



POLARISMEDIA

Presentasjon av resultater 4. kvartal 2014

Investorpresentasjon, 11. februar 2015

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Per Olav Monseth

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Agenda

- Konsernet i 4. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

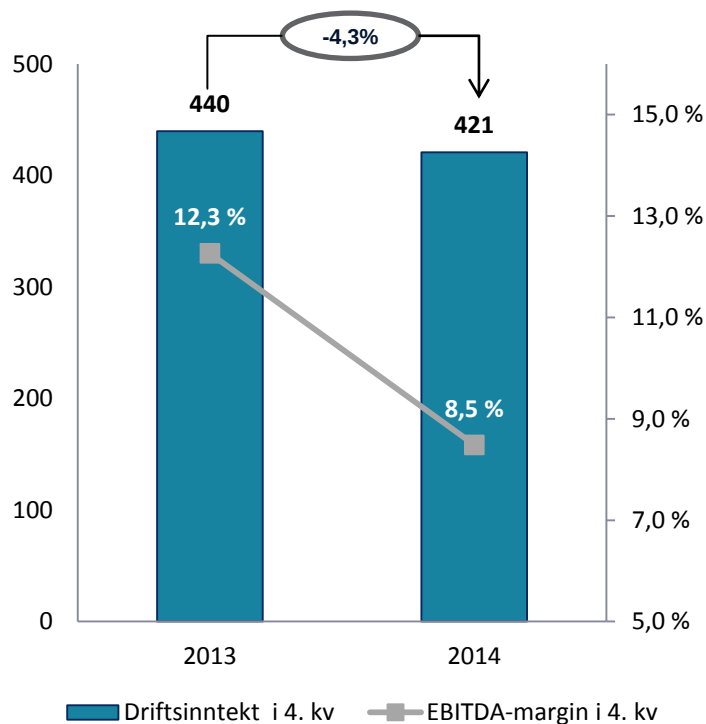
EBITDA i fjerde kvartal på 36 (54) mill. og margin på 8,5% (12,3%)

- 13% nedgang i papirbaserte annonseinntekter. Utfordringene i norsk økonomi svekker store bransjer som *stilling ledig, møbel og eiendom*
- 20% digital annonseinntektsvekst, drives av 122% vekst på mobil.
- Lansert *Pluss-løsninger* og nye prismodeller i Sunnmørsposten og Romsdals Budstikke i november
- Startet produksjon på glanset papir på ny presse i Polaris Trykk Trondheim i desember
- Investert i Fanbooster AS og inngått strategisk samarbeidsavtale for å fremme satsninger på sosiale media i mediehusene
- Solgt Nordregate 1-3 AS for 44 mill. med 36 mill. i regnskapsmessig gevinst
- Avviklet ytelsesbaserte tjenestepensjonsordninger gir positiv engangseffekt på 119 mill. Ytterligere 19 mill. i første kvartal 2015
- 46 mill. i avsetninger til bemanningsreduserende tiltak
- Styret har foreslått utbytte på kr 1,00 for 2014.

Nedgang i papirbaserte inntekter trekker ned inntektene og resultatet i 4. kvartal. I tillegg svakere fra tilknyttede selskap

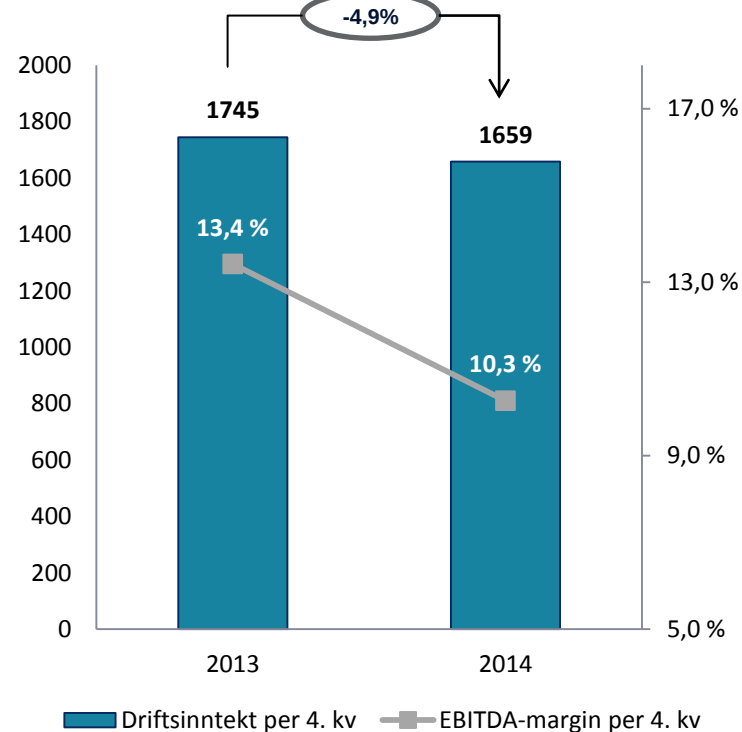
Driftsinntekter og EBITDA i 4. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



Driftsinntekter og EBITDA per 4. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



EBITDA i 4. kvartal:

54

36

EBITDA per 4. kvartal:

234

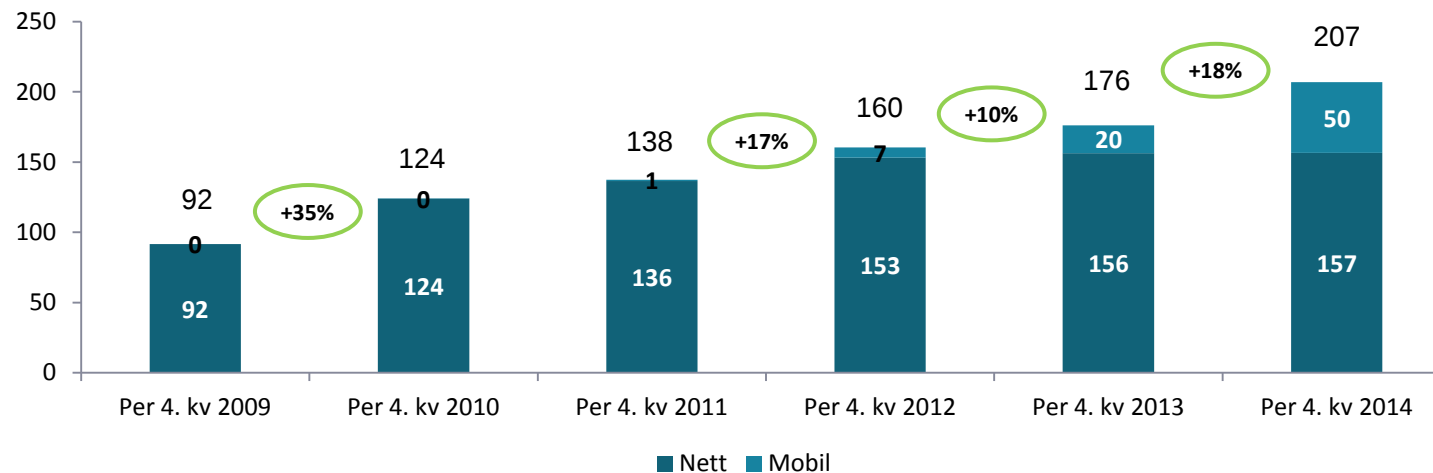
170

18% vekst i digitale annonseinntekter per 4. kvartal

Digitale annonseinntekter

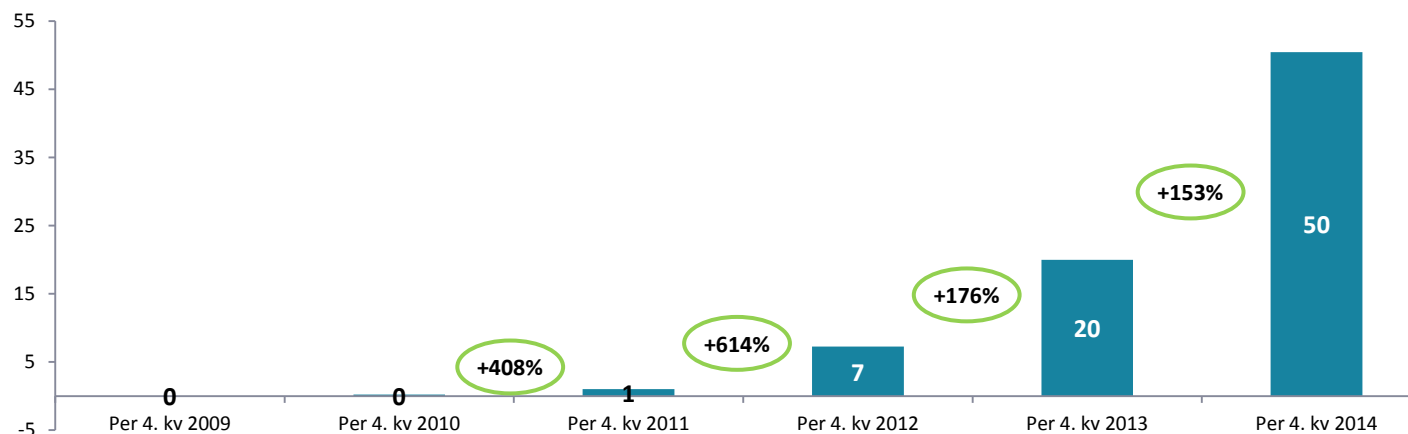
Per 4. kvartal 2009-2014, NOK millioner

 Vekst mot fjoråret



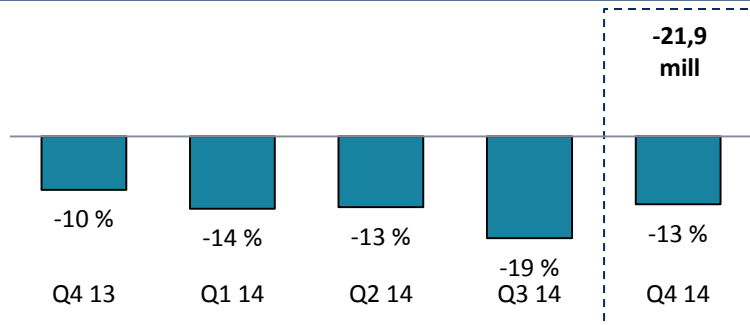
Annonseinntekter mobil

Per 4. kvartal 2009-2014, NOK millioner

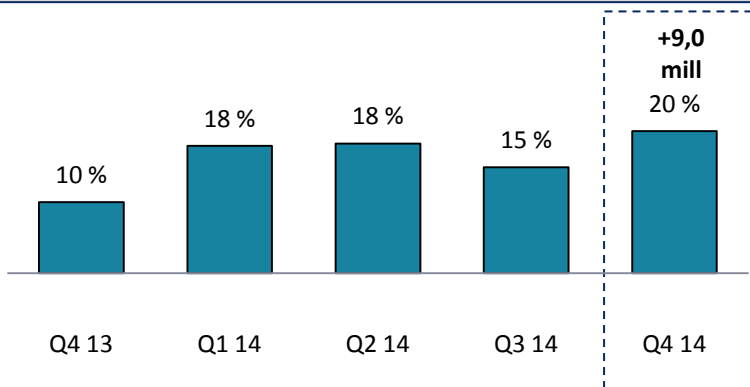


20% digital annonseinntektsvekst i 4. kvartal. 13% nedgang i papirbaserte annonseinntekter gir 6% samlet annonseinntektssvikt i 4. kvartal

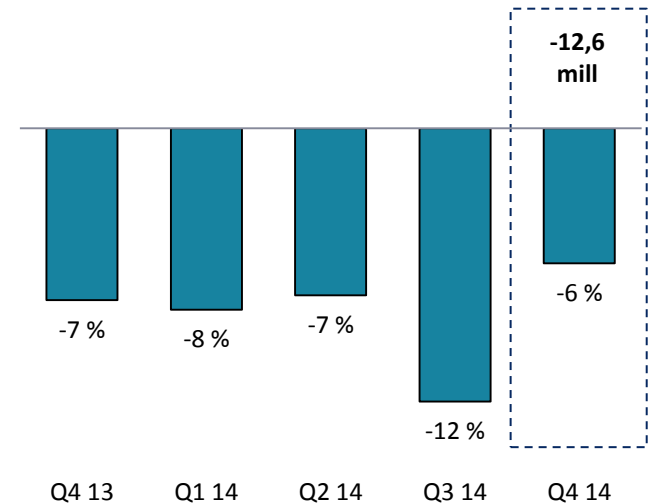
Relativ utvikling i annonseinntekter
fra samme kvartal året før (papir)



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



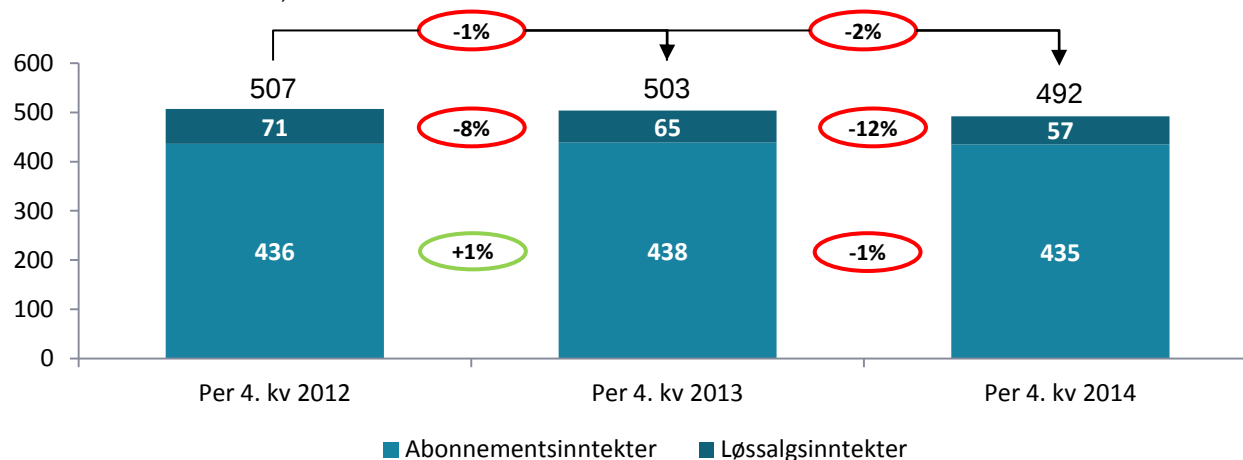
Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra
samme periode året før:



2% nedgang i opplagsinntekter per 4. kvartal, men stabil utvikling i abonnementsinntektene

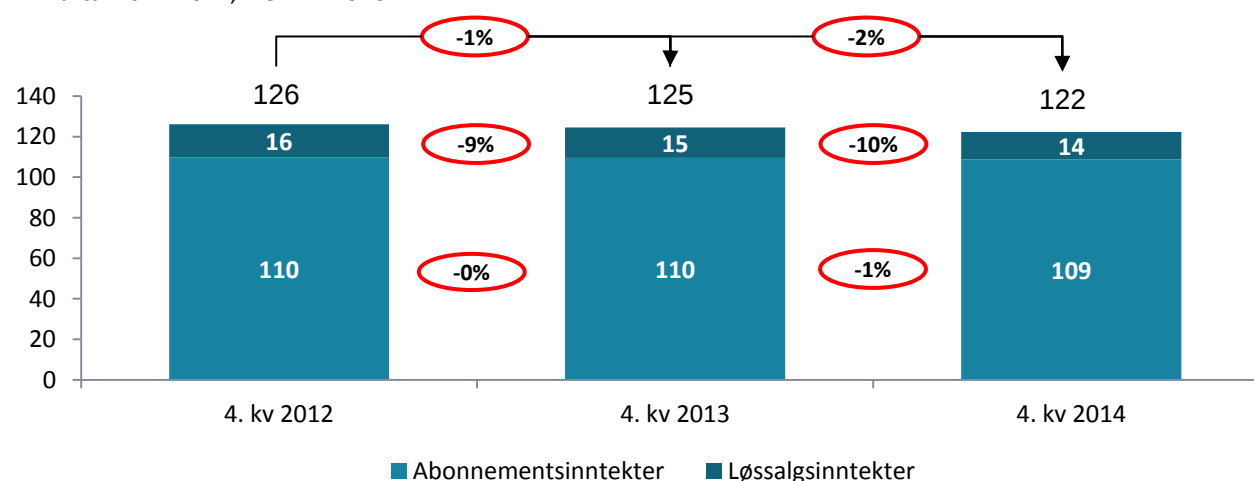
Opplagsinntekter

Per 4. kvartal 2012-2014, NOK millioner



Opplagsinntekter

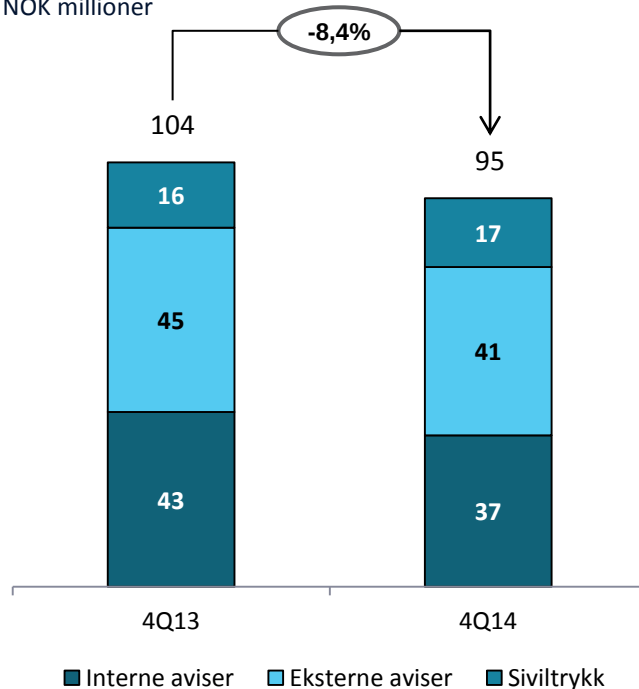
I 4. kvartal 2012-2014, NOK millioner



Svakere resultat i Polaris Trykk som følge av generell nedgang i avisvolum. Posisjonen innen siviltrykk styrkes

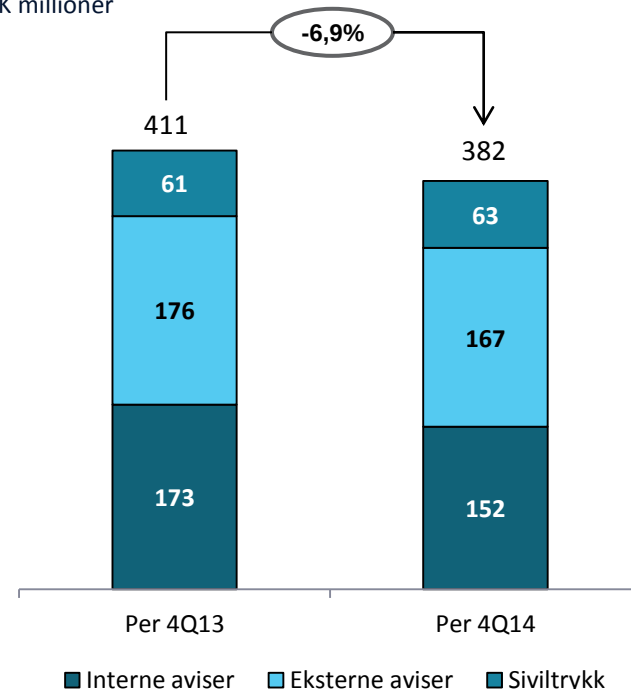
Trykkeriinntekter Polaris Trykk i 4. kvartal

NOK millioner



Trykkeriinntekter Polaris Trykk per 4. kvartal

NOK millioner



EBITDA:

25

18

104

87

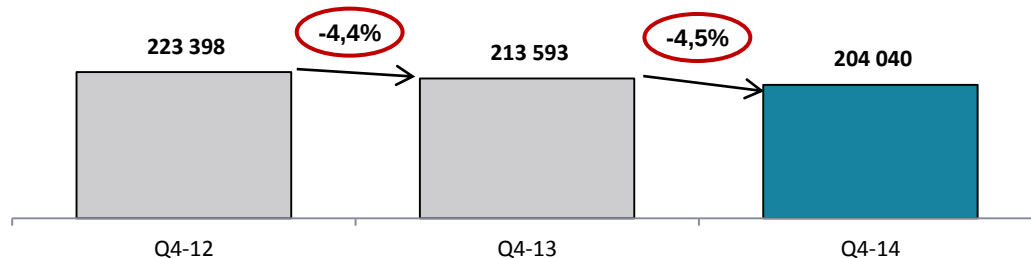
- Fortsatt effektivisering og nye inntekter i siviltrykkmarkedet kompenserer noe for svikt fra avisene.
- Oppstart ny presse og produksjon på glanset papir i desember gir nye inntektsmuligheter
- Nye prismodeller til interne mediehus i 2015 vil flytte resultater fra trykk til mediehusene

Samlet brukerposisjon styrkes som følge av sterk vekst på mobil

 Vekst mot fjoråret
 Nedgang mot fjoråret

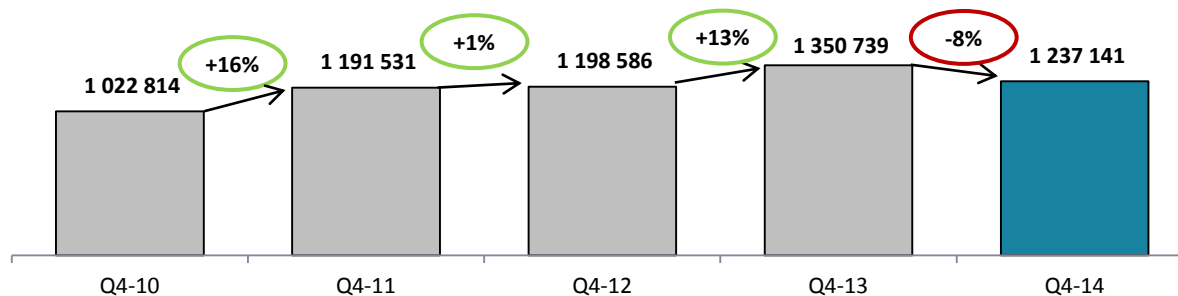
Opplagsnedgang

Historiske opplagstall per 4. kvartal



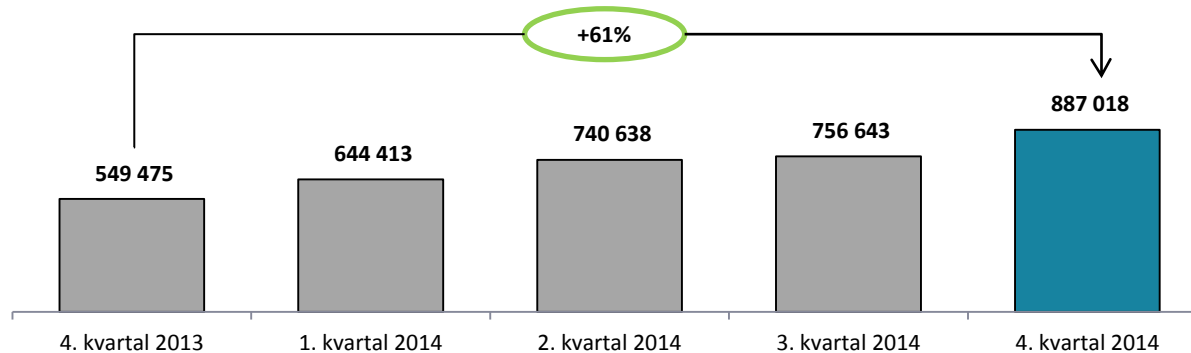
Nedgang i ukentlige unike nettbrukere i Polaris Media

Snitt ukentlige brukere i 4. kvartal 2010-2014, målt brutto antall brukere



Sterk trafikkvekst på konsernets mobilsider

Brutto unike ukentlige brukere, snitt fra 4. kvartal 2013 til 4. kvartal 2014

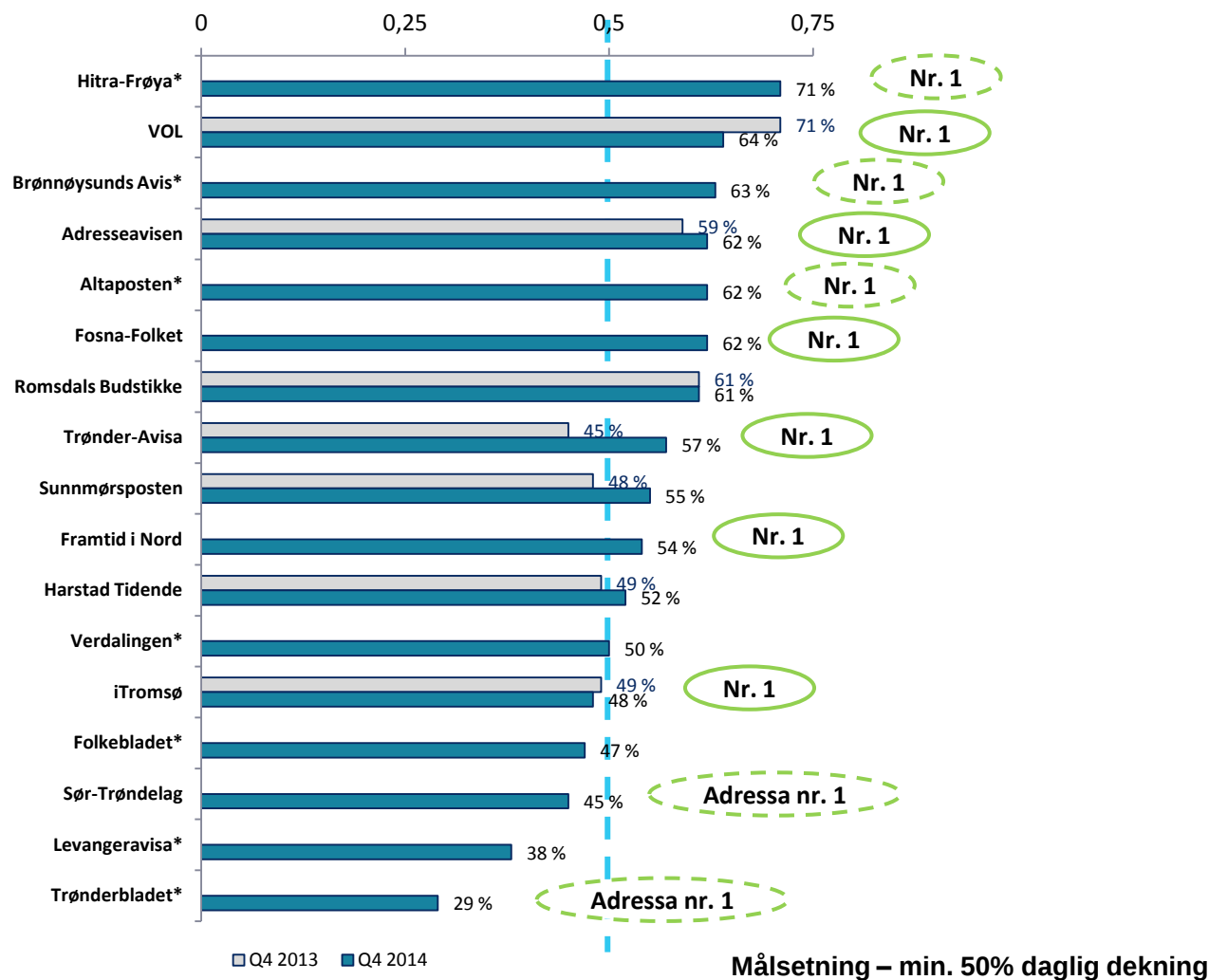


Mediehusene har i 2014 ytterligere styrket sine digitale brukerposisjoner, og etablert sterke lokale nr. 1-posisjoner

9 av 13 målte mediehus har lokal nr. 1-posisjon målt i daglig dekning

Norfakta, 4. kvartal 2014, sortert etter daglig dekning

*Altaposten og Sør-Trøndelag målt i tidligere gjennomføringer



* - Målt i tidligere gjennomføringer, deltok ikke i målingen i 4. kvartal 2014

** - Ikke tilsvarende målinger for 4. kvartal 2013

Kilde: Norfakta Webtracker - telefonundersøkelse som gjennomføres for PMs største mediehus hvert kvartal. Basert på målinger i en enkelt uke. Til sammenligning er Forbruker & media en telefonundersøkelse hvor det ringes jevnt gjennom hele året, og hvor resultatet er gjennomsnittlig lesning rullerende siste 12 måneder, mens Norfakta er punktmålinger.

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

Mediehusstrategien tar utgangspunkt i styrkene:

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



Fokusområder:



Forenkler abonnementsstrukturen: Alle abonnenter får full tilgang til alt innhold gjennom digitale kanaler, og kan få papiravisen i tillegg

SMP Pluss og RB Pluss lansert i november

© 14:22 Hareid-Sulesund: Så var det påan igjen

Tips oss Kundenservice Les eAvis

Sunnmørsposten + PLUSS SP Hel, Håvard 7° Q Meny

Halv pris i 3 mnd
Dobbel datakvote

BESTILL NÅ
Se allerede nå

Mobilt bredbånd.
Der du er.

ice.net
overingen delring i Norge

SMP+ INKLUDERT FOR ALLE ABONNENTER BLI ABONNENT

Spøkjelseshus skal gjenoppstå

Debut med nattbilder

Elbuss til fjells

Det som ikke skulle skje

I 13 år husket hun bare lukter og lyder. Så glapp det en setning ut av Henriette Bryn som skulle forandre alt. [LES MER](#)

KOMMENTAR LØRDAG 24. JANUAR 2015:
Halvfabrikatalandet

Måtte Brustadbua bli begravd en gang for alle. Av hensyn til maten. [LES MER](#)

© 14:24 Egil Strand Høyres ordførerkandidat i Eide

rbnett.no + PLUSS SP Hel, Håvard 6° Q Meny

gossip girl
Se allerede nå

Prøv gratis
1 måned

viaplay

RB Pluss+ INKLUDERT FOR ALLE ABONNENTER BLI ABONNENT

Smarte kjøkken med særpreg

Romantisk og landlig i Robinsonhuset

Søker lokale isolatørlæringer

Smarte kjøkken med særpreg

RB Pluss+ Arne og Turid Magerøy på Hustad valgte svart kjøkken med vinskap, tallerkenvarmer og kjøleskuffer da de bygde nytt hus i høst. Det har de ikke angret på. [LES MER](#)

HUS & HJEM
Gammel plank og drivved blir møbler

RB Pluss+ Ingrid Jenny Sæther ble lei av alt det hvite. [LES MER](#)

Big Data styrker brukeropplevelsen og øker relevansen for brukerne.

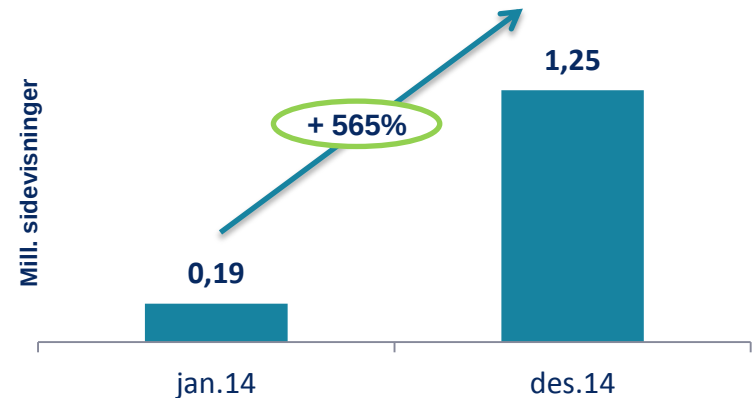
Innholdsanbefalinger bidrar til trafikkvekst og økt engasjement

Tilpasser innholdet etter brukernes modus:



Eksempel: Brukere fra Facebook får anbefalt annet innhold som er populært på Facebook

Satsning på «big data» har skapt sterk vekst i trafikk fra automatiserte innholdsanbefalinger...



... og leserne engasjerer seg mer i innholdet. 13% økning i lesetid per artikkel for anbefalt innhold sammenlignet med annet innhold i desember*

* - Kilde: Adressa.no

Innholdsanbefalinger benytter kun anonym og ikke personlig identifiserbar informasjon om brukernes adferd på våre tjenester til å tilpasse innholdet

Mediehusene samspiller med sosiale media redaksjonelt og kommersielt

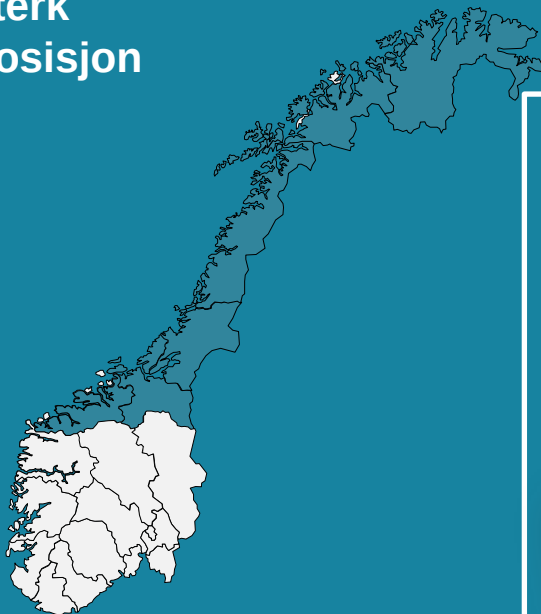
Samarbeider med Norges ledende teknologi-leverandør og ekspertise innen sosiale medier:



- Totalrådgiver for kundene – tilby sosiale medier i kombinasjon med andre annonseprodukter
- Bruke sosiale medier til å spre redaksjonelt innhold, og skape økt engasjement og interaksjon med leserne
- Bruke sosiale medier som salgskanal for egne produkter

Polaris Trykk vil være en spesielt attraktiv tilbyder av forbedret coldset og heatset, samt effektiv produsent av tradisjonell coldset

Regional
sterk
posisjon



Nye og etterspurte produkt-
muligheter i et fallende
papirmarked



Økt
effektivitet



Agenda

- Konsernet i 4. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

Kostnadsreduksjoner kompenserer ikke for hele inntektsfallet. Svakere i TS/FKV.

Betydelige engangseffekter

4Q14 Faktisk	4Q13 Faktisk	Endring mill. 4Q13-4Q14	Polaris Media konsern NOK millioner	Per 4Q14 Faktisk	Per 4Q13 Faktisk	Endring mill. 4Q13-4Q14
421	440	-19,1	Driftsinntekter	1659	1745	-86,1
390	398	8,2	Driftskostnader	1527	1562	34,7
5	12	-7,4	Resultat fra selskap etter EK-metoden (TS og FKV)*	39	51	-12,4
36	54	-18,2	EBITDA	170	234	-63,9
8,5 %	12,3 %		EBITDA-margin	10,3 %	13,4 %	
23	26	3,5	Ordinære avskrivninger	89	102	13,3
1	2	0,9	Nedskrivning	61	2	-59,6
12	26	-13,9	EBIT	20	130	-110,1
73	0	73,5	Omstillingskostnader og avvikling ytelsespensjon	73	0	73,5
36	0	36,4	Gevinst ved salg av eiendom	36	0	36,4
-3	-3	0,2	Øvrige rente- og finansposter	-9	-15	5,5
119	23	96,1	Resultat før skatt	121	116	5,2
24	4	-19,7	Skattekostnad	30	19	-11,1
95	19	76,5	Resultat etter skatt	91	97	-5,9
1,95	0,39	1,56	Resultat per aksje (kr)	1,86	1,98	-0,12

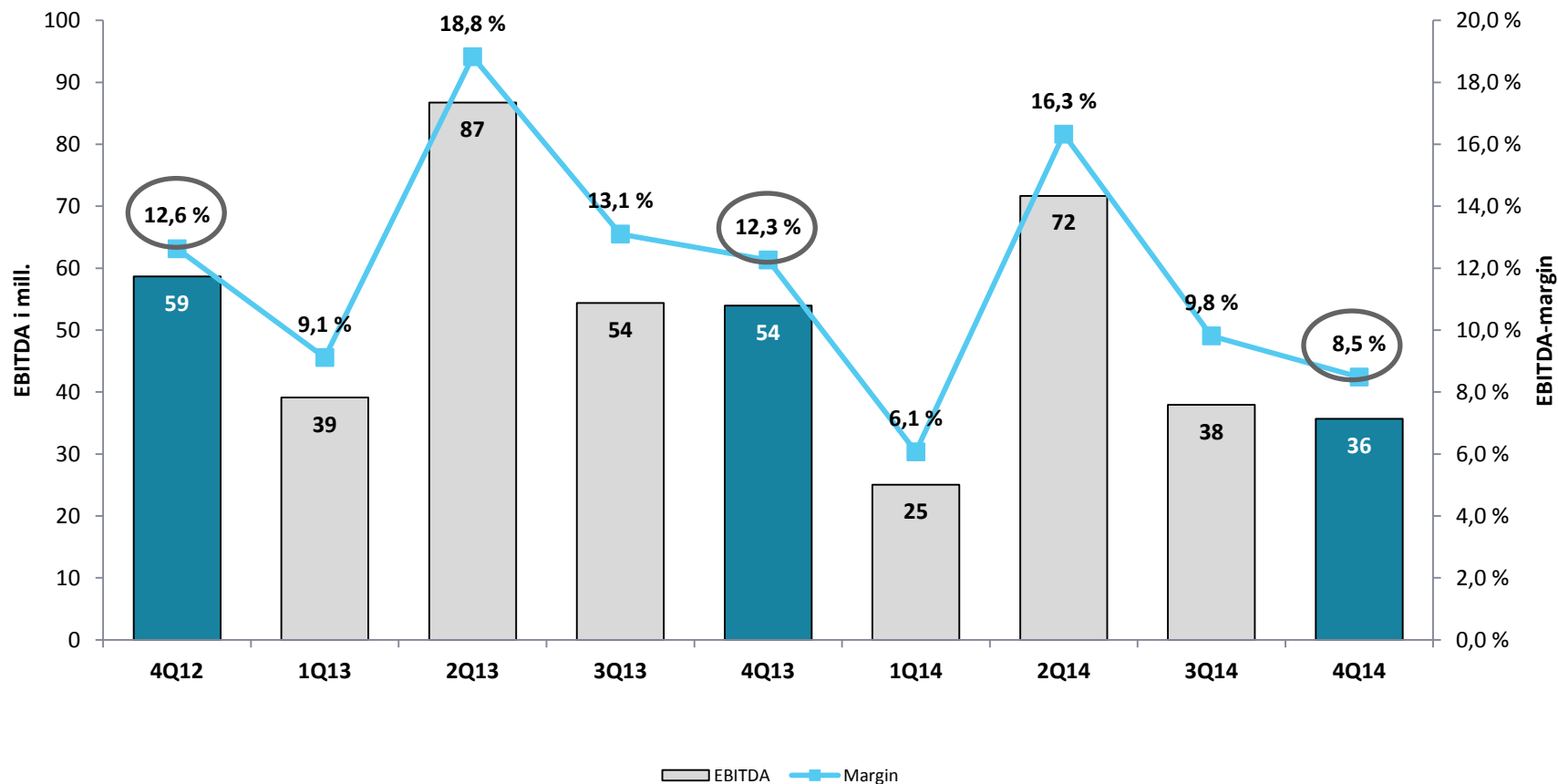
*Etter implementering av IFRS 11 Joint Arrangements blir felleskontrollert virksomhet konsolidert etter egenkapitalmetoden. Resultat fra felleskontrollert virksomhet og tilknyttede selskaper presenteres under drift som resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden. Sammenligningstall for 2013 er omarbeidet.

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

Kostnadsreduksjoner bidrar til fortsatt tilfredsstillende driftsmargin. Polaris Media gjør det godt sammenlignet med andre mediekonsern

EBITDA per kvartal siste 2 år*

EBITDA i NOK millioner og EBITDA-margin i %

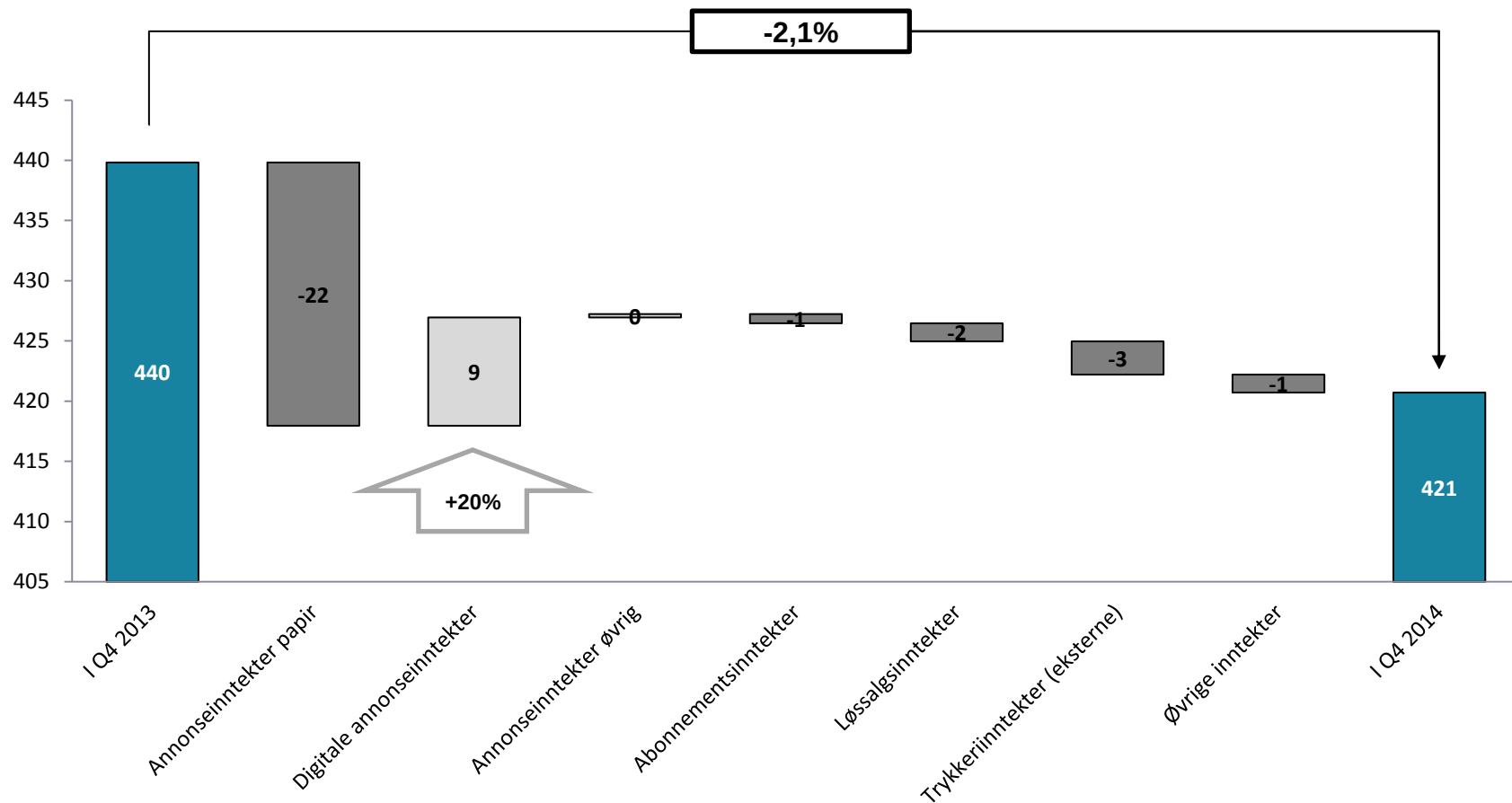


* Etter implementering av IFRS 11 Joint Arrangements blir felleskontrollert virksomhet konsolidert etter egenkapitalmetoden. Resultat fra felleskontrollert virksomhet og tilknyttede selskaper presenteres under drift som resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden og balanseverdiene presenteres som 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 inntektssvikt 19 mill. i fjerde kvartal

Inntektsutvikling i 4. kvartal 2013 vs. 2014

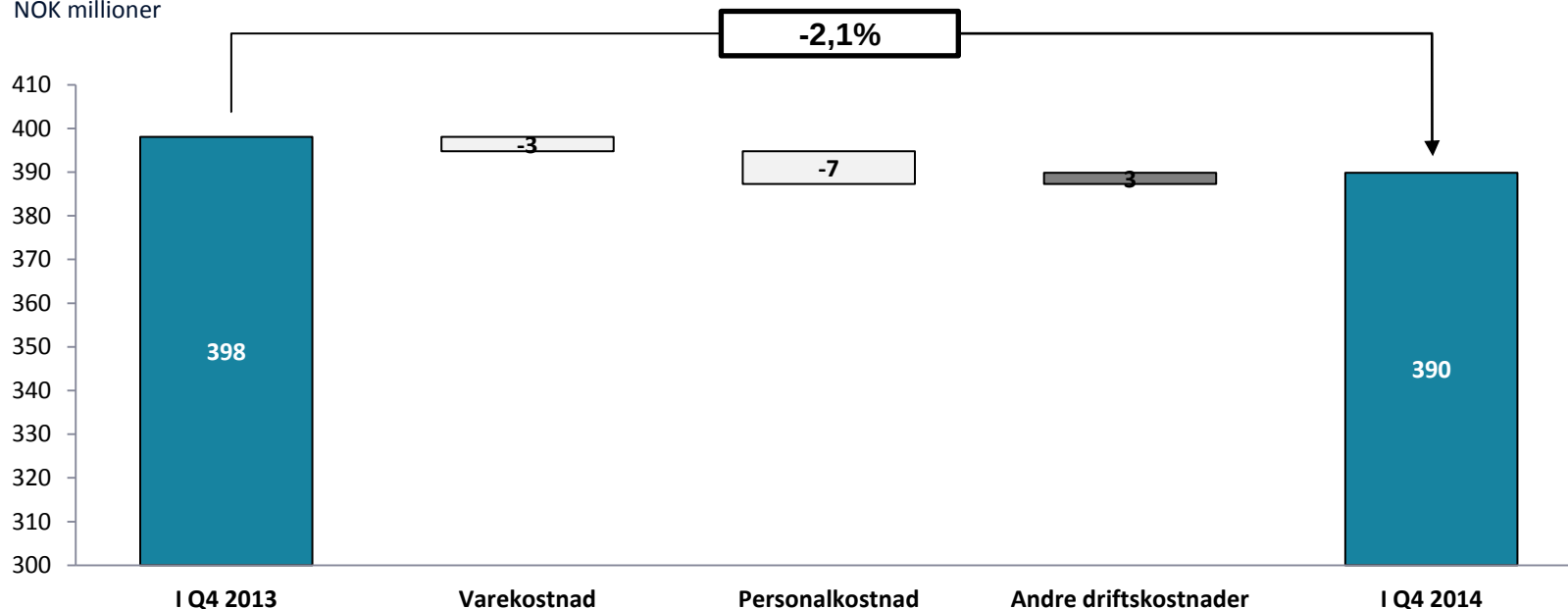
NOK millioner



Prosjekt 2015 gjennomføres som planlagt. 8 mill. (2,1%) nedgang i driftskostnadene i 4. kvartal.

Kostnadsutvikling i 4. kvartal 2013 vs. 2014

NOK millioner



Polaris Media realiserer kostnadsreduksjoner (P15) som planlagt, dvs. med over 40 mill. i effekt i 2014.

Beredskapsplaner gjennomført med effekt på ~55 mill. i 2014, som gjøres permanente i 2015.

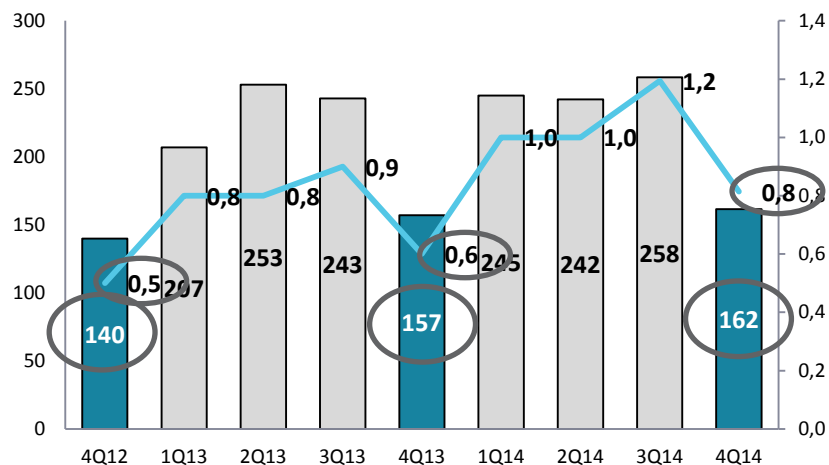
I 2015 og 2016 skal konsernet realisere ytterligere ~35 mill. fra P15 og 130 mill. i nye resultatforbedrende tiltak.

Kontantbeholdningen øker med 104 mill. til 218 mill.

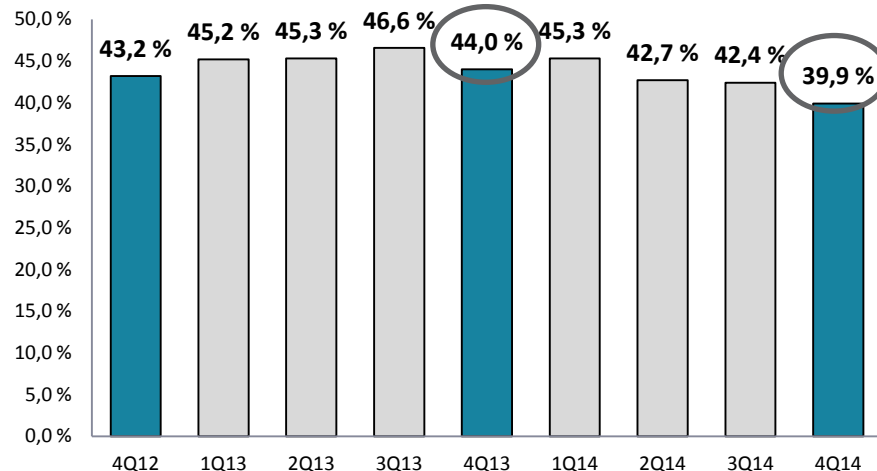
Kontantstrømoppstilling (Tall i 1.000 NOK)	4.kvartal 2014	4. kvartal 2013	Per 4. kvartal 2014	Per 4. kvartal 2013
Driftsresultat (EBITDA)	35,7	53,9	170,3	234,2
<i>Justert for</i>				
Betalt skatt	-0,7	-4,7	-14,3	-24,6
Endring arbeidskapitalposter	70,6	97,6	-34,5	15,0
Pensjon	-10,6	-6,4	-42,9	-45,4
Resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden	-4,8	-12,2	-38,9	-51,3
Mottatt utbytte fra tilknyttede selskap	0,0	0,5	94,5	33,4
Netto kontantstrøm fra driftsaktiviteter	90,3	128,7	134,2	161,3
Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter				
Driftsinvesteringer	-26,7	-54,3	-79,5	-91,6
Finansielle investeringer	-2,0	-12,1	1,0	-13,0
Salg av datterselskap	40,5	0,0	40,5	0,0
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	11,8	-66,5	-38,0	-104,6
Kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter				
Opptak av lån	13,8	0,0	67,3	0,0
Nedbetaling av lån	-8,5	-14,7	-34,1	-70,1
Netto finans	-3,2	17,1	-12,3	3,2
Utbetalt utbytte	0,0	0,0	-85,6	-85,6
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	2,0	2,5	-64,8	-152,5
Endring i kontantbeholdning				
Kontantbeholdning ved periodens begynnelse	114,0	121,9	186,7	282,4
Netto kontantstrøm	104,1	64,7	31,4	-95,8
Kontantbeholdning ved periodens slutt	218,1	186,7	218,1	186,7
Konter knyttet til eiendeler holdt for salg	-1,1	3,1	-1,1	3,1

Finansiell posisjon er god. Gir fleksibilitet for videreutvikling

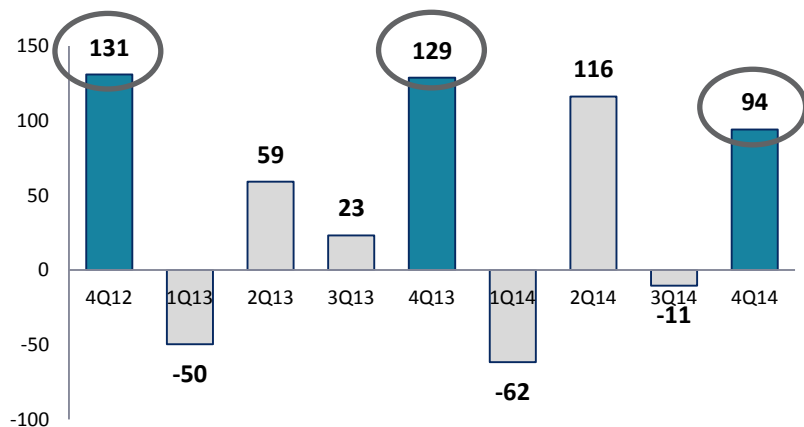
NIBD* – MNOK



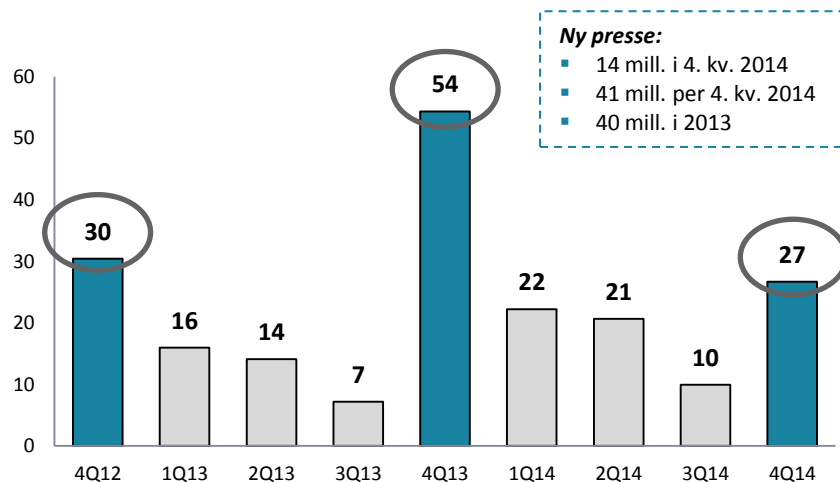
Egenkapitalandel** (%)



Kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter – MNOK



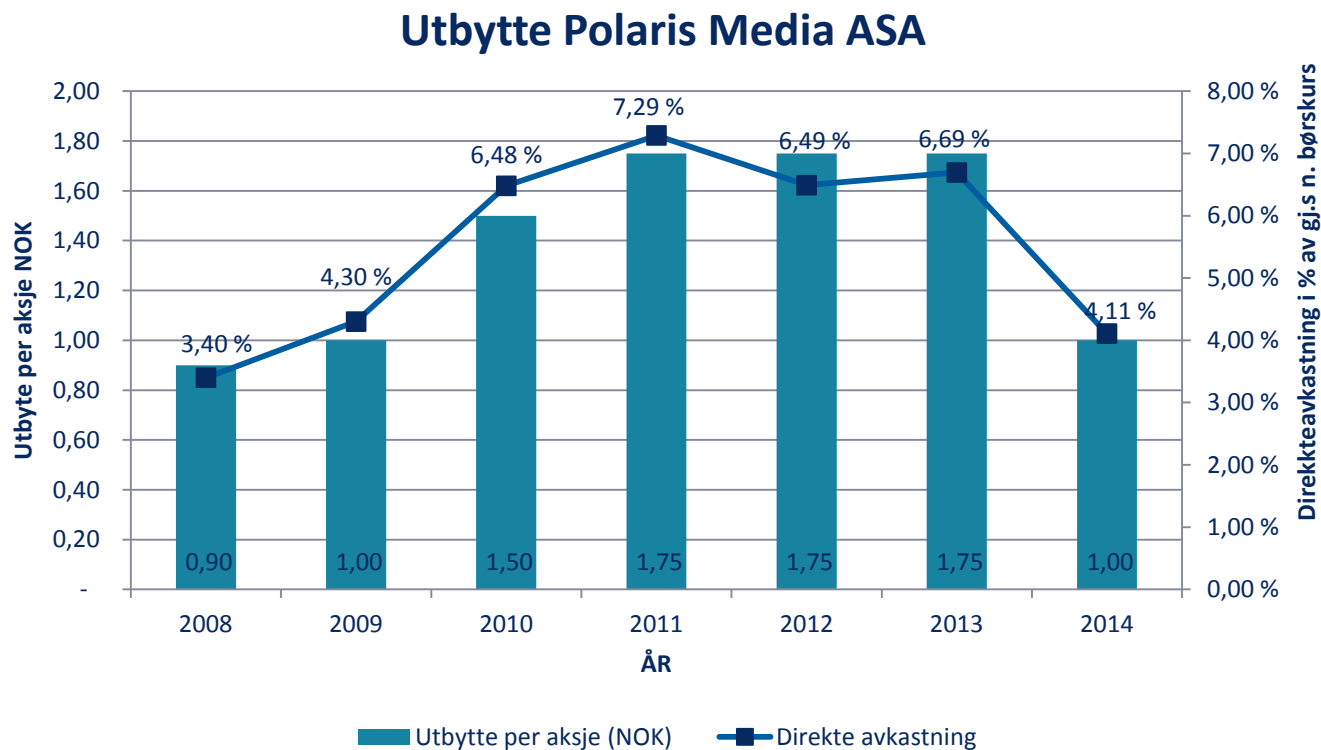
CAPEX - MNOK



* 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

Styret har foreslått et utbytte på 1,00 per aksje i 2014



Agenda

- Konsernet i 4. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

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

Forventninger til 2015:

Annonseinntekter fra papiravis vil fortsette å svekke seg

Fortsatt sterk veksttakt i digitale annonseinntekter

Stabilisering av samlede brukerinntekter

Lønnsomheten i trykkerivirksomheten under press

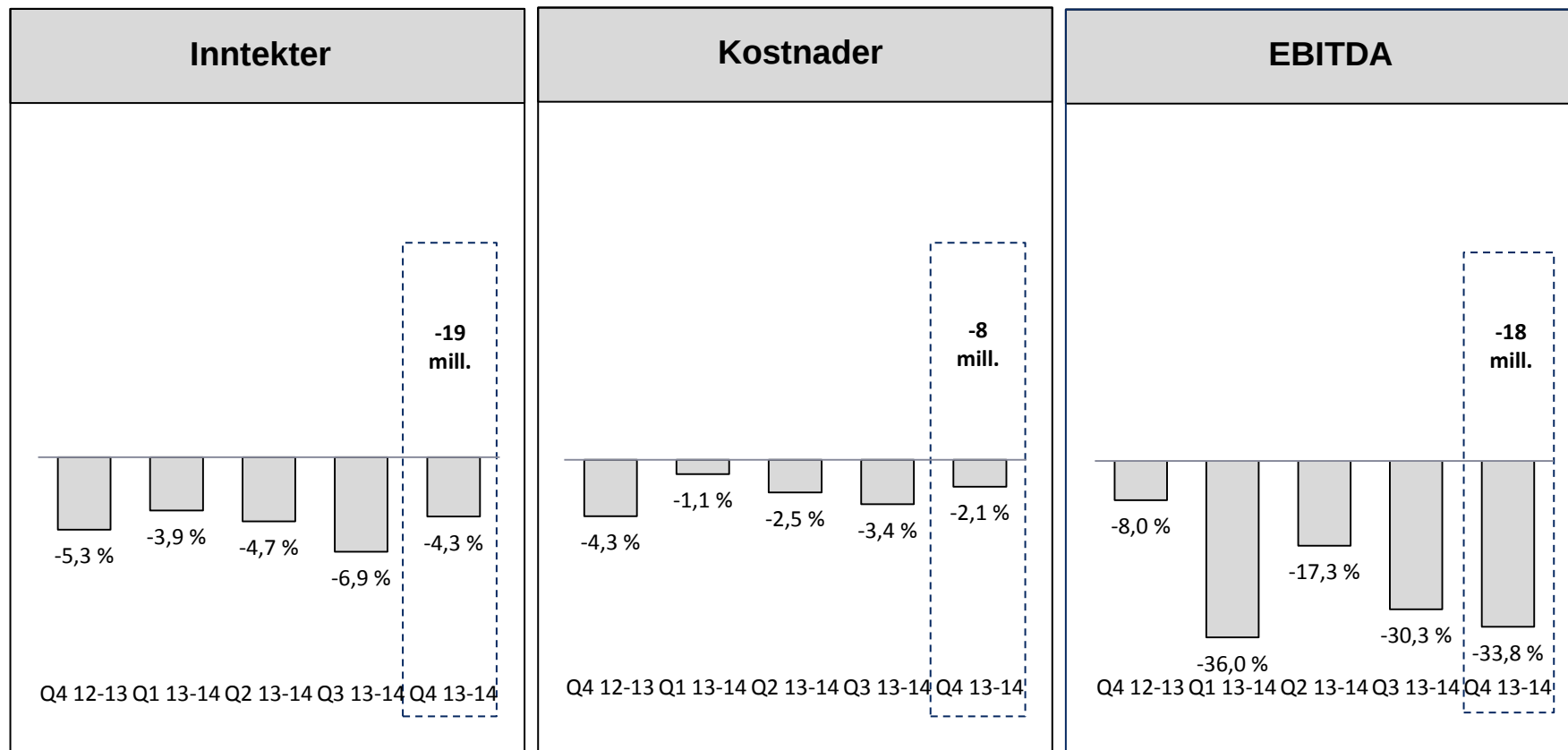
Over 160 mill. i resultatforbedrende tiltak gjennomføres i 2015-2016

Agenda

- Konsernet i 4. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Fremtidsutsikter
- Vedlegg

Digital vekst og kostnadsreduksjoner bremser et fortsatt sterkt fall i papirbaserte inntekter i 4. kvartal

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



- 4. kv. 2014**
- Annonseinntekt papir ned 12,7%
 - Annonseinntekt digitalt opp 19,6%
 - Samlede brukerinntekter ned 1,8%
 - Trykkeriinntekter ned 4,5%

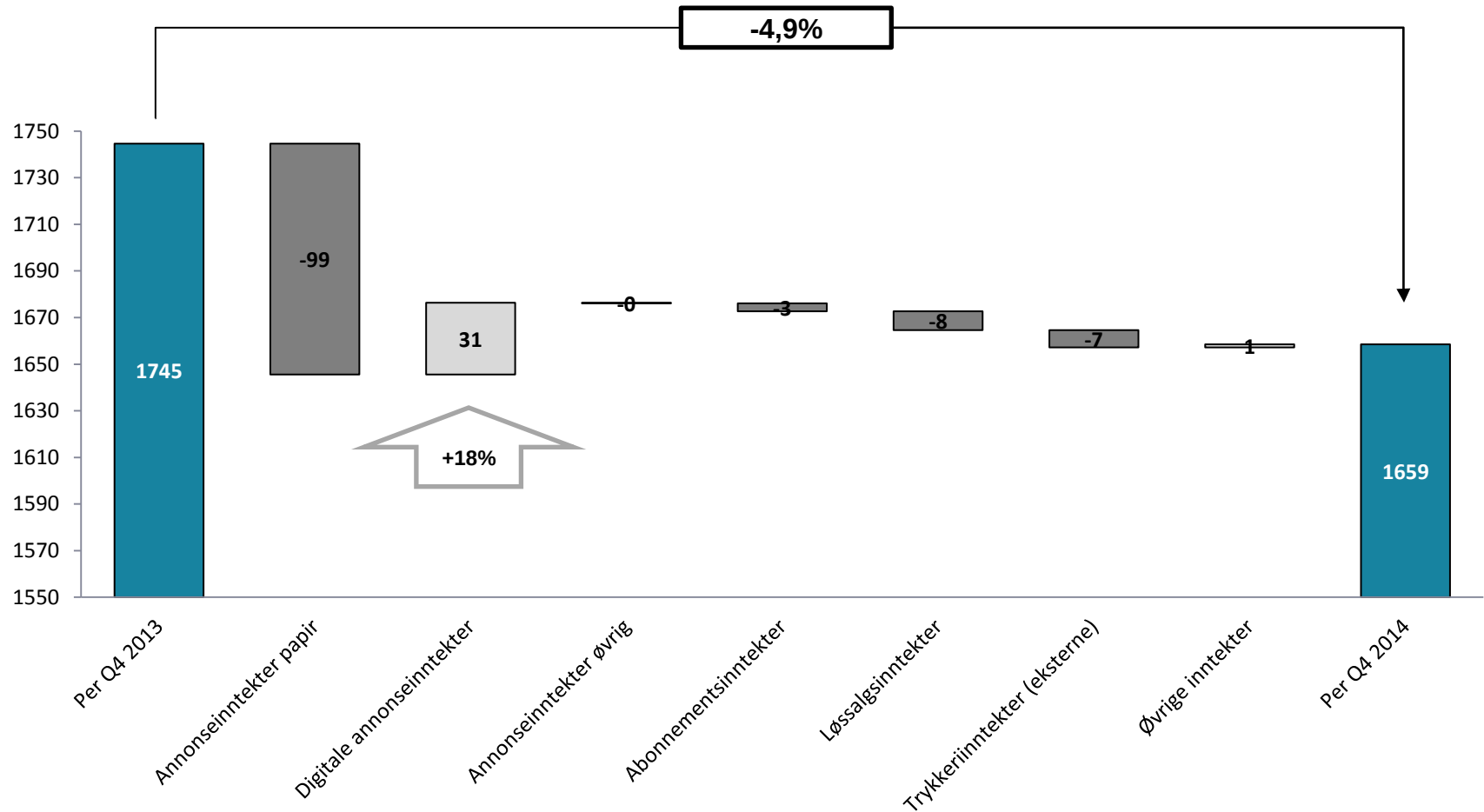
- Varekostnadene ned 5,5%
- Personalkostnadene ned 3,6%
- Andre driftskostnader opp 2,1%

- EBITDA redusert til 36 (54) mill
- EBITDA-margin på 8,5% (12,3%)
- 7 mill. svikt i resultat fra TS/FKV

Samlet inntektssvikt på 86 mill. (4,9%) i 2014

Inntektsutvikling per 4. kvartal 2013 vs. 2014

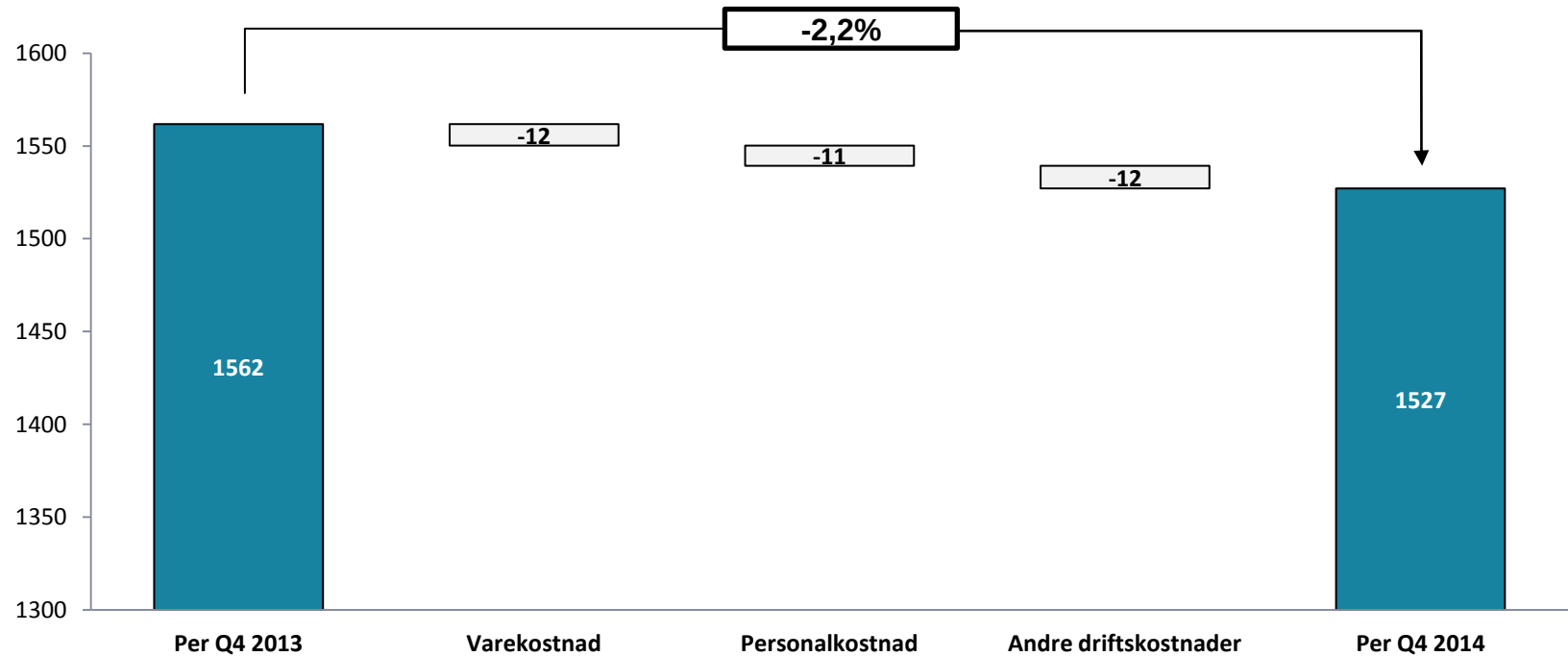
NOK millioner



35 mill. (2,2%) nedgang i driftskostnadene i 2014

Kostnadsutvikling per 4. kvartal 2013 vs. 2014

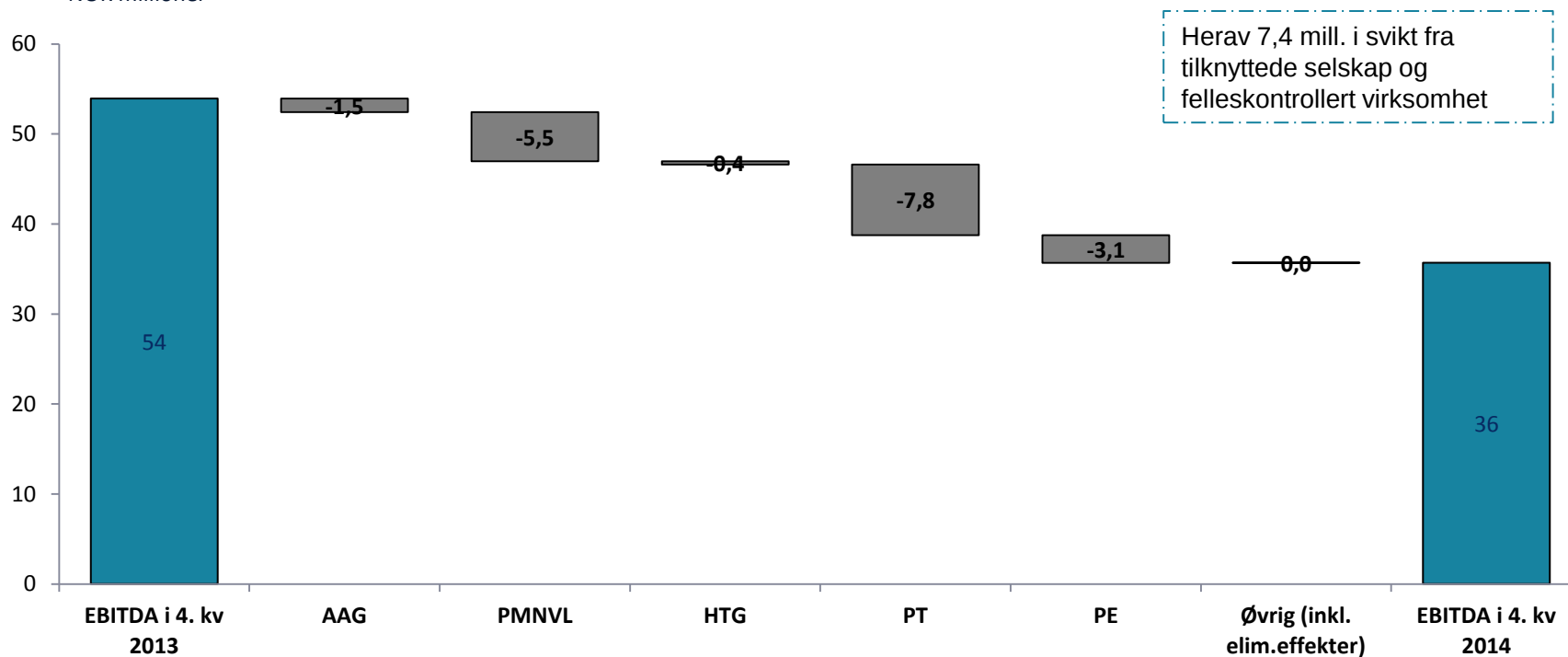
NOK millioner



4. Kvartal krevende innen *stilling* i Sunnmørsposten. HTG med sterke digitale resultater og kostnadsreduksjoner. AAG har god utvikling

EBITDA per hoveddatterselskap – i 4. kvartal 2013 vs. 2014

NOK millioner

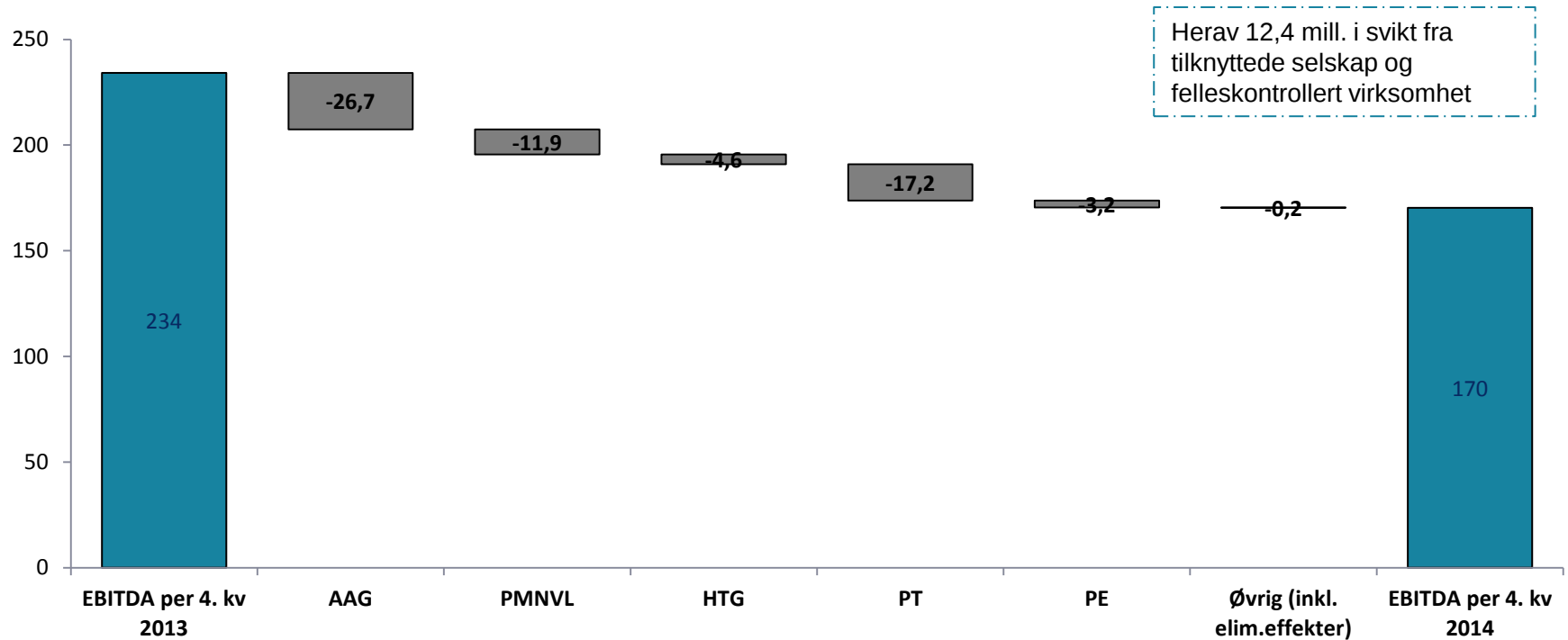


EBITDA 2014:	25	3	3	18	-2	-11
EBITDA 2013:	26	8	4	25	1	-11
Margin 2014:	12,1%	2,8%	5,3%	16,9%		
Margin 2013:	12,7%	7,9%	5,4%	22,4%		

Betydelige kostnadsreduksjoner bremser inntektsnedgangen i papirkanalene i mediehusene. Trykkerivirksomheten svekkes på lavere avisvolum

EBITDA per hoveddatterselskap – per 4. kvartal 2013 vs. 2014

NOK millioner



EBITDA 2014:	94	20	7	87	-5	-32
EBITDA 2013:	121	32	11	104	-2	-32
Margin 2014:	11,9%	5,3%	2,7%	20,7%		
Margin 2013:	14,6%	7,9%	4,2%	23,2%		

Opplaget faller 4,5%, men kompenseres noe av en prisvekst på 2,3%

Opplag	4. kv 2014	4. kv 2013	Endring
Adresseavisen Gruppen	89 754	94 128	-4,6 %
Harstad Tidende Gruppen	36 212	38 320	-5,5 %
Polaris Media Nordvestlandet	78 074	81 145	-3,8 %
SUM	204 040	213 593	-4,5 %

Gjennomsnittlig prisvekst på 2,3% mot samme periode i 2013

Det er gjennomført en netto bemanningsreduksjon på 106 årsverk fra 31.12.12

Bemanningsutvikling faste årsverk (ekskl. avisbud)

