriepenger o.l og har en estimert gjennomsnittlig forfallstid på 6 måneder.

Forfallsanalyse andre finansielle forpliktelser

Finansielle forpliktelser består av inngåtte innkjøps- og leieavtaler av langsiktig karakter. De fleste av disse avtalene har ikke angitt noen minimumsleie, og beløpene om er oppgitt er antatt leie- eller kjøp for de forskjellige avtalene basert på historiske volum.

- Konsernets langsiktige avtaler består i hovedsak av:
- Husleieavtaler for flere av selskapene i konsernet
 - Avtaler om drift, support og vedlikehold av fag- og basissystemer
 - Avtaler om innkjøp av redaksjonelt stoff

	2011	2012	2013	2014	Etter 2014	Sum
Utbetalinger gjeld til kredittinstitusjoner	52 450	80 703	78 140	78 140	300 402	589 835
Trykking av avis	9 760	10 052	10 354	10 665	10 984	51 815
Husleieavtaler	15 129	14 542	14 786	14 725	118 130	177 312
IT-relaterte avtaler	3 998	0	0	0	0	3 998
Andre finansielle forpliktelser	8 412	477	56	0	0	8 945
Sum	89 749	105 774	103 336	103 530	429 516	831 905

Note 12. Driftsinntekter		Konsernet IFRS	
		2010	2009
Alle tall i tusen kroner			
	Annonseinntekter avis	805 718	712 130
	Annonseinntekter nett	125 744	89 147
	Annonseinntekter TV og Radio	8 895	13 238
	Annonseinntekter	940 357	814 514
	Abonnementsinntekter	422 319	366 501
	Løssalgsinntekter	71 068	71 684
	Opplagsinntekter	493 341	438 185
	Trykkeriinntekter	263 583	245 522
	Distribusjonstjenester	16 217	31 782
	Gevinst salg driftsmidler	1 682	825
	Andre driftsinntekter, inkl. mottatt pressestøtte	97 753	77 912
	Sum øvrige inntekter	115 652	110 519
	Sum driftsinntekter	1 812 933	1 608 741

Note 13. Andre driftskostnader		Konsernet IFRS	
		2010	2009
Alle tall i tusen kroner			
	Distribusjonskostnader	174 119	140 522
	Salgs- og reklamekostnader	85 066	63 376
	Telefon, porto	22 353	20 446
	Reisekostnader	35 684	30 190
	Kostnader transportmidler	4 851	4 170
	EDB- og kontorkostnader	57 845	42 466
	Drift bygninger og driftsmidler	65 645	69 066
	Øvrige driftskostnader	26 227	92 431
	Tap på fordringer	2 321	4 690
	Konserninterne poster (ikke fordelte)	0	-30 244
	Sum	474 111	437 113

Note 14. Lønn og sosiale kostnader, varekjøp		Konsernet IFRS	
		2010	2009
Alle tall i tusen kroner			
	Lønn og feriepenger	647 555	587 767
	Arbeidsgiveravgift	76 636	77 326
	Bonus, overskuddsdeling		
	Opsjoner	0	0
	Pensjonskostnader	22 781	43 932
	Andre personalkostnader	30 316	26 454
	Sum	777 287	735 479
	Gjennomsnittlig antall ansatte (unntatt avisbud)		
	Antall årsverk	1 040	1 050
	Trykking, innkjøp råvarer og annet	275 586	252 027
	Innkjøpt redaksjonelt stoff	46 137	43 103
	Varekostnad	321 723	295 130

Note 15. Annen kortsiktig gjeld		Konsernet IFRS	
		2010	2009
Alle tall i tusen kroner			
	Forskuddsbetalt abonnement	134 555	111 792
	Depositum annonser	693	10
	Feriepenger	62 940	72 191
	Øvrig kortsiktig gjeld	41 394	43 928
	Sum	239 582	227 920

Note 16. Skattekostnad		Konsernet IFRS	
		2010	2009
Alle tall i tusen kroner			
Skattekostnaden i regnskapet består av følgende poster:			
	Betalbar skatt - helår	63 691	43 744
	Endring i utsatt skatteforpliktelse - helår	-35 662	-54 647
	Korrigerings skatt tidligere år	0	-10
	Skattekostnad på ordinært resultat	28 028	-10 913
	Årets betalbare skatt	63 691	43 744
	Skatteeffekt avgitt konsernbidrag	-43 310	-42 530
	Bruk av «krisepakke»	0	2 421
	Betalbar skatt i balansen	20 381	3 635
Avstemming fra nominell til faktisk skattesats:			
	Ordinært resultat før skatt	100 096	20 285
	Forventet inntektsskatt etter nominell skattesats 28 %	28 027	5 680
Skatteeffekten av følgende poster:			
	Ikke fradragsberettigede kostnader	11 505	4 154
	Realisasjon fisjonsfordring ved konvertering	0	0
	Ikke skattepliktige inntekter	-1 466	-35
	Emisjons-og stiftelseskostnader	0	-1 924
	Gevinst aksjer	-1 099	-10 483
	Resultatandel datterselskaper / tilknyttede selskaper	-8 841	-5 362
	Mottatt aksjeutbytte	-98	-65
	Andre poster	0	-2 879
	Skattekostnad på ordinært resultat	28 028	-10 913
	Effektiv skattesats	28 %	-54 %
Spesifikasjon av skatteeffekten av midlertidige forskjeller:			
Fordel			
	Varelager og fordringer	-36	-2 565
	Driftsmidler	9 265	12 529
	Pensjonsforpliktelse	16 466	22 694
	Andre avsetninger	2 099	3 714
	Underskudd til fremføring	18 716	23 871
	Sum skatteeffekten av fordeler	46 510	60 242
Forpliktelse			
	Driftsmidler	121 323	118 861
	Varelager og fordringer	-664	20
	Forskuddsbetalt pensjonspremie	-6 978	-5 646
	Gjeld	-377	184
	Sum skatteeffekten av forpliktelser	113 304	113 419
	Netto utsatt skattefordel / (forpliktelse)	-66 794	-53 177

Note 17. Finansinntekter og kostnader – konsern

Alle tall i tusen kroner	2010	2009
Mottatt aksjeutbytte	492	239
Renteinntekter felleskontrollert virksomhet	0	549
Andre finansinntekter	4 790	0
Andre renteinntekter	1 352	6 526
Gevinst ved salg av aksjer	0	39 579
Agiogevinster, kontantrabatter m.m	0	1 528
Sum annen finansinntekt	6 634	48 422
Agiotap og andre finanskostnader	82	220
Nedskrivning aksjer	2	0
Tap aksjer og fordring NA 24	0	2 419
Andre finanskostnader	5 765	2 104
Sum annen finanskostnad	5 849	4 743

Note 18. Godtgjørelser og lån

Ytelser til ledende ansatte i konsernet

I konsernet er konsernledelsen i Polaris Media ASA definert som ledende ansatte.

Alle tall i tusen kroner	2010					2009				
	Lønn	Bonus*	Pensjon	Annengodtgjørelse	Sum	Lønn	Bonus*	Pensjon	Annengodtgjørelse	Sum
Konsernsjef Per Axel Koch***	2 371	0	1 218	273	3 862	2 296	400	1 145	7 280	11 121
Adm.dir Adresseavisen Gruppen, Tove Nedreberg	1 751	0	195	319	2 265	1 709	0	178	113	2 000
Sjefredaktør Adresse- avisen, Arne Blix	1 761	0	1 050	336	3 147	1 770	0	1 637	209	3 616
Adm.dir Harstad Tidende Gruppen, Rolf Erstad	1 262	0	138	142	1 543	1 208	0	191	118	1 518
Adm.dir Polaris Trykk, Steinar Bakken	1 243	0	143	265	1 651	1 323	105	163	130	1 721
Adm.dir Polaris Media Nordvestlandet, Harald Rise**	1 288	0	160	266	1 714	563	0	30	61	653
CFO og prosjektdirektør, Per Olav Monseth**	1 404	0	94	142	1 639	542	0	30	12	584

* Bonus gjelder utbetalingsåret og knytter seg til tidligere regnskapsår. Hele konsernledelsen frasa seg bonus for 2009.

** Har kun vært ansatt deler av året i 2009

*** Konsernsjef hadde per 31. desember 2008 opsjonsordninger med rett til 1 100 000 aksjer i Polaris Media ASA. Det ble 8. mars 2009 inngått avtale om at opsjonene innløses med et kontant-beløp på NOK 7 mill. Utbetaling er klassifisert under annen godtgjørelse. Innløsningen ga ingen kostnadseffekt på resultatet for 2009, da kostnaden knyttet til opsjonsordningene er løpende kostnadsført i opptjeningstiden.

For bonusavtaler til ledende ansatte, se redegjørelse for lederlønnspolitikken for regnskapsåret 2010.

Alle ledende ansatte deltar i selskapenes kollektive pensjons-ordninger, og alle foruten konsersjef har en innskuddsbasert ordning for lønn over 12 G. Det er for konsernsjef og sjefredaktør i Adresseavisen AS avtalt tilleggspensjon på henholdsvis 66 % og 33 % av lønn utover 12 G. Konsernsjef og sjefredaktør i Adresseavisen har avtalt anledning til å gå av med førtidspensjon ved 60 år med 70 % av lønn frem til 67 år.

Note 18. forts.

Alle tall i tusen kroner	Utbetalt styrehonorar	
	2010	2009
Styre		
Styreleder Kaare Gisvold	325	320
Styrets nestleder Marit Arnstad	183	135
Styremedlem Liselott Kilaas	165	135
Styremedlem Terje Roll Danielsen	140	135
Styremedlem Bente Sollid	100	0
Styremedlem Stig Eide Sivertsen	68	0
Styremedlem Frode Nordseth*	68	0
Styremedlem ansattrepresentant Terje Eidsvåg	135	135
Styremedlem ansattrepresentant Bjørn Sletvold	135	135
Styremedlem ansattrepresentant Gudrun Gulldahl	68	0
Varmedlem ansattrepresentant Merete Holand	0	0
Varmedlem ansattrepresentant Lajla Ellingsen	0	0
Varmedlem ansattrepresentant Johan Behrentz	0	0
Varmedlem ansattrepresentant Helge Bjerkan	0	0
Varmedlem ansattrepresentant Kai Tore Myklebust	0	0
Varmedlem ansattrepresentant Knut Godø	0	0
Varmedlem ansattrepresentant Margrete Vegsund	0	0
Varmedlem Erik Hagen	71	135
Varmedlem Anne Britt Bekken	73	135
Valgkomite		
Leder valgkomiteen Berit Rian	50	20
Medlem valgkomiteen Elbjørg Standal	30	0
Medlem valgkomiteen Eyvind Stav	25	10
Totalt	1 634	1 295

* Konsernet har mottatt faktura på styrehonorar fra Media Norge ASA. For enkelte personer inngår også honorar ved deltakelse i kompensasjonskomite og revisjonskomite.

Redegjørelse for lederlønnspolitikken for regnskapsåret 2010

Lederlønnspolitikken som ble ført i 2010, har fulgt de hovedprinsipper og retningslinjer som ble fremlagt for generalforsamlingen i Polaris Media ASA den 27. mai 2010.

Hovedprinsipper i disse retningslinjene

Lønn og andre godtgjørelser til de ledende ansatte skal bygge på inngåtte arbeidsavtaler og de prinsipper som har vært anvendt de senere år.

Hovedprinsippene kan oppsummeres slik:

Det ledende prinsipp er at lønn og andre godtgjørelser for konsernets ledelse skal være konkurransedyktig og sikre at Polaris Media ASA kan tiltrekke seg og beholde dyktige personer. Lederlønnspolitikken skal gjenspeile at verdien av nøkkelpersoner er høy.

Den enkelte ledende ansattes samlede godtgjørelse skal være konkurransedyktig og reflektere den enkeltes ansvarsområde og utførelse av arbeidet.

Note 18. forts.

Alle tall i tusen kroner

Retningslinjer for Polaris Media ASAs lederlønnspolitik for 2011
Polaris Media ASAs lederlønnspolitik for 2011 følger de samme hovedprinsipper som for 2010.

Lønn og annen godtgjørelse skal bestå av en kombinasjon av fast lønn og variable godtgjørelser.

- Variable godtgjørelser består av:
- Naturalytelser som fremgår av inngåtte arbeidsavtaler. Dette kan gjelde bl.a. bilordning, telefonhold, TV-lisens, kontingenter og abonnementer på aviser og tidsskrifter.
 - Prestasjonslønn (bonus) er for konsernsjef maksimert til summen av tre månedslønner. Herav er 50 % knyttet til resultatoppnåelse og 50 % knyttet til styrets diskresjonære vurdering av oppnådde resultater i 2011 (kvalitativt). For øvrige ledende ansatte utgjør maksimal bonus to månedslønninger.
 - Konsernsjef og sjefredaktør Adresseavisen har kollektive og individuelle pensjonsordninger som fremgår av inngåtte arbeidsavtaler. Det er avtalt tilleggspensjon på henholdsvis 66 % for konsernsjef og 33 % for sjefredaktør i Adresseavisen av lønn utover 12 G. Det er avtalt anledning til å gå av med førtidspensjon ved 60 år med 70 % av lønn.
 - Alle ansatte foruten konsernsjef har en innskuddsbasert pensjonsordning på 12 % av lønn over 12 G.
 - Konsernsjef og sjefredaktør Adresseavisen har etterlønnsordning hvor lønnsbetingelsene skal opprettholdes i inntil 24 måneder (inkludert oppsigelsestid) dersom arbeidsforholdet avsluttes fra bedriftens side og dette skyldes annet enn vesentlig mislighold av ansettelsesavtalen.

Konsernet har ikke opsjonsordninger.

Retningslinjene vil bli fremlagt for rådgivende avstemming ved generalforsamlingen i mai 2011.

Revisor	Konsernet IFRS			
	2010		2009	
Kostnader til revisor er fordelt som følger:	Deloitte	Øvrige	Deloitte	Øvrige
Lovpålagt revisjon	1 762	714	1 649	677
Andre attestasjonstjenester	99	31	26	36
Skatterådgivning	0	17	0	4
Andre tjenester utenfor revisjonen	727	203	2 972	156
Sum	2 588	965	4 647	872

Deloitte er revisor for morselskapet, datterselskaper fra tidligere Adresseavisen konsern og er valgt til revisor for de oppkjøpte selskapene på Nordvestlandet. Selskaper fra tidligere Harstad Tidende Gruppen revideres av PWC. Oppstillingen ovenfor inkluderer også kostnader som er balanseført i henhold til IFRS 3.

Deloitte Advokatfirma AS, som er samarbeidende selskap med Deloitte AS, har levert tjenester for 10 (221) TNOK for konsernet i 2010. Tall i parentes gjelder 2009.

Note 19. Aksjeopsjoner

Konsernsjef Per Axel Koch hadde tre opsjonsavtaler i tidligere Adresseavisen ASA, som ble videreført i Polaris Media ASA. De tidligere opsjonsavtalene er i forbindelse med med fusjonen omregnet til aksjer i Polaris Media ASA etter samme nøkkel som bytteforholdet, slik at transaksjonen blir verdinøytral for partene. Per 31.12.2008 hadde konsernsjefen følgende opsjonsavtaler:

- 1) Kjøp av inntil 440 000 aksjer til innløsningskurs på kr. 15,91 per aksje. Tildelt 17.februar 2004. Opsjonsperioden er fra 1.mars 2005 til 28.februar 2009
- 2) Kjøp av inntil 440 000 aksjer til innløsningskurs på kr. 14,55 per aksje. Tildelt 18.februar 2005. Opsjonsperioden er fra 1.mars 2006 til 28.februar 2010
- 3) Kjøp av inntil 220 000 aksjer til innløsningskurs på kr. 19,09 per aksje. Tildelt 14.februar 2006. Opsjonsperioden er fra 14.februar 2008 til 13. februar 2011.

Opsjonene ble tildelt vederlagsfritt. Det ble 8. mars 2009 inngått avtale om at opsjonene innløses med et kontantbeløp på NOK 7 mill. Polaris Media ASA har etter innløsningen ingen utestående opsjoner som gir rett til aksjer i selskapet. Innløsningen gir ingen kostnadseffekt på resultatet for 2009, da kostnaden knyttet til opsjonsordningene er løpende kostnadsført i opptjeningstiden.

Note 20. Aksjonærforhold

Morselskapet har per 31.12.10 en aksjekapital på kr 48 897 418 fordelt på 48 897 418 antall aksjer pålydende kr 1. Polaris Media ASA eier per 31.12.10 ingen egne aksjer.

Hver aksje har 1 stemme i selskapets generalforsamling. Ifølge vedtektene kan ingen på egne eller andres vegne til sammen stemme for flere enn en femtedel av de på generalforsamlingen representerte aksjer. Vedtektene har også en konsolideringsbestemmelse, slik at ved anvendelse av reglene om beregning av stemmetak, regnes like med aksjonærens egne aksjer, aksjer som eies av aksjonærens nærstående. Endring av vedtektenes bestemmelse om redaksjonell plattform krever minst 3/4 flertall så vel av avgitte stemmer som av den aksjekapital som er representert på generalforsamlingen.

Resultat per aksje i 2010 er kr 1,36. For 2009 ble resultat per aksje kr 0,6. Foreslått utbytte i morselskapet Polaris Media ASA for 2010 er kr 1,50 pr aksje, tilsammen kr 73,3 mill.

Følgende eier mer enn 1 prosent av selskapets aksjekapital per 31.12.10:

Navn:	Antall aksjer	Prosent
SEB Enskilda ASA	15 751 236	32,21 %
Roll Severin Co AS' konkursbo	9 198 684	18,81 %
Must Invest AS	7 188 764	14,70 %
Schibsted ASA	3 471 716	7,10 %
Sparebank1 Midt-Norge Invest AS	2 265 824	4,63 %
DNB Nor ASA	2 000 000	4,09 %
Asker og Bærum Budstikke ASA	931 106	1,90 %
Gyldendal ASA	924 000	1,89 %
Harstad Sparebank	823 936	1,69 %
Base Midt-Norge AS	488 268	1,00 %
Sum	43 043 534	88,03 %

Konsernsjef og medlemmer av styret eide følgende aksjer i Polaris Media ASA per 31.12.2010:

	Antall aksjer
Styret:	
Kaare M. Gisvold	79 618
Marit Arnstad	0
Terje Roll Danielsen	0
Frode Nordseth	0
Stig Eide Sivertsen	0
Liselott Kilaas	0
Bente Sollid	0
Terje Eidsvåg	0
Bjørn Sletvold	0
Gudrun Gulldahl	0
Ledende ansatte:	
Per Axel Koch	136 994
Tove Nedreberg	13 794
Arne Blix	1 540
Steinar Bakken	0
Rolf A. Erstad	0
Per Olav Monseth	0
Harald H. Rise	0

Note 21. Nærstående parter

Som nærstående part betraktes også tilknyttede selskaper og felleskontrollert virksomhet, se note 6 og 7. Nedenfor er det listet opp transaksjoner med Media Norge Salg AS, FINN.no AS og de felleskontrollerte virksomhetene Nr1 Adressa-Trykk Orkanger AS og MediaNor AS. Transaksjoner med øvrige selskaper er av uvesentlig karakter.

Foruten dette foregår det vesentlig kjøp og salg mellom selskapene i Polaris Media. Dette er hovedsakelig trykking av avis, fellestjenester innen regnskap/økonomi/personal, IT-tjenester, distribusjonstjenester, husleie og eiendomsdrift. Alle transaksjoner med datterselskap er eliminert i konsernregnskapet. Transaksjoner med nærstående parter følger ordinære betingelser og vilkår fastsatt i kredittpolicy for konsernet.

Kontanter benyttes som vederlag for oppgjør med nærstående parter. Konsernet har ikke lån til tilknyttede selskaper, men har pr. 31. desember 2010 et lån på NOK 21,5 mill. (50 % er inkludert i konsernregnskapet på grunn av regnskapsføring etter bruttometode) til felleskontrollert virksomhet, Nr1 Adressa-Trykk Orkanger.

Polaris Trykk Trondheim AS har avgitt en selvskyldnerkausjon ovenfor konsernets bankforbindelse på NOK 40,0 mill. knyttet til byggelån for det felleskontrollerte selskapet Grønørveien 54 AS. Det er ikke avsatt eller kostnadsført tap knyttet til mellomværende med nærstående parter. For ytelser til ledelsen, se note 18.

FINN.no	2010	2009
Inntekter – nærstående part	18 046	24 371
Kostnader – nærstående part	4 307	16 642
Fordring – nærstående part	124	102
Gjeld – nærstående part	719	0
Media Norge Salg AS		
Inntekter – nærstående part	80 861	87 190
Kostnader – nærstående part	8 776	1 120
Fordring – nærstående part	9 700	20 110
Gjeld – nærstående part	859	33
Nr1 Adressa-Trykk Orkanger AS		
Inntekter – nærstående part	8 361	10 402
Kostnader – nærstående part	17 486	13 796
Fordring – nærstående part	7 878	38 342
Gjeld – nærstående part	2 404	1 986
MediaNor AS		
Inntekter – nærstående part	5 270	27 062
Kostnader – nærstående part	17	212
Fordring – nærstående part	5 625	5 800
Gjeld – nærstående part	0	0

Note 22. Kategorier av finansielle eiendeler og forpliktelser

Alle tall i tusen kroner

Nedenfor følger en oppstilling av klasser av finansielle eiendeler og forpliktelser etter oppdeling i IAS 39

	2010	2009
Kategorier av finansielle forpliktelser - konsern		
Langsiktige rentebærende lån	529 525	687 124
Annen langsiktig gjeld	20 549	11 388
Kortsiktig rentebærende lån	60 310	16 514
Leverandørgjeld	93 997	67 971
Annen kortsiktig gjeld, inkl offentlige avgifter og skatt	342 341	296 473
Sum finansielle forpliktelser	1 046 722	1 079 470
Kategorier av finansielle eiendeler - konsern		
Aksjer holdt for salg*	6 497	5 414
Øvrige aksjer	22 201	4 330
Sum anleggsaksjer	28 698	9 744
Andre fordringer	13 859	13 523
Sun langsiktige fordringer	13 859	13 523
Finansielle eiendeler til virkelig verdi over resultatet	0	0
Sum investeringer	0	0
Kundefordringer	161 217	145 870
Andre fordringer, inkl fordringer på felleskontrollert virksomhet	45 787	50 699
Sum kortsiktige fordringer	207 004	196 569
Sun finansielle eiendeler	249 561	219 836
*Avstemming av aksjer holdt for salg		
Aksjer hold for salg 1.1.	5 413	3 027
Tilgang	0	0
Verdiendring over egenkapitalen	1 084	1 190
Verdiendringer over resultatet	0	1 196
Aksjer holdt for salg 31.12.	6 497	5 413

Note 23. Mål, prinsipper og fremgangsmåte for kapitalforvaltning

Alle tall i tusen kroner

Det drives ikke med aktiv kapitalforvaltning i konsernet i forhold til plassering av overskudds-likviditet eller gearing i forhold til lånefinansierte produkter. Mindre beløp er avsatt til lang-siktige aksjeplasseringer, mens det meste av øvrig fri likviditet er plassert risikofritt i bank.

Det er et ønske å sikre og opprettholde sterk kredittrating for konsernet, og være i en posisjon med finansiell handlekraft for å gjennomføre målsatte forretningsmessige strategier og gjennom dette øke verdien til aksjonærene.

Konsernet vurderer regelmessig kapitalstrukturen og valgte risikoprofil. Konsernet har over tid hatt en solid balanse med lite gjeld og høy egenkapital. Gjennom strategiske satsinger kan dette endres ved å ta opp langsiktige lån, kjøpe tilbake egne aksjer eller regulere utbytteutbetalinger. Kjøpet av Edda Medias medievirksomhet på Nordvestlandet i 2009 representerte en slik endring. I forbindelse med kjøpet ble konsernets rentebærende langsiktige gjeld økt og egenkapitalen redusert, men kjøpet var i tråd med konsernets strategi om langsiktighet og utvikling av kjerne-virksomheten.

	2010	2009
Rentebærende langsiktig gjeld	550 074	698 512
Rentebærende kortsiktig gjeld	60 310	16 514
Annen kortsiktig gjeld	436 338	366 447
Sum gjeld	1 046 722	1 081 473
Langsiktige fordringer	24 609	24 273
Kortsiktige fordringer	207 004	196 571
Likvider	206 445	154 630
Netto gjeld	608 664	705 999
herav netto rentebærende gjeld	411 400	539 346
Totalkapital	2 066 638	2 081 200
Netto gjeldsgrad	29,5 %	33,9 %

Note 24. Sensitivitetsanalyse markedsrisiko - konsern

Alle tall i tusen kroner

I henhold til IFRS 7 skal det utarbeides en sensitivitetsanalyse for ulike markedsrisikoer. Nedenfor følger en analyse på hvordan konsernets resultater blir påvirket av variasjoner i rente. Konsernets finansielle eiendeler og forpliktelser er i meget liten grad eksponert for endringer i valuta eller andre markedsfaktorer.

Påvirkning på resultat / egenkapital i selskapet 2010:	+ 1 %-poeng	- 1 %-poeng
Endring i rente	-168	168

Påvirkning på resultat / egenkapital i selskapet 2009:	+ 1 %-poeng	- 1 %-poeng
Endring i rente	-186	186

Note 25. Forskning og utvikling

Alle tall i tusen kroner

Som mediebedrift driver konsernet kontinuerlig med produktutvikling. Bedriften er i stor grad kompetansedrevet og medarbeidernes kunnskaper og ferdigheter danner basis for dagens fersk-vare i form av avis-, TV-, radio- eller nettprodukter. Dette krever på mange områder stadig kreative prosesser og kontinuerlig produktutvikling (eksplisitt forskning utøves ikke). Disse aktivitetene inngår som et naturlig element til driften og er i all hovedsak kostnadsført. Morselskapet Polaris Media ASA driver ikke med utviklingsaktiviteter. Dette gjøres i datterselskapene, da i hovedsak Adresseavisen AS og HTG Multimedia AS.

	2010	2009
Kostnadsførte utgifter til utvikling *	4 429	3 077

* Inneholder kun utgifter som direkte relaterer seg til definerte prosjekt, og annen løpende produktutvikling anses som direkte relatert til driften og inkluderes ikke her.

Systemmessig utvikling og utvikling som anses å ha en verdi utover ett år aktiveres. Adresse-avisen AS har også en del systemmessig tilpasninger som relaterer seg til ordinær drift, dette aktiveres ikke.

Det forventes at fremtidig inntjening av pågående utvikling vil motsvare medgåtte utgifter.

	2010	2009
Aktiverte utgifter knyttet til utvikling:		
Selvbetjeningsløsning annonsekunder	620	2 119
Videreutvikling «fotballweb»	0	196
Webutvikling	0	1 053
Nytt redaksjonelt system	999	0
E-budbok	1 576	0
Videreutvikling ALDA, opplags- og annonsesystem	537	0
Videreutvikling nettplattform	562	0
Annen utvikling	332	544
Sum	4 626	3 912

Note 26. Store enkelttransaksjoner og endring i konsernets sammensetning

2010:

Oppkjøp av Vesteraalens Avis

Harstad Tidende Gruppen har i 2010 kjøpt 100 % av aksjene i Vesteraalens Avis. Vesteraalens Avis er definert som et datterselskap, og selskapet er konsolidert inn i konsernregnskapet fra 1. mai 2010.

Oppkjøp av Sortlandsavisa

Harstad Tidende Gruppen har i 2010 kjøpt 80 % av aksjene i Sortlandsavisa. Sortlandsavisa er de-finert som et datterselskap, og selskapet er konsolidert inn i konsernregnskapet fra 1. mai 2010.

Videre oppkjøp i Altaposten (Nordavis)

Det er foretatt videre oppkjøp i Altaposten i løpet av 2010, og eierandelen ved utgangen av året er 78 %.

Oppkjøp i Trønder-Avisa

Polaris Media ASA kjøpte i juni 2010 10,1 % av aksjene i Trønder-Avisa. Aksjene er klassifisert som finansielle anleggsmidler, kfr note 8.

2009:

Oppkjøp av Edda Medias virksomheter på Nordvestlandet

Polaris Media ASA gjennomførte 2. april 2009 oppkjøpet av Eddas Medias virksomheter på Nord-vestlandet. Dette sammenfaller med kontrolltidspunktet i henhold til IFRS 3 Virksomhets-sammenslutninger, og transaksjonen gjennomføres regnskapsmessig 2. april 2009. Disse enhete-ne er inkludert i konsernets tall fra andre kvartal 2009.

Oppkjøpet er gjennomført ved at Polaris Media ASAs nystiftede datterselskap Polaris Media Nord-vestlandet AS har kjøpt 100 % av aksjene i Sunnmørsposten AS og Romsdals Budstikke AS. Videre har datterdatterselskapet Nordvest Distribusjon AS gjennomført et innmatskjøp av Edda Medias distribusjonsvirksomhet på Nordvestlandet.

Det nystiftede datterselskapet av Polaris Trykk AS, Polaris Trykk Ålesund AS, kjøpte innmaten i Edda Medias trykkerivirksomhet på Nordvestlandet.

Ytterligere informasjon om oppkjøpet er tilgjengelig i informasjonsdokument av 18. mars 2009 som er tilgjengelig på www.oslobors.no og www.polarismedia.no.

Oppkjøp av Andøyposten

Harstad Tidende Gruppen kjøpte seg ytterligere opp i Andøyposten AS, og eier ved utløpet av 2009 78,1 % av aksjene. Andøyposten er konsolidert inn i konsernregnskapet fra 1. juli 2009.

Oppkjøp av Altaposten (Nordavis)

Selskaper i Harstad Tidende Gruppen kjøpte seg ytterligere opp i Altaposten, og eide ved utløpet av 2009 69,9 % av aksjene. Altaposten er definert som et datterselskap og er konsolidert inn i konsernregnskapet fra 1. juli 2009.

Oppstillingen nedenfor viser kjøpesum og virkelige verdier av eiendeler og forpliktelser som er til-ført konsernet gjennom oppkjøp og fusjoner (konserntall etter IFRS):

Note 26. forts.

Alle tall i mill. kroner

	2010		2009		
	Vester- aalens Avis	Sortlands- avisa	Enheter på Nordvest- landet	Andøy- posten	Altaposten
Utsatt skattefordel	0,0	0,0	3,5	0,2	0,6
Øvrige immatrielle eiendeler	0,0	0,0	212,9	0,0	9,5
Varige driftsmidler	0,1	0,0	153,8	0,7	31,0
Finansielle anleggsmidler	0,0	0,0	7,1	0,3	1,2
Anleggsmidler	0,1	0,0	377,2	1,2	42,3
Varelager	0,0	0,0	3,0	0,0	0,4
Fordringer	1,9	0,1	26,3	0,8	3,6
Bankinnskudd, kontanter og lignende	0,6	0,1	112,6	4,6	3,4
Omløpsmidler	2,5	0,2	141,8	5,3	7,3
Sum eiendeler	2,6	0,2	519,1	6,6	49,6
Minoritet	0,0	0,0	2,9	1,7	20,8
Avsetninger for forpliktelser, inkl utsatt skatt	0,0	0,0	75,5	0,0	5,5
Annen langsiktig gjeld	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3
Kortsiktig gjeld	1,8	1,0	78,8	1,0	7,7
Gjeld	1,8	1,0	157,2	2,7	38,2
Netto eiendeler	0,8	-0,8	361,9	3,8	11,3
Goodwill	7,5	0,9	339,4	2,3	15,6
Vederlag	8,3	0,1	701,4	6,2	27,0
Herav balanseførte oppkjøpskostnader	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0
Følgende er inkludert i resultatregnskapet for konsernet i 2009 og 2010:					
Driftsinntekter	7,3	3,7	312,5	4,5	9,2
Driftsresultat	0,1	0,2	25,5	-0,1	-0,6

Se for øvrig proforma resultattall per virksomhetsområde for 2009 og 2010 i note 27.

Note 27. Proformatall

Alle tall i tusen kroner

Det er utarbeidet proforma resultattall per segment for 2010 og 2009 for lettere å kunne sammenligne resultater for konsernet mot tidligere perioder. Proforma regnskapsinformasjon er basert på en hypotetisk situasjon og representerer ikke faktisk konsoliderte regnskaper for Polaris Media konsern.

Det presiseres at det hefter større grad av usikkerhet knyttet til proforma regnskapsinformasjon sammenlignet med faktisk rapportert regnskapsinformasjon. Proforma finansiell informasjon er basert på vurderinger og forutsetninger foretatt av ledelsen, som ikke nødvendigvis ville ha vært de samme dersom transaksjonene hadde funnet sted på et tidligere tidspunkt. Proforma regnskapsinformasjon er ikke revidert og er utarbeidet utelukkende for veiledende formål.

Proformatallene illustrerer konsernet Polaris Media som om oppkjøpet av enhetene på Nordvestlandet hadde skjedd i begynnelsen av perioden det vises proformatall for.

Proformatall	2010	2009
Adresseavisen Gruppen	Faktisk	Faktisk
Driftsinntekter	774	723
EBITDA før engangseffekter	69	14
Driftsresultat	49	-42
Resultat før skattekostnad	80	10
Harstad Tidende Gruppen	Faktisk	Faktisk
Driftsinntekter	346	310
EBITDA før engangseffekter	13	13
Driftsresultat	4	-7
Resultat før skattekostnad	9	-6
Polaris Media Nordvestlandet	Faktisk	Proforma
Driftsinntekter	396	385
EBITDA før engangseffekter	40	31
Driftsresultat	38	16
Resultat før skattekostnad	28	12
Polaris Trykk	Faktisk	Proforma
Driftsinntekter	520	493
EBITDA før engangseffekter	121	108
Driftsresultat	65	48
Resultat før skattekostnad	52	34
Polaris Media konsern	Faktisk	Proforma
Driftsinntekter	1 813	1 705
EBITDA før engangseffekter	224	152
Driftsresultat	100	-11
Resultat før skattekostnad	100	24

Note 28. Driftsresultat korrigert for spesielle hendelser og nedskrivinger

Alle tall i tusen kroner		2010	2009
	Salgsinntekt	1 812 933	1 608 741
	Sum driftsinntekter	1 812 933	1 608 741
	Varekostnad	321 723	295 130
	Lønnskostnad	796 178	735 479
	Annen driftskostnad	471 112	437 113
	Sum driftskostnader	1 589 013	1 467 722
	Driftsresultat (EBITDA) før spesielle hendelser	223 920	141 019
	Spesielle hendelser *	-15 891	39 601
	Driftsresultat (EBITDA) inkl spesielle hendelser	239 811	101 418
	Avskrivinger	111 553	106 843
	Driftsresultat (EBITA)	128 258	-5 425
	Nedskrivinger	27 997	5 578
	Driftsresultat (EBIT) i henhold til årsrapport	100 261	-11 003
	* Spesielle hendelser		
	Avkorting AFP	-24 391	0
	Estimatavvik	5 500	0
	MVA-avsetning	3 000	0
	Omstillingskostnader	0	39 601
	Sum spesielle hendelser	-15 891	39 601

Se også note 3, 27, 30 og 31 vedrørende spesielle hendelser.

Note 29. Pressestøtte

Alle tall i tusen kroner

Flere av de lokalavisene i konsernet mottar produksjonstilskudd (pressestøtte) i henhold til «Forskrift om produksjonstilskudd til dagsaviser». Forskriften angir en rekke vilkår for å motta pressestøtten, og disse er oppfylt. Pressestøtten inntektsføres under andre driftsinntekter.

	2010	2009
Mottatt pressestøtte	16 788	14 005

Note 30. Omstillingskostnader

Alle tall i tusen kroner

Konsernet avsatte omstillingskostnader i 2009 knyttet til vedtatte resultatforbedrende tiltak. Omstillingskostnadene knytter seg i all hovedsak til sluttpakker og førtidspensjonskostnader.

	2010	2009
Avsetning førtidspensjoner (AFP- og gavepensjon)	0	25 213
Avsetning sluttpakker	0	10 518
Øvrige kostnader	0	3 870
Sum omstillingskostnader	0	39 601

Note 31. Betingede utfall

Konsernet har en tvist med Skatteetaten vedrørende mva på e-avis. Kravet fra Skatteetaten er på kr 14,7 mill. Konsernet har påklaget kravet. Pr 31.12.2010 er det avsatt kr 3 mill. Avsetningen dekker omkostninger for tvisten.

Årsregnskap

Polaris Media ASA 2010

Resultatregnskap

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner	NOTE			
		DRIFTSINNTEKTER OG DRIFTSKOSTNADER	2010	2009
		Annen driftsinntekt	12 197	-
		Sum driftsinntekter	12 197	-
	2	Lønnskostnad	23 749	14 442
	3	Avskrivning på varige driftsmidler og immaterielle eiendeler	206	170
		Annen driftskostnad	19 844	11 489
		Sum driftskostnader	43 799	26 101
		Driftsresultat	-31 602	-26 101
		FINANSINNTEKTER OG FINANSKOSTNADER		
	4	Inntekt på investering i datterselskap og tilknyttet selskap	107 922	25 230
		Annen renteinntekt	492	-
		Renteinntekt fra foretak i samme konsern	27 452	26 376
		Annen finansinntekt	-	327
		Rentekostnad til foretak i samme konsern	-1 150	-1 857
		Annen rentekostnad	-34 993	-22 086
		Annen finanskostnad	-4 478	-730
		Netto finansresultat	95 246	27 260
		Årsresultat før skattekostnad	63 644	1 159
	12	Skattekostnad	15 607	11 221
		ÅRSRESULTAT	48 036	-10 062
		OVERFØRINGER		
		Avsatt til fond for vurderingsforskjeller	130 863	-43 267
		Overført fra annen egenkapital	-156 173	-15 692
		Foreslått utbytte	73 346	48 897
	8	Sum overføringer	48 036	-10 062

Balanse pr 31. desember

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner	NOTE			
		EIENDELER	2010	2009
		Anleggsmidler		
		Immaterielle eiendeler:		
	12	Utsatt skattefordel	4 939	4 779
		Sum immaterielle eiendeler	4 939	4 779
		Varige driftsmidler		
	3	Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontormaskiner og lignende	3 327	505
		Sum varige driftsmidler	3 327	505
		Finansielle anleggsmidler		
	4,13	Investering i datterselskap	988 730	510 501
	6,11,13	Lån til foretak i samme konsern	566 580	964 714
	5	Investeringer i aksjer og andeler	17 836	-
	9	Pensjonsmidler	3 429	2 541
	2,6	Andre fordringer	10 458	10 360
		Sum finansielle anleggsmidler	1 587 033	1 488 116
		Sum anleggsmidler	1 595 299	1 493 400
		Omløpsmidler		
		Fordringer		
	11	Kundefordringer	5 691	172
		Andre fordringer	1 184	465
	11,13	Kortsiktige fordringer konsernselskaper	76 672	90 655
		Sum fordringer	83 547	91 292
		Sum omløpsmidler	83 547	91 292
		SUM EIENDELER	1 678 846	1 584 693

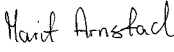
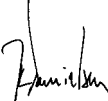
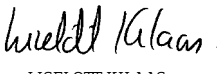
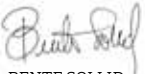
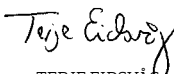
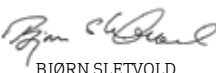
Balanse pr 31. desember

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner	NOTE	EGENKAPITAL OG GJELD	2010	2009
		Egenkapital		
	7	Innskutt egenkapital		
		Aksjekapital (48 897 418 aksjer á kr 1)	48 897	48 897
		Overkursfond	256 383	256 383
		Sum innskutt egenkapital	305 280	305 280
		Opptjent egenkapital		
		Fond for vurderingsforskjeller	197 752	66 889
		Annen egenkapital	75 821	229 266
		Sum opptjent egenkapital	273 573	296 155
	8	Sum egenkapital	578 853	601 436
		Gjeld		
	9	Avsetning for forpliktelser		
		Pensjonsforpliktelser	25 451	22 379
		Sum avsetninger for forpliktelser	25 451	22 379
		Annen langsiktig gjeld		
	10,13	Gjeld til kredittinstitusjoner	514 355	572 353
		Sum annen langsiktig gjeld	514 355	572 353
		Kortsiktig gjeld		
	11	Kortsiktig gjeld konsernselskap	58 490	125 714
	13	Gjeld til kredittinstitusjoner	404 016	192 196
	11	Leverandørgjeld	2 082	1 542
	12	Betalbar skatt	7 907	-
	8	Skyldige offentlige avgifter	1 496	12 797
		Foreslått utbytte	73 360	48 897
		Annen kortsiktig gjeld	12 836	7 380
		Sum kortsiktig gjeld	560 186	388 526
	Sum gjeld	1 099 993	983 258	
	SUM EGENKAPITAL OG GJELD	1 678 846	1 584 693	

Trondheim, 24. mars 2011

I styret for Polaris Media ASA

 KAARE M. GISVOLD STYRELEDER	 MARIT ARNSTAD	 FRODE NORDSETH	 TERJE ROLL DANIELSEN
 LISELOTT KILAAS	 BENTE SOLLID	 STIG EIDE SIVERTSEN	 TERJE EIDSVÅG
 BJØRN SLETVOLD	 GUDRUN GULLDAHL	 PER AXEL KOCH KONSRNSJEF	

Kontantstrømoppstilling

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner	2010	2009
Kontantstrømmer fra operasjonelle aktiviteter:		
Årsresultat før skattekostnad	63 644	1 159
Resultatandel datterselskaper	-107 922	-25 230
Ordinære avskrivninger	206	170
Pensjonskostnad uten kontanteffekt	2 184	374
Endring i kundefordringer	-5 519	-172
Endring i leverandørgjeld	540	-4 954
Endringer i konsernmellomværender	329 043	-393 307
Endring i andre omløpsmidler og andre gjeldsposter	-6 649	852
Netto kontantstrømmer fra operasjonelle aktiviteter	275 527	-421 108
Kontantstrømmer fra investeringsaktiviteter:		
Utbetalinger ved kjøp av varige driftsmidler	-3 028	-675
Utbetalinger ved kjøp av finansielle anleggsmidler	-17 836	-428
Gjeldskonvertering investeringer i finansielle anleggsmidler	-347 367	-287 770
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	-368 231	-288 873
Kontantstrømmer fra finansieringsaktiviteter:		
Innbetalinger ved opptak av ny langsiktig gjeld	0	572 353
Utbetalinger ved nedbetaling av langsiktig gjeld	-57 998	0
Utbetalinger av utbytte	-48 897	-44 008
Innbetaling av konsernbidrag	100 065	54 951
Utbetaling av konsernbidrag	-112 286	-65 794
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	-119 116	517 502
Netto endring i bankinnskudd, kontanter og lignende	-211 820	-192 479
Beholdning av bankinnskudd, kontanter og lignende pr 1.1.	-192 196	283
Beholdning av bankinnskudd, kontanter og lignende pr 31.12.	-404 016	-192 196

Note 1. Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapsloven av 1998 og god regnskapsskikk i Norge.

Hovedregel for vurdering og klassifisering av eiendeler og gjeld
Eiendeler bestemt til varig eie eller bruk er klassifisert som anleggsmidler. Andre eiendeler er klassifisert som omløpsmidler. Fordringer som skal tilbakebetales innen et år er klassifisert som omløpsmidler. Ved klassifisering av kortsiktig og langsiktig gjeld er tilsvarende kriterier lagt til grunn.

Omløpsmidler vurderes til laveste av anskaffelseskost og virkelig verdi.

Anleggsmidler vurderes til anskaffelseskost, men nedskrives til gjenvinnbart beløp dersom dette er lavere enn bokført verdi, og verdifallet ikke forventes å være forbigående. Anleggsmidler med begrenset økonomisk levetid avskrives planmessig.

Annen langsiktig gjeld og kortsiktig gjeld er vurdert til pålydende beløp.

Aksjer og andeler i tilknyttet selskap og datterselskap
Investeringer i datterselskaper vurderes etter egenkapitalmetoden. Morselskapets andel av resultatet er basert på resultatene etter skatt i de selskapene hvor man har investert med fradrag for interne gevinster og eventuelle avskrivninger på merverdi som skyldes at kostpris på aksjene var høyere enn den ervervede andelen av balanseført egenkapital. I resultatregnskapet er resultatandelene vist under finansposter.

Andre aksjer og andeler klassifisert som anleggsmidler
Aksjer i selskaper hvor selskapet ikke har betydelig innflytelse, er vurdert etter kostmetoden. Investeringene nedskrives til virkelig verdi ved verdifall som forventes ikke å være forbigående. Mottatt utbytte fra selskapene inntektsføres som annen finansinntekt.

Inntekter
Inntekt regnskapsføres når den er opptjent, altså når krav på vederlag oppstår. Dette skjer når tjenesten ytes, i takt med at arbeidet utføres. Inntektene regnskapsføres med verdien av vederlaget på transaksjonstidspunktet.

Fordringer
Kundefordringer og andre fordringer er oppført til pålydende etter fradrag for avsetning til forventet tap. Avsetning til tap gjøres på grunnlag av en individuell vurdering av de enkelte fordringene.

Bankinnskudd, kontanter og lignende
Bankinnskudd, kontanter og lignende inkluderer kontanter, bankinnskudd og andre betalingsmidler med forfallsdato som er kortere enn tre måneder fra anskaffelse.

Pensjoner
Innskuddsplaner periodiseres etter sammenstillingsprinsippet. Årets innskudd til pensjonsordningen kostnadsføres.

Pensjoner
En ytelsesplan er en pensjonsordning som ikke er en innskuddsplan. Ved regnskapsføring av pensjon som er ytelsesplan, kostnadsføres forpliktelsen over opptjeningstiden i henhold til planens opptjeningsformel. Allokeringemetode tilsvarer planens opptjeningsformel med mindre det vesentlige av opptjeningen skjer mot slutten av opptjeningsperioden. Lineær opptjening legges da til grunn. For pensjonsordninger etter lov om foretakspensjon anvendes således lineær opptjening.

Estimatavvik og virkningen av endrede forutsetninger amortiseres over forventet gjenværende opptjeningstid i den grad de overstiger 10 % av den største av pensjonsforpliktelsen og pensjonsmidlene (korridor). Virkningen av planendringer med tilbakevirkende kraft som ikke er betinget av fremtidig ansettelse, innregnes i resultatregnskapet umiddelbart. Planendringer med tilbakevirkende kraft som er betinget av fremtidig ansettelse, fordeles lineært over tiden frem til ytelsen ikke lenger er betinget av fremtidig ansettelse.

For opptjeningsbaserte uføreytelser som er en separat plan, vil effekten av eventuelle estimatavvik og planendringer resultatføres umiddelbart.

Netto pensjonsforpliktelse er differansen mellom nåverdien av pensjonsforpliktelsene og verdien av pensjonsmidler som er avsatt for betaling av ytelsene. Pensjonsmidlene vurderes til virkelig verdi. Måling av pensjonsforpliktelse og pensjonsmidler gjennomføres på balansedagen. Arbeidsgiveravgift er inkludert i tallene, og er beregnet av netto faktisk underfinansiering. AFP-forpliktelser innenfor LO/NHO-ordningen er en ytelsesbasert flerforetaksordning, men som regnskapsføres som en innskuddsbasert ordning da den ikke er målbar.

Kostnader
Kostnader regnskapsføres som hovedregel i samme periode som tilhørende inntekt. I de tilfeller det ikke er en klar sammenheng mellom utgifter og inntekter, fastsettes fordelingen etter skønnsmessige kriterier. Øvrige unntak fra sammenstillingsprinsippet er angitt der det er aktuelt.

Skatter
Skattekostnaden sammenstilles med regnskapsmessig resultat før skatt. Skatt knyttet til egenkapitaltransaksjoner er ført mot egenkapitalen. Skattekostnaden består av betalbar skatt (skatt på årets direkte skattepliktige inntekt) og endring i netto utsatt skatt. Utsatt skatt og utsattskattefordel er presentert netto i balansen.

Note 2. Lønnskostnad, antall ansatte, godtgjørelser, lån til ansatte m.m.

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner	Lønnskostnad	2010	2009
	Lønn	19 476	7 836
	Folketrygdavgift	2 158	273
	Pensjonskostnader	1 875	1 274
	Andre ytelser	240	5 059
	Sum	23 749	14 442
	Antall årsverk sysselsatt i regnskapsåret	24	4

Ytelser til ledende personer

	Lønn	Pensjonskostnader	Annen godtgjørelse
Konsernsjef	2 371	1 218	273
Styret	-	-	1 771

Prestasjonslønn (bonus) er for konsernsjef maksimert til summen av tre månedslønner. Herav er 50% knyttet til resultatoppgnåelse og 50% knyttet til styrets diskresjonære vurdering av oppnådde resultater. For øvrige ledende ansatte utgjør maksimal bonus to månedslønninger.

Konsernsjef har kollektive og individuelle pensjonsordninger som fremgår av inngått arbeidsavtale. Det er avtalt tilleggspensjon på 66% for konsernsjef av lønn over 12 G. Det er avtalt anledning til å gå av med førtidspensjon ved 60 år med 70% av lønn.

Alle ansatte foruten konsernsjef har innskuddsbasert pensjonsordning på 12% av lønn over 12 G.

Konsernsjef har etterlønsordning hvor lønnsbetingelsene skal opprettholdes i inntil 24 måneder (inkludert oppsigelsestid) dersom arbeidsforholdet avsluttes fra bedriftens side og dette skyldes annet enn vesentlig mislighold av ansettelsesavtalen.

Lån og sikkerhetsstillelse til fordel for ansatte

	Lån	Sikkerhetsstillelse
Lån og sikkerhetsstillelse til fordel for ansatte	247	267

Revisor

Godtgjørelse til Deloitte AS og samarbeidende selskaper fordeler seg slik:

	2010	2009
Lovpålagt revisjon	230	365
Andre tjenester utenfor revisjon	1 036	2 704

Note 3. Varige driftsmidler

Polaris Media ASA	
Alle tall i tusen kroner	Driftsløsøre, inventar, verktøy o.l.
Anskaffelseskost 1.1.10	851
Tilgang kjøpte driftsmidler	3 028
Avgang	-
Anskaffelseskost 31.12.10	3 879
Herav balanseførte lånekostnader egentilvirkede driftsmidler	-
Oppskrevet før 1.1.99	-
Akk. avskrivninger 31.12.10	552
Netto akkumulerte og reverserte nedskrivninger 31.12.10	-
Akk. avskrivninger, nedskrivninger og reverserte nedskrivninger 31.12.10	552
Bokført verdi pr. 31.12.10	3 327
Årets avskrivninger	206
Økonomisk levetid	3 – 5 år
Avskrivningsplan	lineær

Note 4. Datterselskap

Polaris Media ASA						
Alle tall i tusen kroner	Adresseavisen Gruppen AS	Harstad Tidende Gruppen AS	Polaris Trykk AS	Polaris Eiendom AS	Polaris Media Nordvestlandet AS	Sum
Anskaffelseskostnad (stiftelse)	150	125	125	525	130	1 055
Balanseført egenkapital på kjøpstidspunktet	150	125	125	525	130	1 055
Beregning årets resultatandel:						
Andel årets resultat	70 418	10 758	51 158	-27 775	3 363	107 922
Tilbakeføring/reversering negativ verdi			-			-
Resultatandel	70 418	10 758	51 158	-27 775	3 363	107 922
Periodens bevegelser:						
Inngående balanse 1.1.2010	125 025	84 588	97 381	112 541	90 967	510 502
Tilgang		-			-	-
Resultatandel	70 418	10 758	51 158	-27 775	3 363	107 922
Konsernbidrag	-11 722	23 891	13 502	-	-5 458	20 213
Kapitalforhøyelser	85 202	86 356	175 809	-	-	347 367
Andre endringer i løpet av året	-	1 102	1 835	-	-209	2 728
Tilbakeføring negativ verdi – mot egenkapitalen						-
Utgående balanse 31.12.10	268 923	206 695	339 685	84 766	88 663	988 730

Note 5. Investering i aksjer og andeler

Polaris Media ASA			
Alle tall i tusen kroner	Anleggsmidler:	Eierandel	Balanseført verdi
	Trønder-Avisa AS	10,08 %	17 836

Note 6. Fordringer med forfall senere enn ett år

Polaris Media ASA			
Alle tall i tusen kroner		2010	2009
	Kundefordringer	-	-
	Andre fordringer	10 458	10 360
	Lån til foretak i samme konsern	566 580	964 714

Note 7. Aksjekapital og aksjonærinformasjon

Polaris Media ASA				
Hver aksje har 1 stemme i selskapets generalforsamling. Ifølge vedtektene kan ingen på egne eller andres vegne til sammen stemme for flere enn en femtedel av de på generalforsamlingen representerte aksjer. Vedtektene har også en konsolideringsbestemmelse, slik at ved anvendelse av reglene om beregning av stemmetak, regnes like med aksjonærens egne aksjer, aksjer som eies av aksjonærens nærstående. Endring av vedtektenes bestemmelse om redaksjonell plattform krever minst 3/4 flertall så vel av avgitte stemmer som av den aksjekapital som er representert på generalforsamlingen.	Aksjekapitalen i selskapet pr 31.12.10 består av følgende aksjeklasser:	Antall	Pålydende	Bokført
	A-aksjer	48 897 418	1	48 897 418

Eierstruktur

De største aksjonærene i selskapet pr 31.12.10 var:

	Aksjer	Sum	Eierandel
SEB Enskilda ASA	15 751 236	15 751 236	32,21 %
Roll Severin Co AS konkursbo	9 198 684	9 198 684	18,81 %
Must Invest AS	7 188 764	7 188 764	14,70 %
Schibsted ASA	3 471 716	3 471 716	7,10 %
Sparebanken Midt-Norge Invest AS	2 265 824	2 265 824	4,63 %
DNB Nor ASA	2 000 000	2 000 000	4,09 %
Asker og Bærum Budstikke ASA	931 106	931 106	1,90 %
Gyldendal ASA	924 000	924 000	1,89 %
Harstad Sparebank	823 936	823 936	1,69 %
Base Midt-Norge AS	488 268	488 268	1,00 %
Sum eiere med minst 1 % eierandel	43 043 534	43 043 534	88,02 %
Sum øvrige eiere	5 853 884	5 853 884	11,97 %
Totalt antall aksjer	48 897 418	48 897 418	100 %

Aksjer og opsjoner eiet av medlemmer i styret og ledende ansatte:

Navn	Verv	Antall aksjer
Per Axel Koch	Konsernsjef	136 994
Kaare M. Gisvold	Styreleder Polaris Media ASA	79 618

Note 8. Egenkapital

Polaris Media ASA				
Alle tall i tusen kroner	Innskutt egenkapital	Aksjekapital	Overkursfond	Annen innskutt egenkapital
	Egenkapital 1.1.10	48 897	256 383	-
	Årets endring i egenkapital:			
	Mottatt/avgitt konsernbidrag	-	-	-
	Egenkapital 31.12.10	48 897	256 383	-

	Fond for vurderingsforskjeller	Annen egenkapital	Sum opptjent egenkapital
Opptjent egenkapital	66 889	229 266	296 155
Egenkapital 1.1.10			
Årets endring i egenkapital:			
Kjøp/ salg av egne aksjer	-	-	-
Årets resultat	130 863	-82 827	48 036
Avsatt utbytte	-	-73 346	-73 346
Andre endringer	-	2 728	2 728
Egenkapital 31.12.10	197 752	75 821	273 573

Foretaket er pliktig til å ha tjenestepensjonsordning etter lov om obligatorisk tjenestepensjon, og har pensjonsordning som tilfredsstiller kravene i denne loven.

Selskapet regnskapsfører pensjoner i samsvar med IAS 19, med bakgrunn i NRS 6 A.

Ytelsesbasert ordning er dekket i Adresseavisen Pensjonskasse. Alderspensjonen er 66 % av pensjonsgrunnlaget til og med fylte 78 år, deretter 62 %. Pensjonsalder er 67 år. Polaris Media ASA hadde ved årsslutt 22 ansatte i den kollektive ordningen.

I tillegg har selskapet udekkede pensjonsforpliktelser (usikret) og tilleggspensjon for alle ansatte med lønn over 12G, se note 2.

Økonomiske forutsetninger for beregning av pensjonskostnad:

	2010	2009
Diskonteringsrente	4,40 %	4,30 %
Forventet avkastning	5,60 %	6,30 %
Lønnsregulering	4,25 %	4,50 %
G-regulering	4,00 %	4,25 %

Aktuarmessige forutsetninger:

Standard norsk tabellverk (K2005 og IR02) for dødelighet m.m. er benyttet for beregningen.

Avgang for nådd pensjonsalder:
2,0 % årlig for ansatte under 40 år
0,0 % årlig for ansatte over 40 år

I samsvar med veiledning til pensjonsforutsetninger utgitt av NRS har selskapet for utgående verdier benyttet følgende forutsetninger:

Diskonteringsrente	3,20 %
Forventet avkastning	4,60 %
Lønnsregulering	4,00 %
G-regulering	3,75 %
Regulering av pensjoner	0,30 %

Pensjonsmidler (sikret ordning)

Alle tall i tusen kroner

	2010	2009
Årets pensjonskostnad er sammensatt slik:		
Årets pensjonsopptjening	609	144
Rentekostnad	280	114
Avkastning på pensjonsmidler	-243	-99
Amortisering av estimeringstap / (gevinst)	-9	0
Amortisering planendring	0	0
Adm. kostnader	0	0
Arbeidsgiveravgift	91	23
Pensjonskostnad sikret ordning	728	182
Medlemsinnskudd fra ansatte	-170	-54
Årets endringer i brutto pensjonsforpliktelse:		
Brutto pensjonsforpliktelse 1.1.	-2 850	-2 662
Tilgang ved oppkjøp / fusjon	0	0
Nåverdien av årets pensjonsopptjening	-609	-144
Rentekostnad av pensjonsforpliktelsen	-280	-114
Aktuariell tap/gevinst	-1 154	70
Implementering/overføring	-3 522	0
Utbetalinger	0	0
Oppgjør/avkortning	0	0
Brutto pensjonsforpliktelse 31.12.	-8 415	-2 850
Årets endringer i brutto pensjonsmidler:		
Brutto pensjonsmidler 1.1.	2 132	1 416
Tilgang ved oppkjøp / fusjon		0
Forventet avkastning på pensjonsmidler	243	99
Aktuariell tap/gevinst	-251	284
Utbetalinger	0	0
Utbetalinger over drift	0	0
Implementering/overføring/oppgjør	1 954	0
Premieinnbetalinger	513	333
Virkelig verdi pensjonsmidler 31.12.	4 591	2 132
Netto pensjonsmidler/pensjonsforpliktelse (-)		
Ikke resultatført estimatavvik	1 175	-438
Ikke resultatført planendring	0	0
Arbeidsgiveravgift	-539	-101
Netto balanseførte pensjonsmidler 31.12.	-3 188	-1 256
Herav:		
Netto midler sikret ordning	0	0
Netto forpliktelse sikret ordning	-3 188	-1 256
Netto	-3 188	-2 668
Midler ufondert ordning		
	3 429	2 541
Endring i midlene:		
Netto balanseførte pensjonsmidler 1.1.	-1 256	-1 422
Årets pensjonskostnad	-728	-182
Implementering/overføring/oppgjør	-1 789	0
Utbetalinger over drift, inkl AGA	0	0
Innbetalinger, inkl AGA	585	348
Netto balanseførte pensjonsmidler (+)/ forpliktelse (-) 31.12.	-3 188	-1 256

Note 9. forts.

Polaris Media ASA

Pensjonsmidler (usikret ordning – ingen midler)

Alle tall i tusen kroner

	2010	2009
Årets pensjonskostnad er sammensatt slik:		
Årets pensjonsopptjening	39	46
Rentekostnad	926	858
Amortisering av estimeringstap / (gevinst)	58	38
Arbeidsgiveravgift	136	128
Total pensjonskostnad	1 159	1 070
Årets endringer i brutto pensjonsforpliktelse:		
Brutto pensjonsforpliktelser 1.1.	21 046	19 956
Nåverdien av årets pensjonsopptjening	39	46
Rentekostnad av pensjonsforpliktelsen	926	858
Arbeidsgiveravgift	0	0
Aktuariell tap/gevinst	5 036	236
Utbetalinger	0	0
Brutto pensjonsforpliktelse 31.12.	27 047	21 096
Brutto pensjonsforpliktelse 31.12.	27 047	21 096
Ikke resultatførte estimatavvik	-8 632	-2 949
Arbeidsgiveravgift	3 814	2 975
Balanseført pensjonsforpliktelse 31.12.	22 229	21 122
Endring i forpliktelsen:		
Netto balanseført pensjonsforpliktelse 1.1.	21 069	20 052
Årets pensjonskostnad	1 159	1 070
Inn-/ utbetalinger	0	0
Netto balanseførte pensjonsforpliktelser 31.12.	22 228	21 122
Spesifikasjon årets pensjonskostnad		
Pensjonskostnad sikret ordning – helår	728	182
Medlemsinnskudd fra ansatte – helår	0	-54
Pensjonskostnad usikret ordning – helår	1 159	1 070
Innskuddspensjoner – helår	0	76
Omklassifisert som omstillingskostnader	0	0
Sum pensjonskostnader	1 887	1 274
Oppsummering pensjonsmidler		
Netto midler sikret ordning	0	0
Midler ufondert ordning	3 429	2 541
Innskuddsfond	0	0
Sum balanseførte pensjonsmidler	3 429	2 541
Oppsummering pensjonsforpliktelse		
Netto forpliktelse sikret ordning	3 188	1 256
Forpliktelse usikret ordning	22 228	21 122
Sum balanseførte pensjonsforpliktelser	25 417	22 379

I tillegg er det foretatt avsetning til avkorting av AFP-forpliktelse for kr 34 000 pr 31.12.2010.

Note 10. Annen langsiktig gjeld

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner

Gjeld som forfaller mer enn fem år etter regnskapsårets slutt:

	2010	2009
Gjeld til kredittinstitusjoner	190 915	247 011
Øvrig langsiktig gjeld	-	-
Sum annen langsiktig gjeld	190 915	247 011

Rentesikring

Per årsskiftet er ca. 63 % av rentebærende langsiktig gjeld sikret med fastrente, mens resten av lånet er basert på flytende rente.

Fastrenteavtaler

Det ble i 2009 inngått en femårs avtale med fastrente på 3,6 % (restgjeld 325 mill).

Forfallsstruktur og vilkår

Lånene forfaller kvartalsvis, og årlige avdrag er gjengitt nedenfor.

	2011	2012	2013	2014	2015	Etter 2015
Forfallsstruktur gjeld	35 936	71 876	71 876	71 876	71 876	190 915

Polaris Media ASA tok i 2009 opp et lån på NOK 575 mill i forbindelse med oppkjøp av enheter på Nordvestlandet. Det er følgende vilkår knyttet til lånet:

- Fire ganger rullerende EBITDA inkl utbytte skal være høyere enn netto rentebærende gjeld.
- Egenkapitalgraden for konsernet skal være høyere enn 32,5 % ved årsskiftet.

Polaris Media ASA har betalt all gjeld ved forfall og er ikke i strid med vilkårene i låneavtalene.

Note 11. Mellomværende med selskap i samme konsern m.v.

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner

	Kundefordringer		Andre fordringer	
	2010	2009	2010	2009
Foretak i samme konsern	5 314	-	643 252	1 055 369
	Leverandørgjeld		Annen kortsiktig gjeld	
	2010	2009	2010	2009
Foretak i samme konsern	1 283	-	58 490	125 714

Note 12. Skattekostnad

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner		
Årets skattekostnad fremkommer slik:	2010	2009
Betalbar skatt	15 767	10 565
Endring i utsatt skatt	-159	657
Virkning av endring i skatteregler	-	
Skattekostnad	15 607	11 221
Betalbar skatt i balansen fremkommer som følger:		
Årets betalbare skattekostnad	15 767	10 565
Skatt på avgitt konsernbidrag	-7 860	-10 565
Betalbar skatt i balansen	7 907	-
Avstemming fra nominell til faktisk skattesats:		
Årsresultat før skatt	63 644	1 159
Forventet inntektsskatt etter nominell skattesats (28 %)	17 820	325
Skatteeffekten av følgende poster:		
Andre ikke fradragsberettigede kostnader	265	-1 520
Realisasjon fisjonsfordring ved konvertering	27 740	19 565
Emisjons- og stiftelseskostnader	-	-83
Resultatandel i datterselskaper	-30 218	-7 064
Virkning av endringer i skatteregler og -satser	-	-
Andre poster	-	-
Skattekostnad	15 607	11 221
Effektiv skattesats	25 %	968 %

Spesifikasjon av skatteeffekten av midlertidige forskjeller og underskudd til fremføring:

	2010		2009	
	Fordel	Forpliktelse	Fordel	Forpliktelse
Driftsmidler	-	2	25	-
Fordringer	-	501	-	853
Pensjonsforpliktelser	6 166	-	5 555	-
Kortsiktig gjeld	-	724	53	-
Sum	6 166	1 227	5 633	853
Ikke balanseført utsatt skattefordel	-	-	-	-
Netto utsatt fordel/forpliktelse i balansen	4 939	-	4 779	-

Utsatt skattefordel er oppført med utgangspunkt i fremtidig inntekt.

Note 13. Pantstillelser og garantier m.v.

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner

Bokført gjeld som er sikret ved pant og lignende		
	2010	2009
Gjeld til kredittinstitusjoner	918 371	764 549
Øvrig langsiktig gjeld	-	-
Sum	918 371	764 549

Bokført verdi av eiendeler stilt som sikkerhet for bokført gjeld		
	2010	2009
Fordringer	643 252	1 055 369
Aksjer i datterselskap	988 730	510 501
Øvrige	-	-
Totalt	1 631 982	1 565 870

Garantiansvar		
	2010	2009
Garantiansvar	19 781	-

De fleste selskapene i Polaris Media-konsernet er deltakere i en konsernkontoordning hvor morselskapet Polaris Media ASA er hovedkontoinnehaver. Alle deltakerne er solidarisk ansvarlig overfor det til en hver tid utestående på konsernkontoen. Det er etablert en felles trekkrettighet på konsernkontoen på NOK 80 mill.

Note 14. Sensitivitetsanalyse markedsrisiko

Polaris Media ASA

Alle tall i tusen kroner

Nedenfor følger en analyse av hvordan selskapets resultater blir påvirket av variasjoner i rente. Selskapets finansielle eiendeler og forpliktelser er i meget liten grad eksponert for endringer i valuta eller andre markedsfaktorer.

Påvirkning på resultat / egenkapital i selskapet 2010:	+ 1 %-poeng	- 1 %-poeng
Endring i rente	-118	118

Påvirkning på resultat / egenkapital i selskapet 2009:	+ 1 %-poeng	- 1 %-poeng
Endring i rente	3 856	-3 856

Til generalforsamlingen i Polaris Media ASA

REVISORS BERETNING

Uttalelse om årsregnskapet

Vi har revidert årsregnskapet for Polaris Media ASA som består av selskapsregnskap og konsernregnskap. Selskapsregnskapet består av balanse per 31.12.2010, resultatregnskap og kontantstrømoppstilling for regnskapsåret avsluttet per denne datoen, og en beskrivelse av vesentlige anvendte regnskapsprinsipper og andre noteopplysninger. Konsernregnskapet består av oppstilling av finansiell stilling per 31.12.2010, oppstilling av totalresultat, egenkapitaloppstilling og kontantstrømanalyse for regnskapsåret avsluttet per denne datoen, og en beskrivelse av vesentlige anvendte regnskapsprinsipper og andre noteopplysninger.

Styret og daglig leders ansvar for årsregnskapet

Styret og daglig leder er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet og for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge for selskapsregnskapet og i samsvar med International Financial Reporting Standards som fastsatt av EU, for konsernregnskapet, og for slik intern kontroll som styret og daglig leder finner nødvendig for å muliggjøre utarbeidelsen av et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil.

Revisors oppgaver og plikter

Vår oppgave er å gi uttrykk for en mening om dette årsregnskapet på bakgrunn av vår revisjon. Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder International Standards on Auditing. Revisjonsstandardene krever at vi etterlever etiske krav og planlegger og gjennomfører revisjonen for å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon.

En revisjon innebærer utførelse av handlinger for å innhente revisjonsbevis for beløpene og opplysningene i årsregnskapet. De valgte handlingene avhenger av revisors skjønn, herunder vurderingen av risikoene for at årsregnskapet inneholder vesentlig feilinformasjon, enten det skyldes misligheter eller feil. Ved en slik risikovurdering tar revisor hensyn til den interne kontrollen som er relevant for selskapets utarbeidelse av et årsregnskap som gir et rettviseende bilde. Formålet er å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av selskapets interne kontroll. En revisjon omfatter også en vurdering av om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimaterne utarbeidet av ledelsen er rimelige, samt en vurdering av den samlede presentasjonen av årsregnskapet.

Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon om selskapsregnskapet og vår konklusjon om konsernregnskapet.

Konklusjon om selskapsregnskapet

Etter vår mening er morselskapets årsregnskap avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av den finansielle stillingen til Polaris Media ASA per 31.12.2010 og av selskapets

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu, a Swiss Verein, and its network of member firms, each of which is a legally separate and independent entity. Please see www.deloitte.com/norway for a detailed description of the legal structure of Deloitte Touche Tohmatsu and its member firms.

Member of Deloitte Touche Tohmatsu

Medlemmer av Den Norske Revisorforening
org.nr: 980 211 252

resultater og kontantstrømmer for regnskapsåret som ble avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

Konklusjon om konsernregnskapet

Etter vår mening er konsernregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av den finansielle stillingen til konsernet Polaris Media ASA per 31.12.2010 og av konsernets resultater og kontantstrømmer for det avsluttede regnskapsåret i samsvar med International Financial Reporting Standards som fastsatt av EU.

Uttalelse om øvrige forhold

Konklusjon om årsberetningen og anvendelse av overskuddet

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, mener vi at opplysningene i årsberetningen om årsregnskapet og forutsetningen om fortsatt drift, samt forslaget til anvendelse av overskuddet, er i samsvar med lov og forskrifter og at opplysningene er konsistent med årsregnskapet.

Konklusjon om registrering og dokumentasjon

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendig i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller begrenset revisjon av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av selskapets regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Trondheim, 24. mars 2011
Deloitte AS



Karl O. Sanderød
statsautorisert revisor



7003 Trondheim
www.polarismedia.no

e-post:
firmapost@polarismedia.no

Foto: Ole Morten Melgård
Tekst side 18–31 og 36–47: Anne-Lise Aakervik

Polaris Medias historie

Selv om Polaris Media ASA er et ungt selskap, har selskapene i konsernet en lang historie:

- 1767:**
Adresseavisen grunnlegges med det daværende navnet *Trondhiems Adresse-Contoirs Efterretninger*
- 1843:**
Romsdals Budstikke grunnlegges
- 1882:**
Sunnmørsposten grunnlegges med det daværende navnet *Søndmørsposten*
- 1887:**
Harstad Tidende grunnlegges med det daværende navnet *Senjens Tidende*
- 1973:**
Oppstart av nytt trykkeri på Heimdal
- 1989:**
Oppstart av nytt trykkeri i Ålesund
- 1992:**
Adresseavisen børsnoteres
- 1995:**
Brønnøysunds Avis er første norske avis på internett
- 1996:**
Oppstart av nytt trykkeri i Harstad
- 1998:**
Adresseavisens trykkeri på Heimdal utvides med nytt trykkeri- og pakkerianlegg
- 2000:**
Harstad Tidende Gruppen AS etableres
- 2007:**
De første samtalene om fusjon mellom Adresseavisen ASA og Harstad Tidende Gruppen AS gjennomføres
- 2008:**
Kjøp av 50 % av aksjene i Norsk Avisdrift (Byavisa)
Adresseavisen ASA og Harstad Tidende Gruppen AS fusjoneres og Polaris Media ASA etableres og børsnoteres
- 2009:**
Oppstart av nytt trykkeri på Orkanger
Kjøp av Edda Medias enheter på Nordvestlandet
Kjøp av Andøyposten og Altaposten
Etablering av ukeavisen iBalsfjord
- 2010:**
Kjøp av Sortlandsavisa, Vesteraalens Avis og Herøynytt
Kjøp av 10,1 % av aksjene i Trønder-Avisa

