



POLARISMEDIA

Presentasjon av resultater 1. kvartal 2015

Investorpresentasjon, 30. april 2015

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Per Olav Monseth

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Agenda

- Konsernet i 1. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

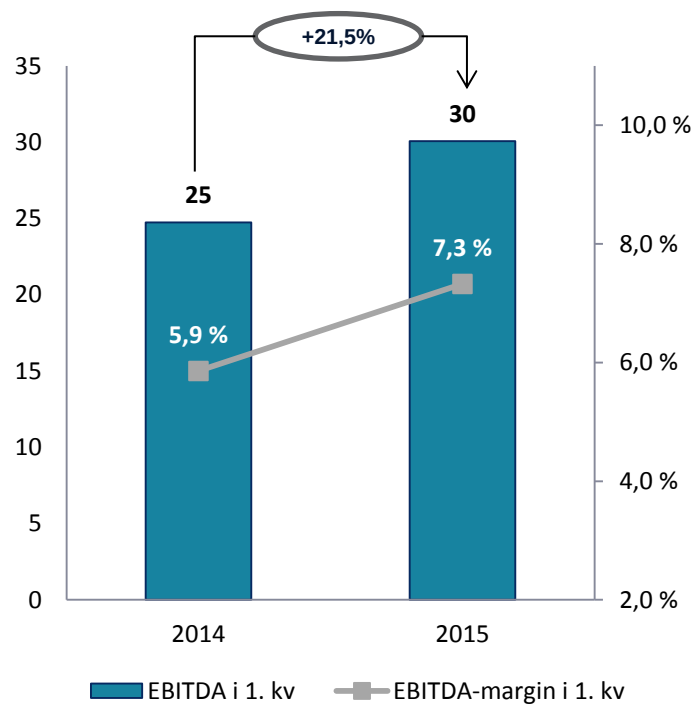
Resultatframgang med EBITDA i første kvartal på 30 (25) mill. og margin på 7,3% (5,9%)

- Samlede annonseinntekter ned 2%, fordelt på 8% ned i annonseinntekter papir og 17% vekst i digitale annonseinntekter. Sterk prestasjon i annonsemarkedet, til tross for et fortsatt krevende stillingsmarked, og til dels eiendomsmarked.
- Abonnementsinntektene i balanse mot fjoråret som følge av innføring av *Pluss-løsninger* og nye produktpakker i de største mediehusene. Løssalg vokser som følge av at prisøkninger mer enn kompenserer for fallet i volum.
- Krevende markedssituasjon for Polaris Trykk med lavere avisvolum og lavere priser. Betydelig omstilling og effektivisering håndteres bra. Trykking av VG i Polaris Trykk Trondheim bortfaller i midten av juni 2015.
- De samlede kostnadstiltakene kompenserer for mer enn inntektssvikten og gir resultatfremgang.
- Avviklet de siste ytelsesbaserte pensjonsordningene i lokale mediehus i Adresseavisen Gruppen fra 1.1.2015. Avviklingen gav en positiv regnskapsmessige engangseffekt på 22,5 mill. i første kvartal.
- Kjøpet av mediehusene Stjørdalens Blad AS, Malvik Bladet AS og Opdalingen AS inkludert i regnskapet med virkning fra 1.1.2015.

Resultatframgang i 1. kvartal

EBITDA og EBITDA-margin i 1. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



Omsetning i 1. kvartal:

422

410

EBITDA ekskl. TS/FKV

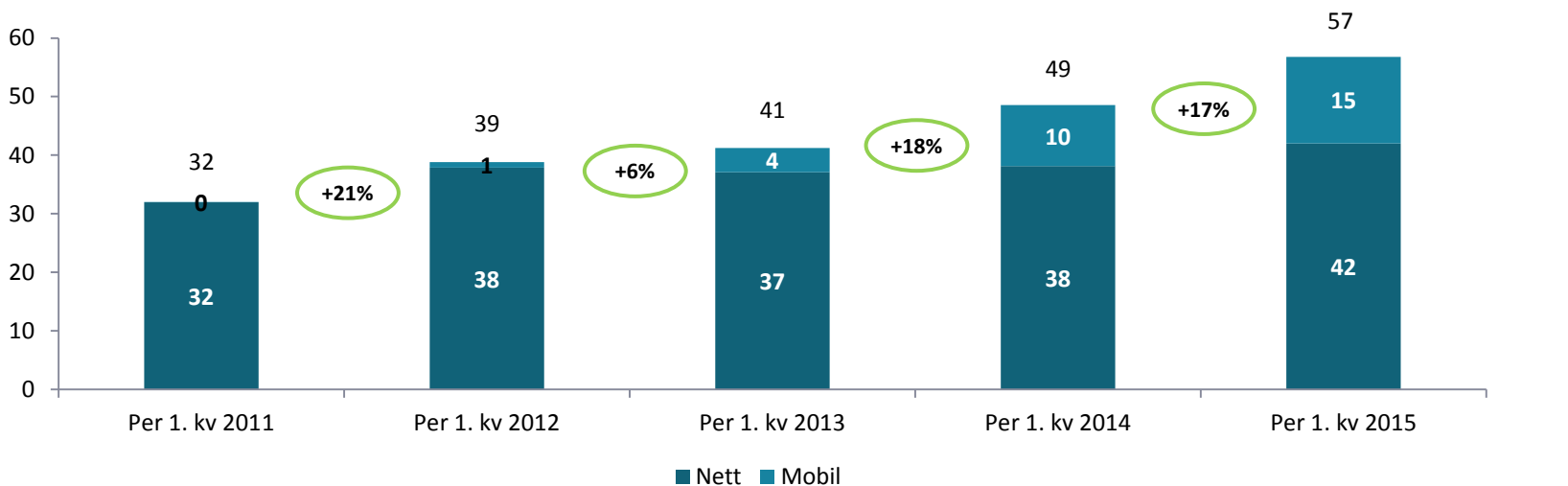
15

18

17% vekst i digitale annonseinntekter i 1. kvartal

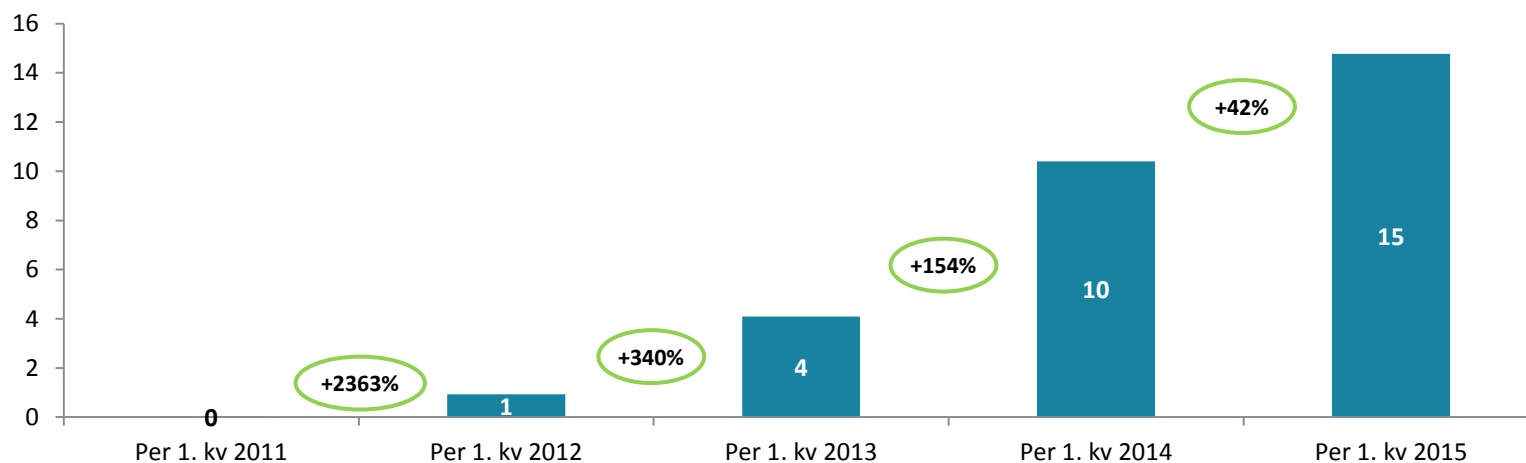
Digitale annonseinntekter

Per 1. kvartal 2009-2014, NOK millioner



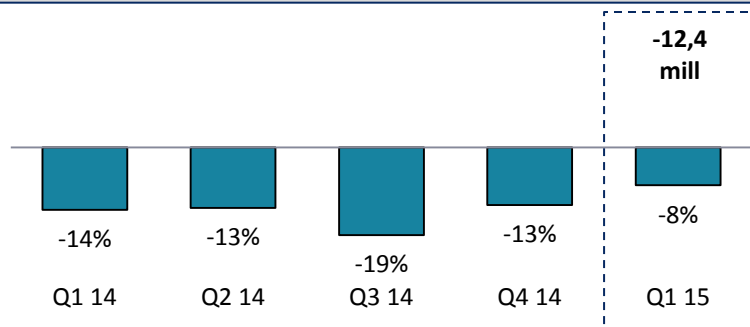
Annonseinntekter mobil

Per 1. kvartal 2009-2014, NOK millioner

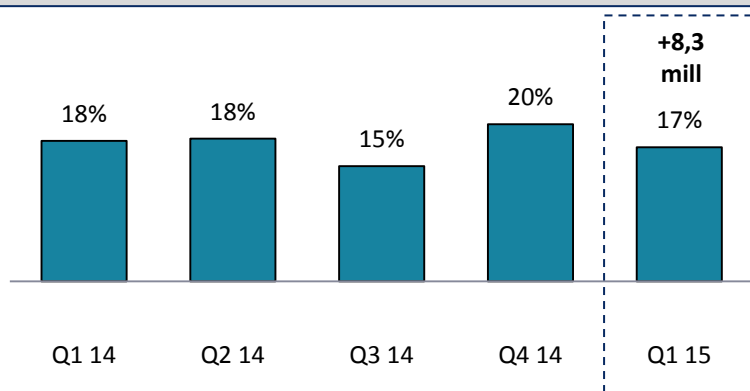


17% digital annonseinntektsvekst og 8% nedgang i papirbaserte annonseinntekter, gir 2% nedgang i samlede annonseinntekter i 1. kvartal

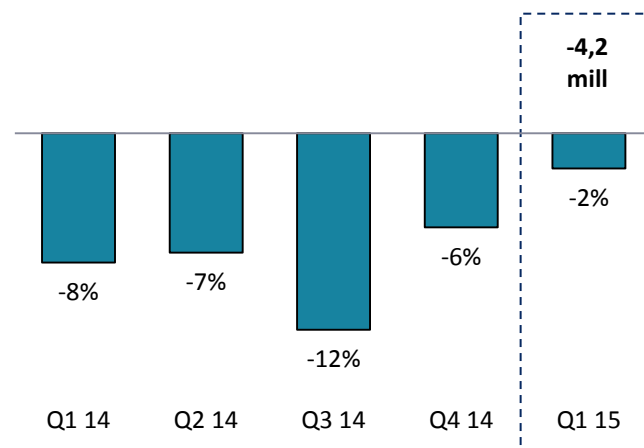
Relativ utvikling i annonseinntekter
fra samme kvartal året før (papir)



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



Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra
samme periode året før:

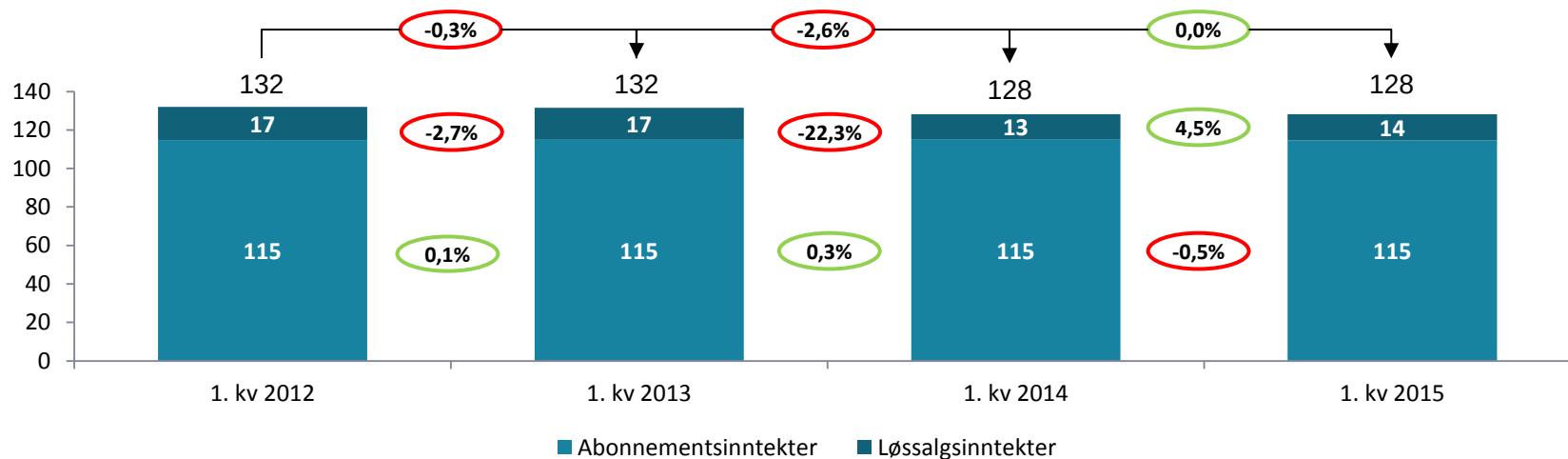


Opplagsinntekter likt med fjoråret i 1. kvartal drevet av innføring av Pluss-løsninger, nye produktpakker og prisøkninger

○ Vekst mot fjoråret
○ Nedgang mot fjoråret

Opplagsinntekter

I 4. kvartal 2012-2014, NOK millioner

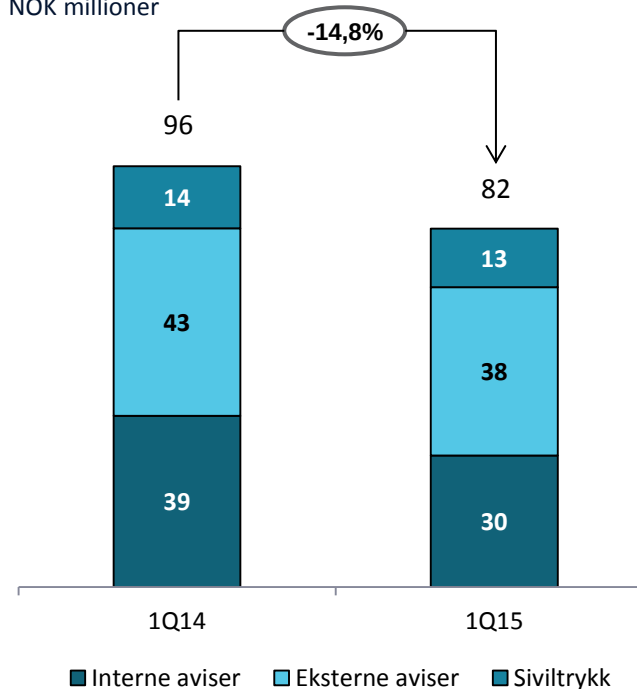


Opplagsvolum ned 4,8%, hvorav 10% fall i løssalg

Krevende markedsutvikling for Polaris Trykk som følge av generell nedgang i avisvolum og lavere priser.

Trykkeriinntekter Polaris Trykk i 1. kvartal

NOK millioner



EBITDA:

21

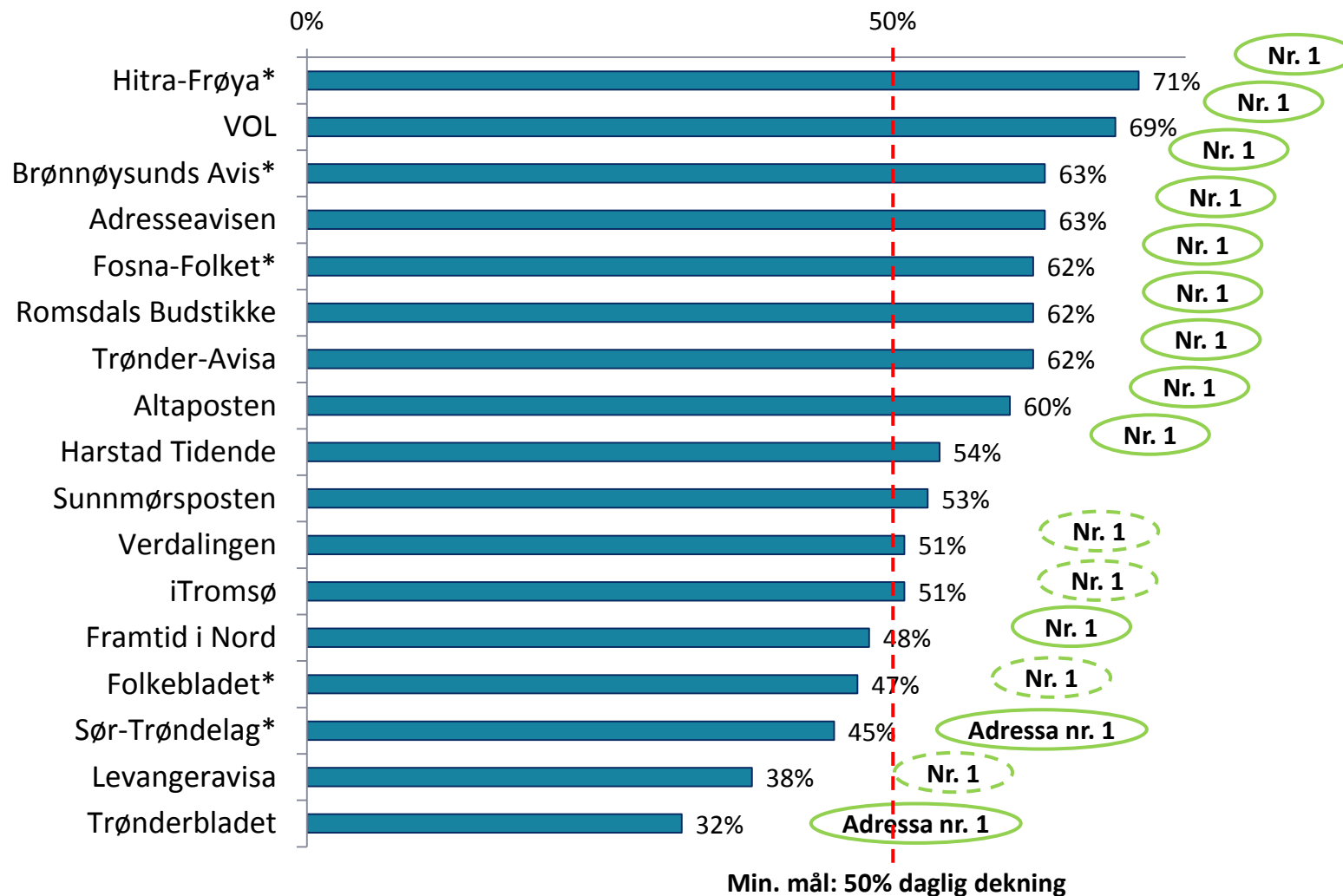
12

- Fortsatt effektivisering og omstilling i trykkeriene som følge av lavere volumer og prispress.
- Tregt siviltrykkmarked gir begrenset nysalg i første kvartal. Nye kontrakter vil bidra positivt i andre kvartal
- Ny presse og produksjon på glanset papir gir nye inntektsmuligheter i Polaris Trykk Trondheim.
- Nye prismodeller til interne mediehus i 2015 flytter resultater fra trykk til mediehusene

Mediehusene styrker sine digitale brukerposisjoner ytterligere i 1. kvartal

Daglig digital dekning i kjernemarkedet

Norfakta, 1. kvartal 2015 sortert etter daglig digital dekning i utgiverkommune

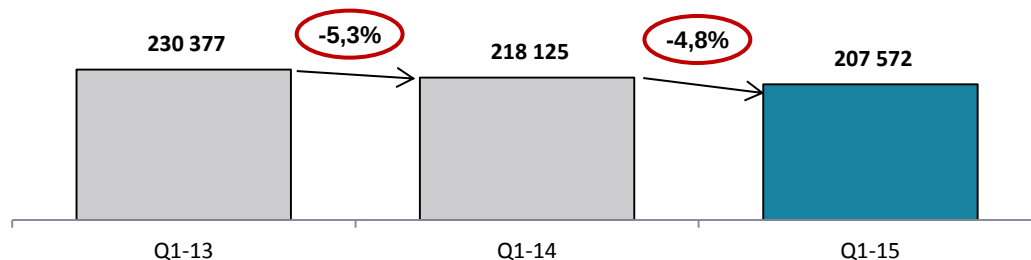


Samlet brukerposisjon styrkes som følge av sterk vekst på mobil

 Vekst mot fjoråret
 Nedgang mot fjoråret

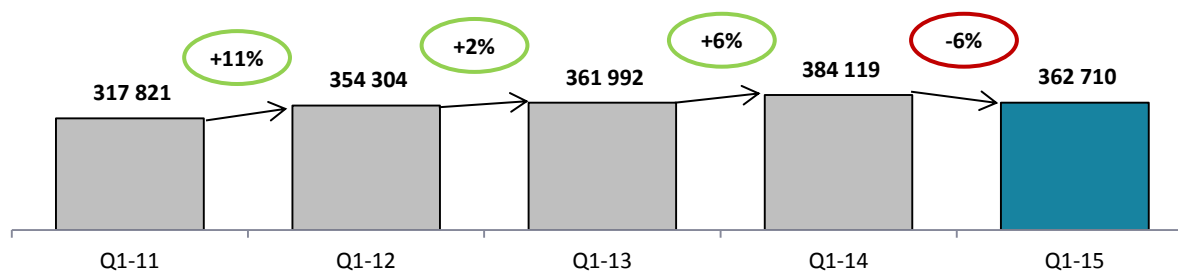
Opplagsnedgang

Historiske opplagstall per 1. kvartal



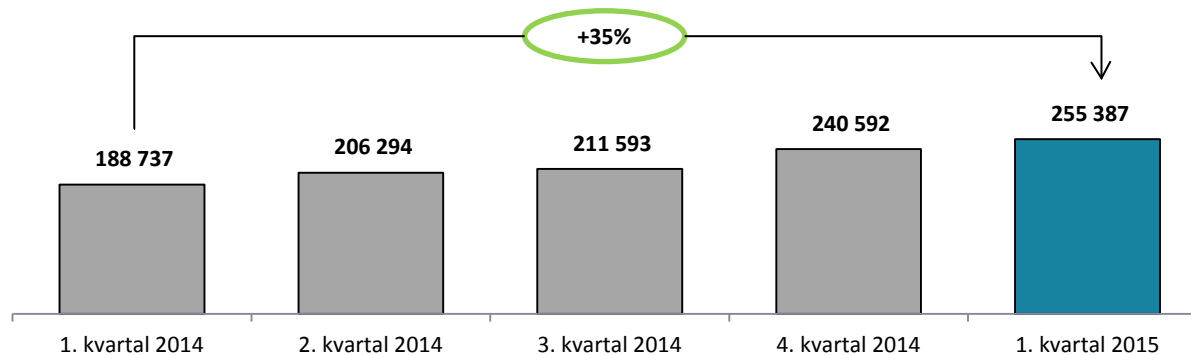
Nedgang i daglige unike nettbrukere i Polaris Media

Snitt daglige brukere i 1. kvartal 2011-2015, målt brutto antall brukere



God trafikkvekst på konsernets mobilsider

Brutto unike daglige brukere, snitt fra 1. kvartal 2014 til 1. kvartal 2015



Fem strategiske satsningsområder

Våre styrker:

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

Strategiske fokusområder:



Mediemarkedet er i endring, men god journalistikk er kjernen i virksomheten

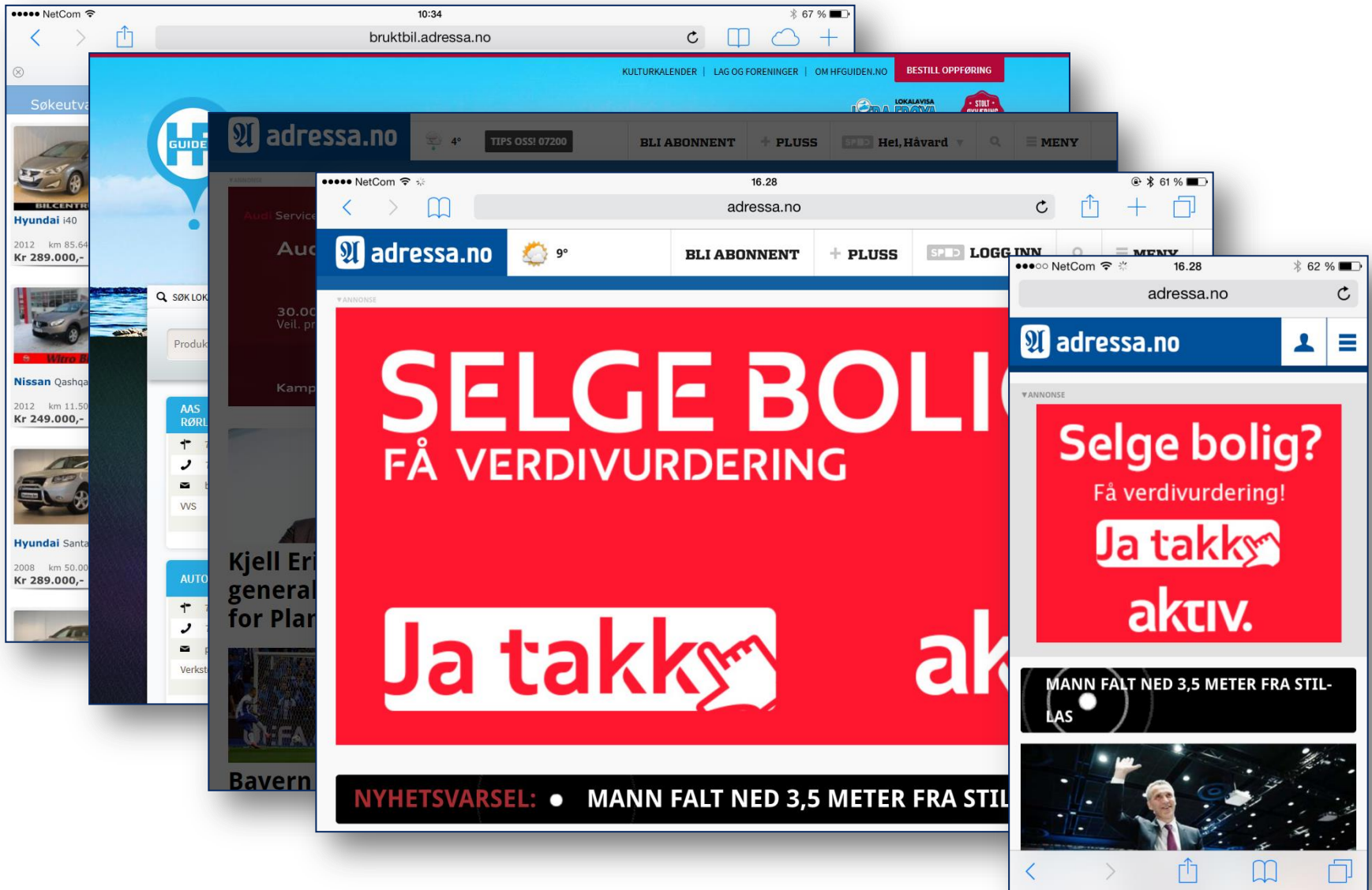


Adresse
narkotil
til norsk

Nettver
det «m
kryteri



Utvikler nye digitale arenaer og annonseformater for å styrke annonsørernes digitale eksponering



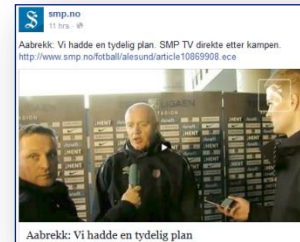
PM styrker sin satsning mot sosiale medier både redaksjonelt og kommersielt

Facebook er blitt et naturlig utstillingsvindu både for mediehus og annonsører



Vi må utnytte mulighetene i sosiale medier:

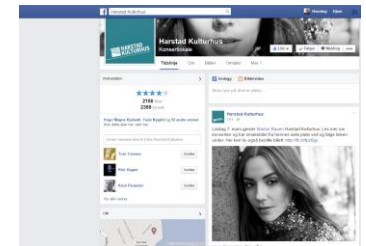
Spre redaksjonelt innhold og skape engasjement:



Benytte sosiale medier som salgskanal:



Være totalrådgiver for våre kunder:



Agenda

- Konsernet i 1. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

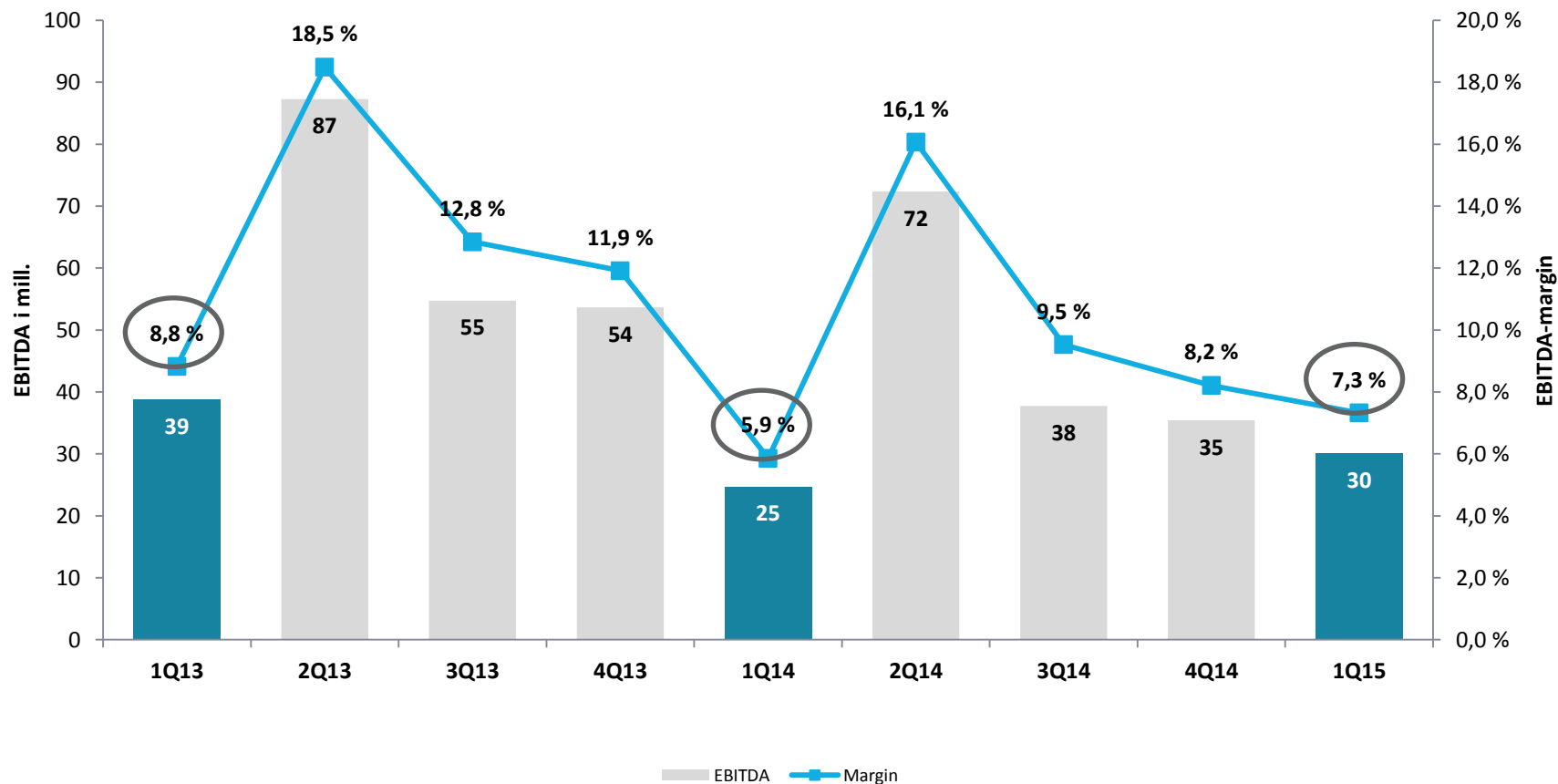
Digital vekst og kostnadsreduksjoner oppveier for nedgang i papirbaserte inntekter. Positive engangseffekter knyttet til avvikling av pensjoner

Polaris Media konsern NOK millioner	Per 1Q15 Faktisk	Per 1Q14 Faktisk	Endring mill. 1Q14-1Q15	Året 2014 Faktisk
Driftsinntekter	410	422	-12,0	1700
Driftskostnader	392	408	15,6	1569
Resultat fra selskap etter EK-metoden (TS og FKV)	12	10	1,7	39
EBITDA	30	25	5,3	170
<i>EBITDA-margin</i>	7,3 %	5,9 %		10,0 %
Ordinære avskrivninger	25	22	-2,8	89
Nedskrivning	0	0	0,0	62
EBIT	5	3	2,5	19
Omstillingskostnader og avvikling ytelsespensjon	13	0	13,1	73
Gevinst ved salg av eiendom	0	0	0,1	36
Øvrige rente- og finansposter	-4	-4	-0,1	-8
Resultat før skatt	15	-1	15,6	120
Skattekostnad	1	-3	-3,7	30
Resultat etter skatt	14	2	11,9	90
Resultat per aksje (kr)	0,29	0,05	0,24	1,98

Første kvartal er sesongmessig svakest

EBITDA per kvartal siste 2 år*

EBITDA i NOK millioner og EBITDA-margin i %

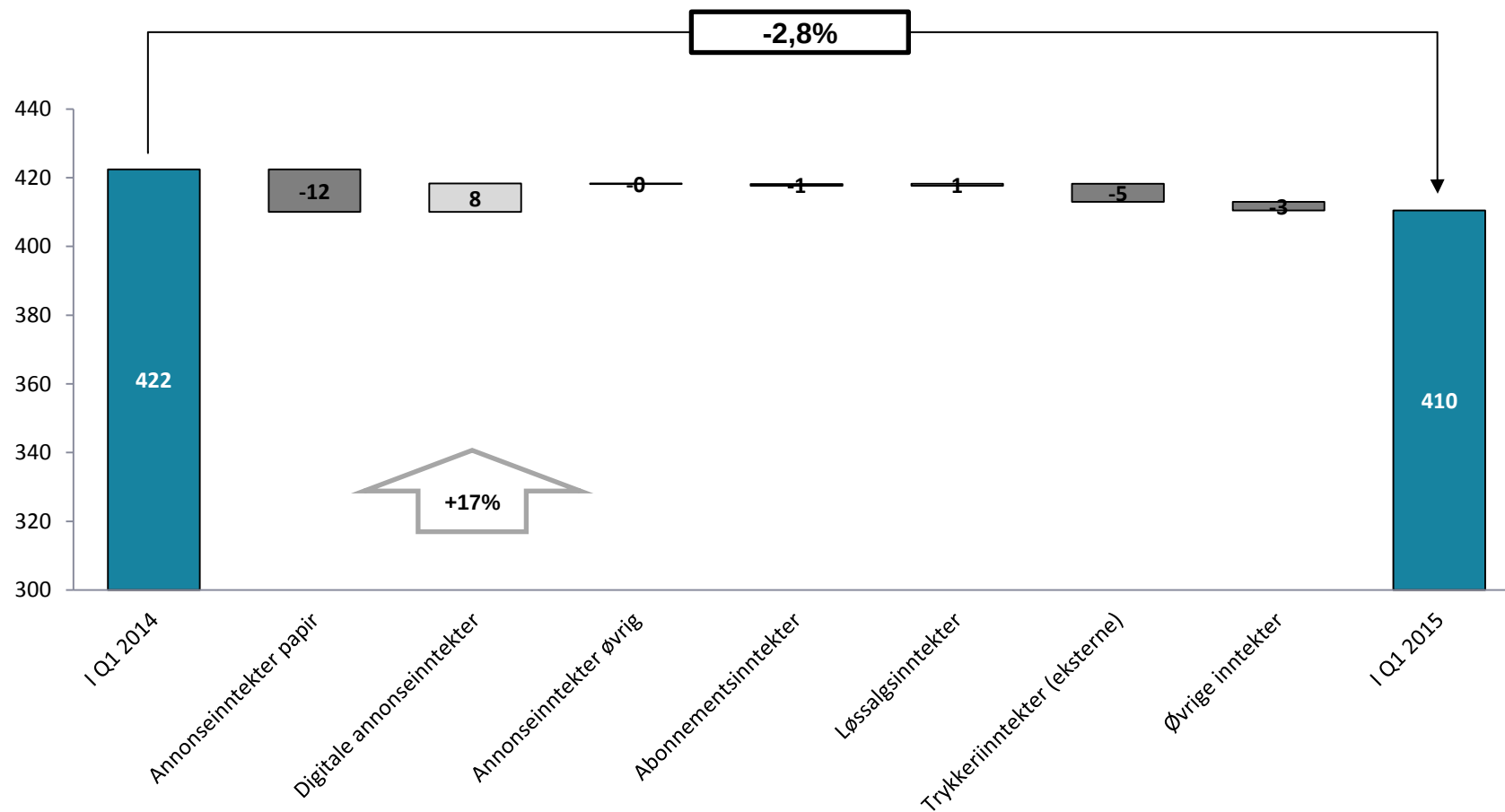


* Etter implementering av IFRS 11 Joint Arrangements blir felleskontrollert virksomhet konsolidert etter egenkapitalmetoden. Resultat fra felleskontrollert virksomhet og tilknyttede selskaper presenteres under drift som resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden og balanseverdiene presenteres som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

Samlet inntektsnedgang på 12 mill. (2,8%) i første kvartal

Inntektsutvikling i 1. kvartal 2014 vs. 2015

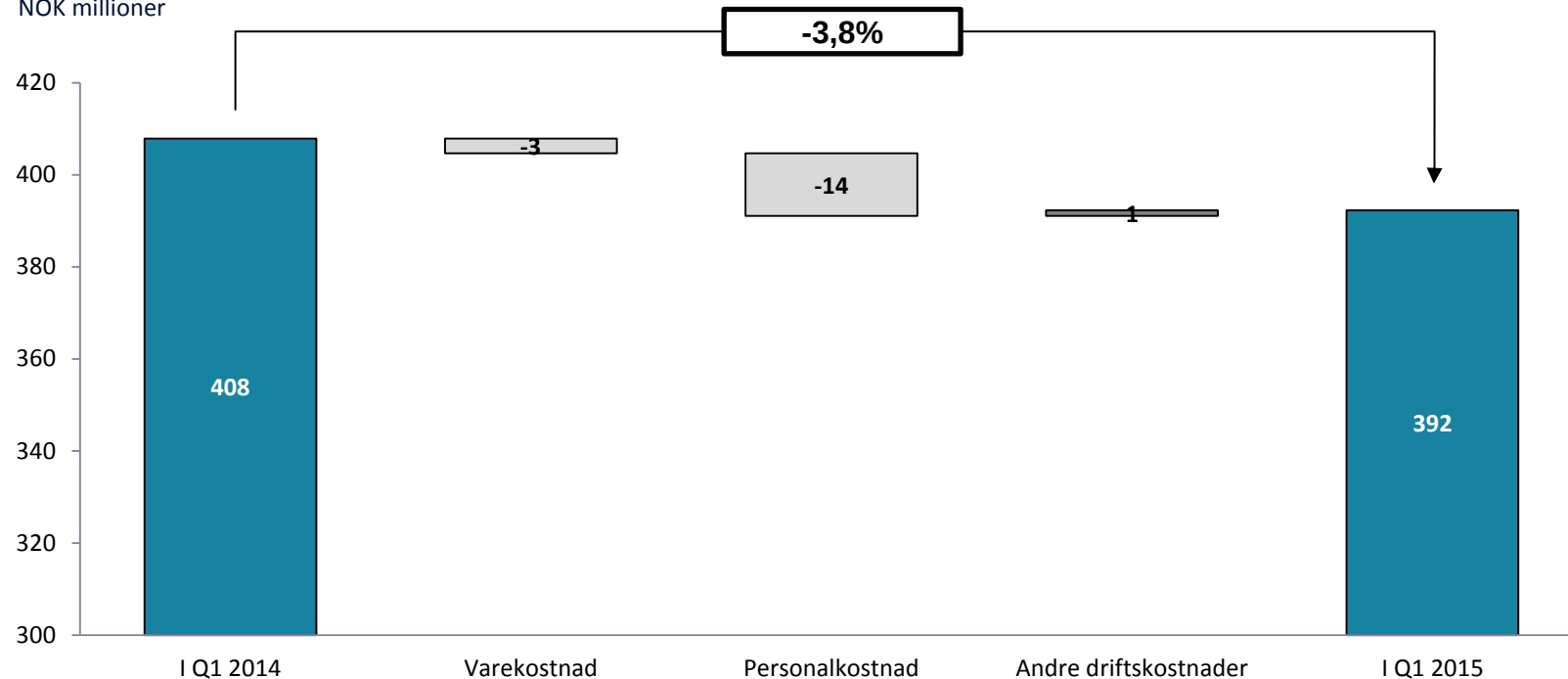
NOK millioner



Effektiviseringstiltak gjennomføres som planlagt. 16 mill. (3,8%) nedgang i driftskostnadene i 1. kvartal.

Kostnadsutvikling i 1. kvartal 2014 vs. 2015

NOK millioner



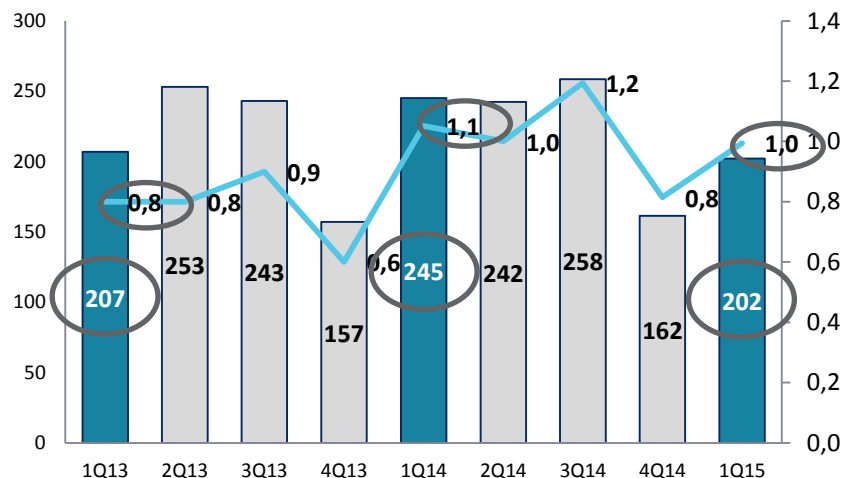
I 2015 og 2016 skal konsernet realisere ytterligere ~160 mill. i nye resultatforbedrende tiltak.

Kontantbeholdningen redusert med 46 mill. fra årsskriftet som følge av sesongsvingninger. 82 mill. høyere enn fjoråret

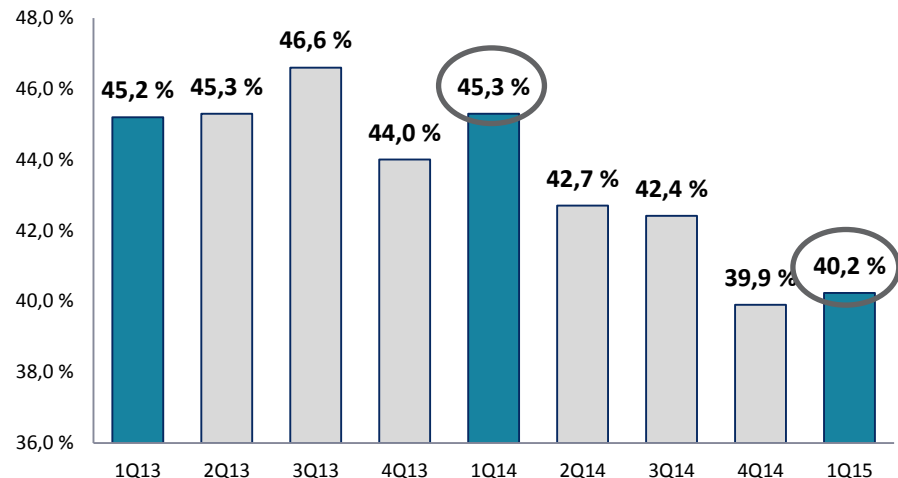
Kontantstrømoppstilling (Tall i 1.000 NOK)	1.kvartal 2015	1. kvartal 2014	Året 2014
Driftsresultat (EBITDA)	30,1	25,0	170,4
<i>Justert for</i>			
Betalt skatt	-3,1	-10,0	-14,3
Endring arbeidskapitalposter	-18,1	-32,4	-34,5
Pensjon	-4,6	-34,1	-42,9
Resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden	-11,9	-10,2	-38,9
Mottatt utbytte fra tilknyttede selskap	1,4	0,0	94,5
Netto kontantstrøm fra driftsaktiviteter	-6,3	-61,7	134,2
Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter			
Driftsinvesteringer	-19,4	-21,9	-79,5
Finansielle investeringer	-29,5	-0,4	1,0
Salg av datterselskap	0,0	0,0	40,5
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	-48,9	-22,3	-38,0
Kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter			
Opptak av lån	5,3	0,0	67,3
Nedbetaling av lån	-11,3	-8,5	-34,1
Netto finans	-3,6	-3,7	-12,3
Utbetalt utbytte	0,0	0,0	-85,6
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	-9,6	-12,2	-64,8
Endring i kontantbeholdning			
Kontantbeholdning ved periodens begynnelse	218,1	186,7	186,7
Kontantbeholdning nye selskap ved oppkjøp 01.01.	19,2	0,0	0,0
Netto kontantstrøm	-64,8	-96,2	31,4
Kontantbeholdning ved periodens slutt	172,4	90,4	218,1
Kontanter knyttet til eiendeler holdt for salg	-1,0	0,0	-1,1

Sesongmessig god utvikling i operasjonell kontantstrøm

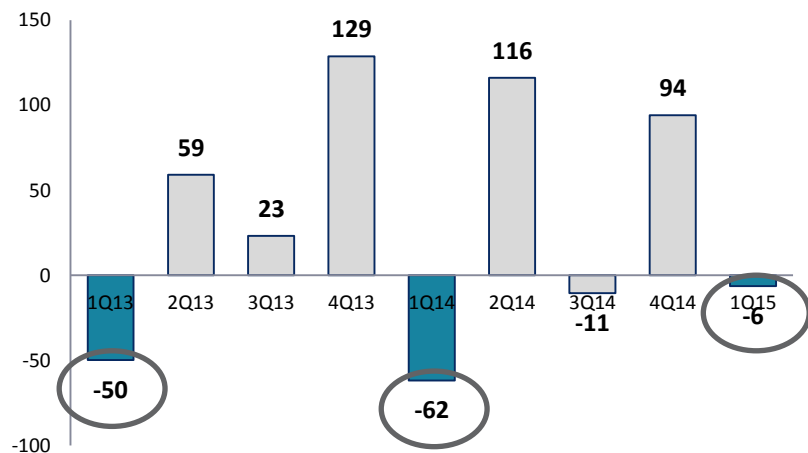
NIBD* – MNOK



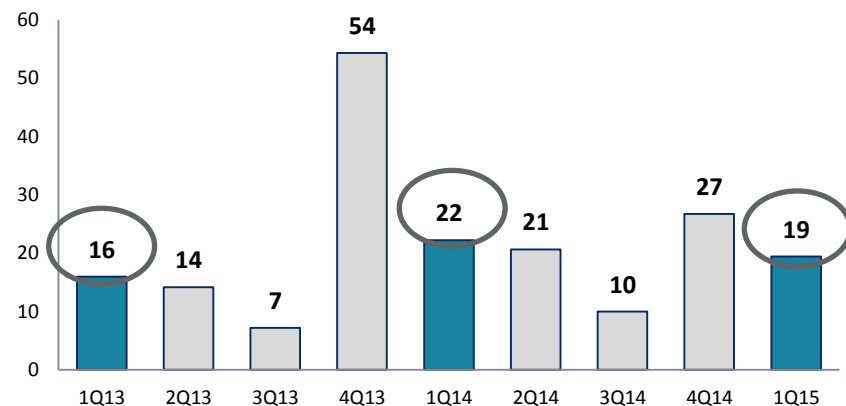
Egenkapitalandel** (%)



Kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter – MNOK



CAPEX - MNOK



* I henhold til definisjon i låneavtale med Sparebank 1 SMN

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

Agenda

- Konsernet i 1. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

God start på 2015. Fokus er å lykkes med betydelig vekst i digitale inntekter, samtidig som fortsatt effektivisering gjennomføres

Forventninger til resten av 2015:

Annonseinntekter fra papiravis reduseres fortsatt

Fortsatt god veksttakt digitale annonseinntekter

Stabilisering samlede brukerinntekter

Lønnsomheten i trykkerivirksomheten under press

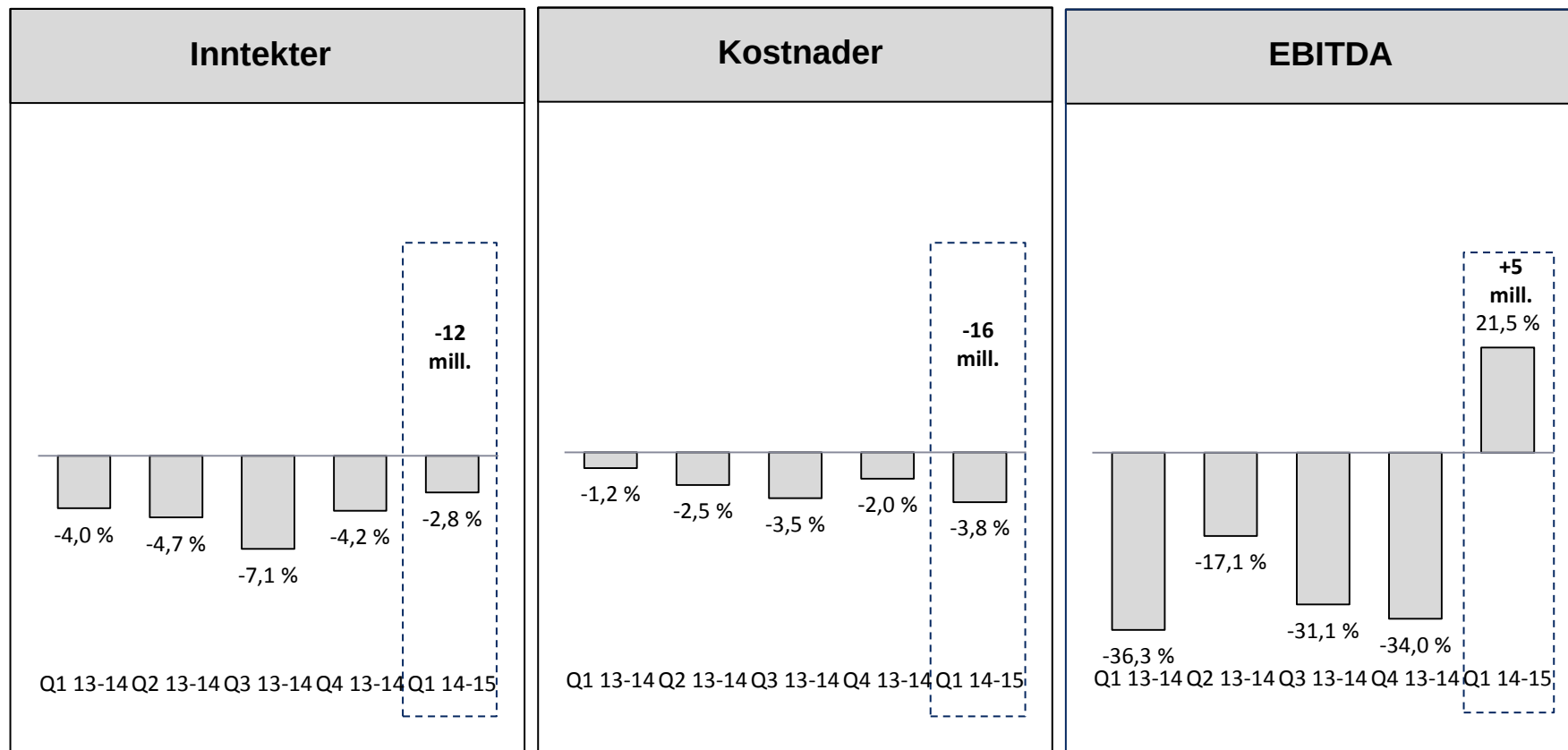
Over 160 mill. i resultatforbedrende tiltak gjennomføres i 2015-2016

Agenda

- Konsernet i 1. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

Digital vekst og kostnadsreduksjoner kompenserer for fortsatt nedgang i papirbaserte inntekter i 1. kvartal

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



- Annonseinntekt papir ned 8,2%
- Annonseinntekt digitalt opp 17,0%
- Samlede brukerinntekter likt med i fjor
- Trykkeriinntekter ned 9,1%

- Varekostnadene ned 5,4%
- Personalkostnadene ned 6,2%
- Andre driftskostnader opp 1,0%

- EBITDA økt til 30 (25) mill.
- EBITDA-margin på 7,3% (5,9%)
- 2 mill. økning i resultat fra TS/FKV

Samlet bemanningsreduksjon på 9 årsverk i 2015, underliggende reduksjon på 31 årsverk

Oppkjøp av nye mediehus øker bemanningen i Adresseavisen Gruppen med 22 årsverk. Samlet reduksjon i årsverk i 2015 er 31 årsverk.

Bemanningsutvikling faste årsverk (ekskl. avisbud)

