



POLARISMEDIA

Presentasjon av resultater 2. kvartal 2016

Investorpresentasjon, 25. august 2016

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Per Olav Monseth

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Agenda

- Konsernet per 2. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Framtidsutsikter
- Vedlegg

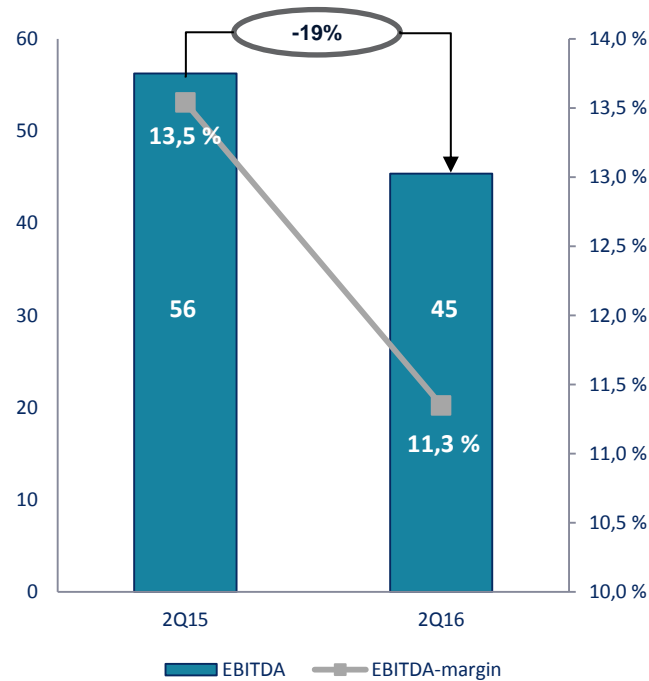
God vekst i abonnementsinntektene, men svak utvikling for annonseinntektene. God vekst i siviltrykkinntekter. Kostnadsreduksjoner kompensere ikke fullt ut for inntektsnedgangen.

- **Abonnementsinntektene** vokste 6%. Abonnementsutvikling i bedring for mediehusene som har innført *Pluss-løsninger*. Vekst i brukere og sidevisninger på mobile plattformer, men nedgang på desktop.
- **Annonseinntektene** samlet ned 12%. Store endringer i annonsemarkedet, som gir størst utfordringer for de største mediehusene. Utvikler nye produkter og salgsstrategier for å møte økt konkurranse.
 - Digitale annonseinntekter ned 15%
 - Annonseinntekter papir ned 10%
- **Trykkeriinntektene** vokser 3% som følge av vekst i siviltrykkinntekter. Endret produktsammensetning, fra avistrykk til siviltrykk, påvirker marginene negativt.
- **Driftskostnadene** redusert med 4 mill. (1%). Iverksatte kostnadsprogrammer gjennomføres som planlagt. Betydelig nedgang i personalkostnader, men endret produktsammensetning og prispress øker salgs- og varekostnadene.
- Nye resultatforbedrende tiltak i størrelsesorden 300 mill. skal realiseres innen 2020, hvorav 120-150 mill. med effekt allerede i 2017. Deler av dette er inntektsforbedringer som følge av satsninger innen annonse, brukermarked og siviltrykk.

EBITDA på 45 (56) mill. og margin på 11,3% (13,5%) i 2. kvartal.

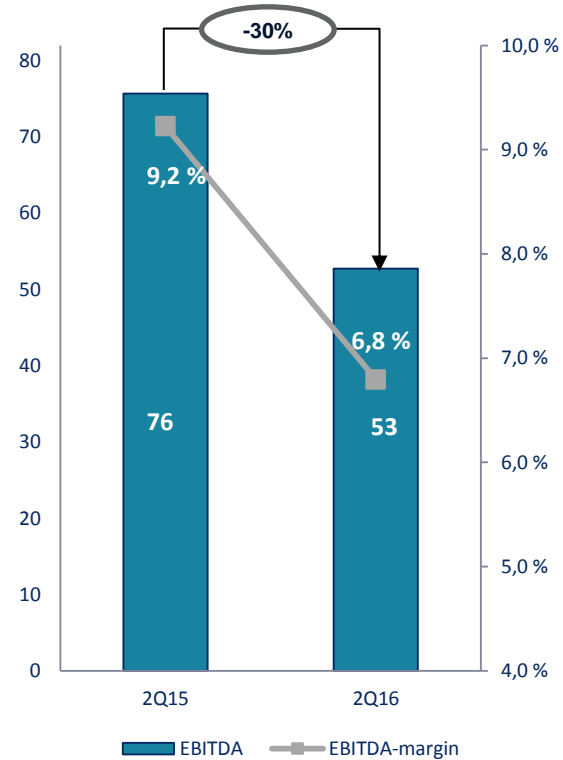
EBITDA og EBITDA-margin i 2. kvartal

NOK millioner , EBITDA-margin %



EBITDA og EBITDA-margin per 2. kvartal

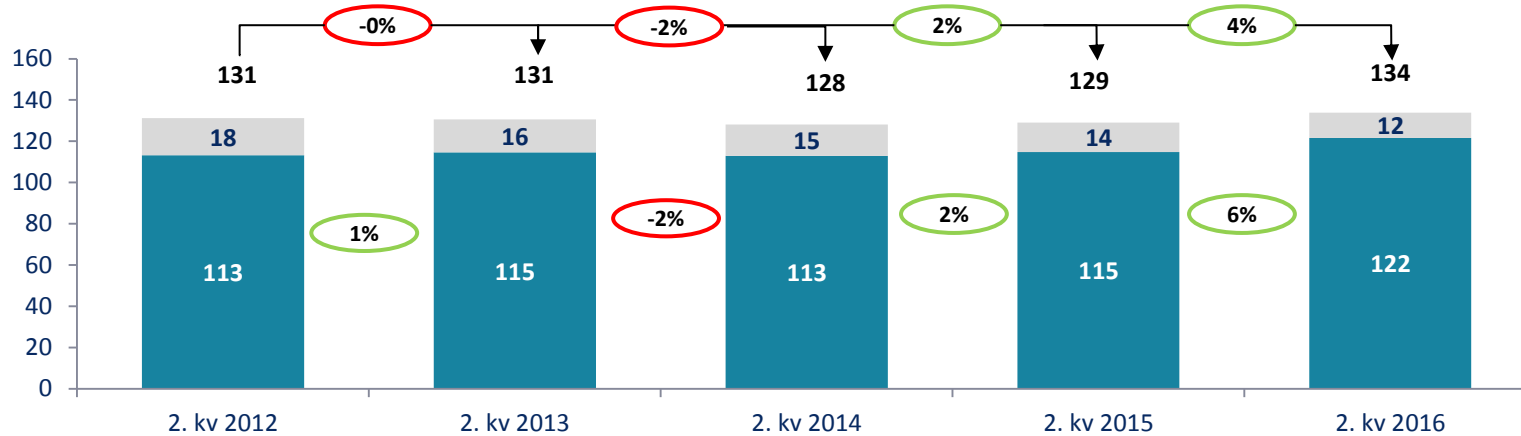
NOK millioner , EBITDA-margin %



Abonnementsinntektene vokste 6%. Abonnementsutvikling i bedring for mediehusene som har innført Pluss-løsninger

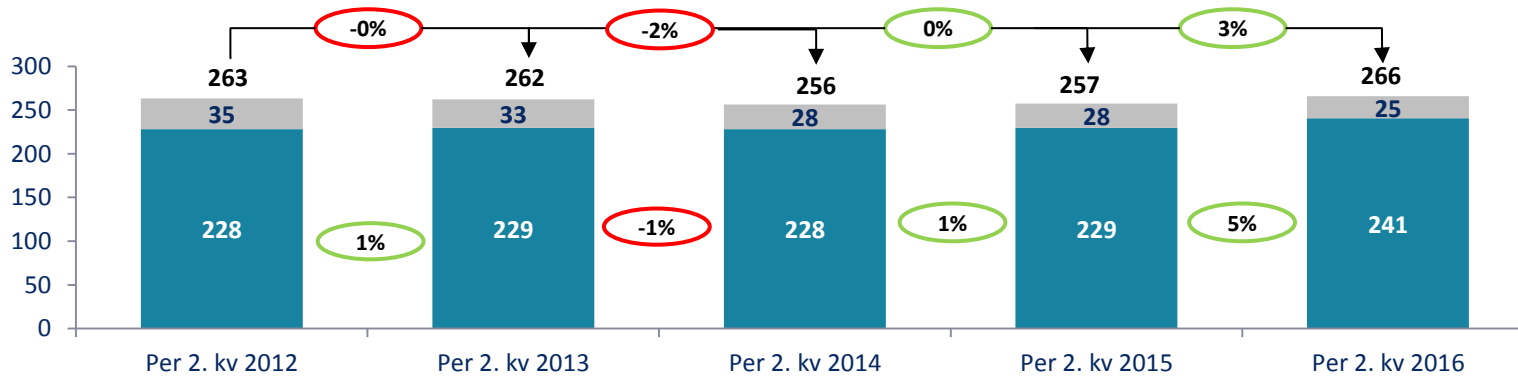
Brukerinntekter

I 2. kvartal 2012-2016, NOK millioner



Brukerinntekter



Per 2. kvartal 2012-2016, NOK millioner



■ Abonnementsinntekter ■ Løssalgsinntekter

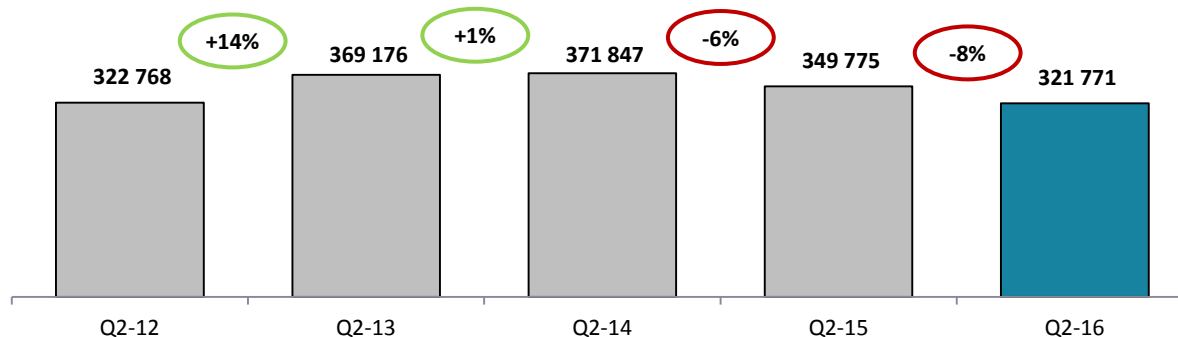
Opplagsvolum ned 4%:
-3% abonnement
-16% løssalg

Den digitale brukerposisjonen styrkes med vekst på mobile plattformer

 Vekst mot fjoråret
 Nedgang mot fjoråret

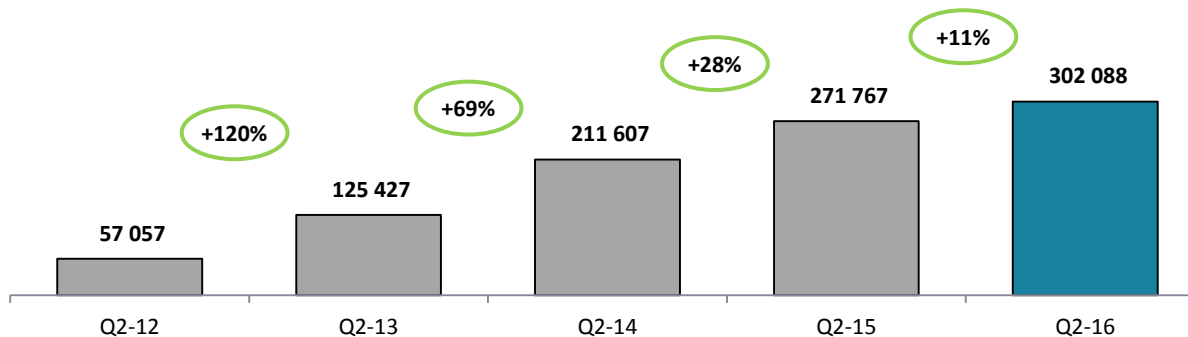
Nedgang i daglige unike nettbrukere i Polaris Media

Snitt daglige brukere i 2. kvartal 2012-2016, målt brutto antall brukere



Fortsatt trafikkvekst på konsernets mobilsider

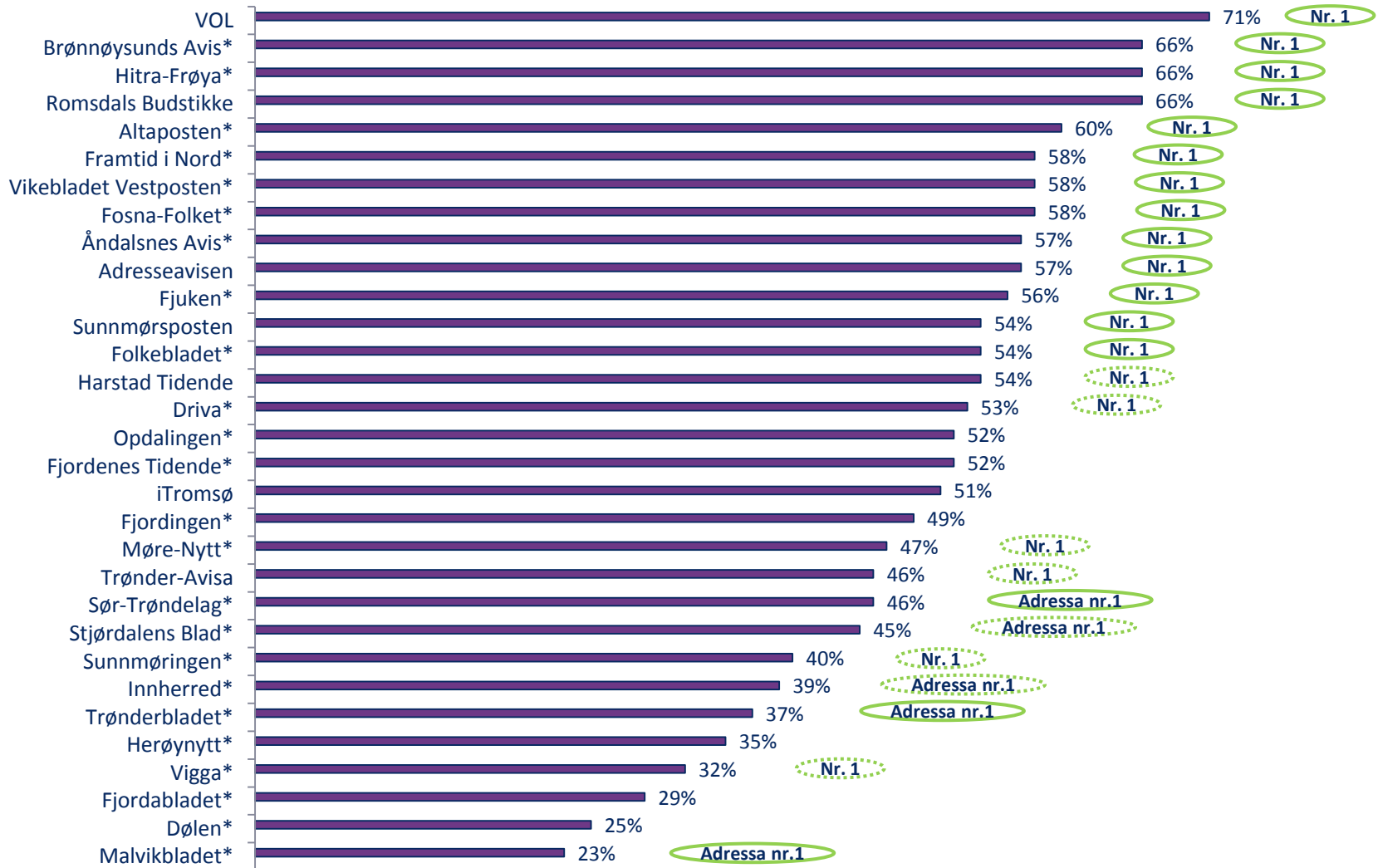
Brutto unike daglige brukere, snitt fra 2. kvartal 2012 til 2. kvartal 2016



Mange mediehus i Polaris Media har etablert ledende nr. 1-posisjoner digitalt

Daglig digital dekning i kjernemarkedet

Norfakta, 2. kvartal 2016 sortert etter daglig digital dekning i utgiverkommune

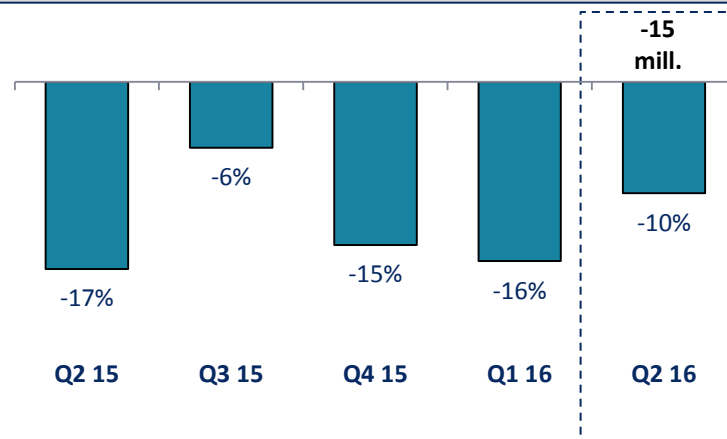


Nr.1-posisjon er målt mot andre mediehus i Q2 2016, * - sist målt i Q1 2016

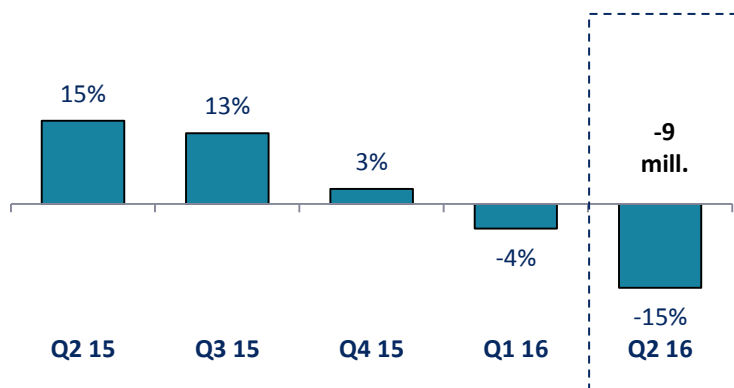
Kilde: Norfakta, heltrukket linje indikerer daglig nr.1-posisjon, stiplet linje indikerer ukentlig nr. 1-posisjon

Økt konkurranse og konjunkturer svekker annonseinntektene...

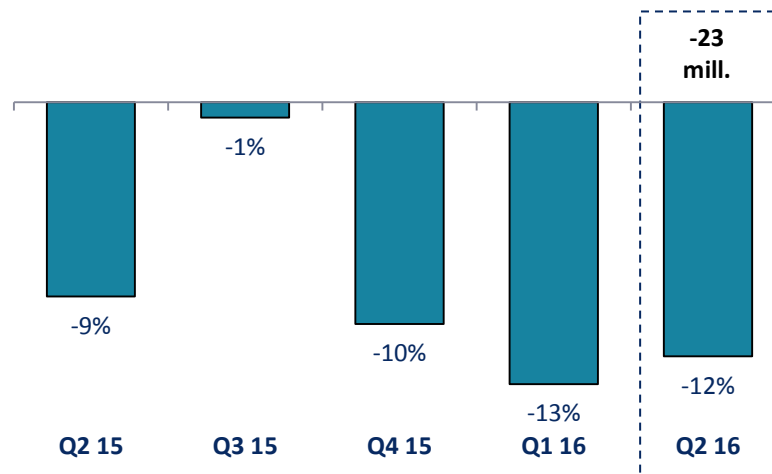
Relativ utvikling i annonseinntekter fra samme kvartal året før (papir)



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

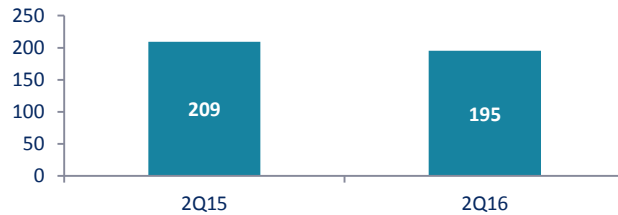


Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra samme periode året før:



Resultatnedgang for mediehusene, spesielt Adresseavisen.

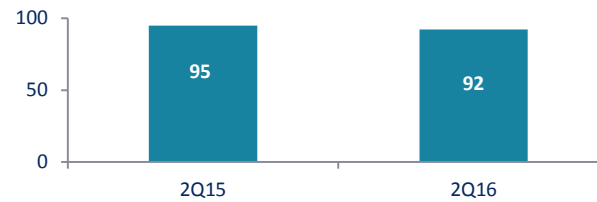
Driftsinntekt i 2. kvartal
NOK millioner



Adresseavisen Gruppen

EBITDA ink. TS/FKV:

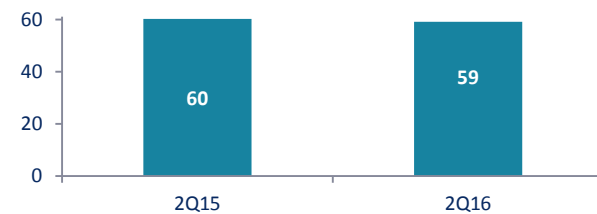
31 **19**



Polaris Media Nordvestlandet

EBITDA ink. TS/FKV:

10 **9**

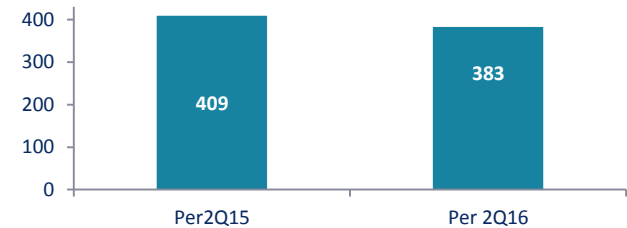


Polaris Media Nord-Norge

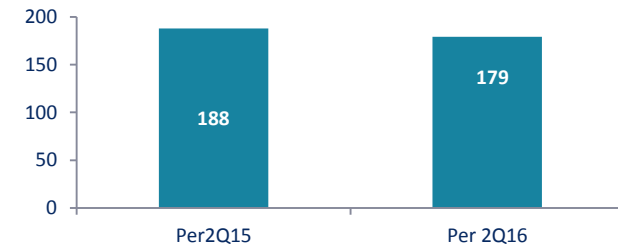
EBITDA ink. TS/FKV:

7 **7**

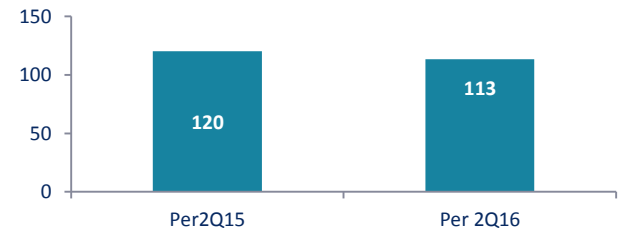
Driftsinntekt og EBITDA-margin per 2. kvartal
NOK millioner



42 **24**



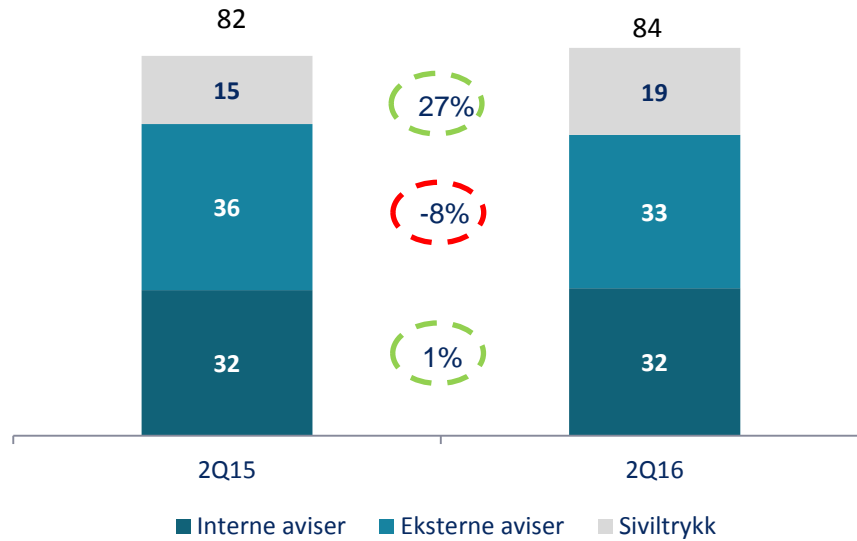
14 **12**



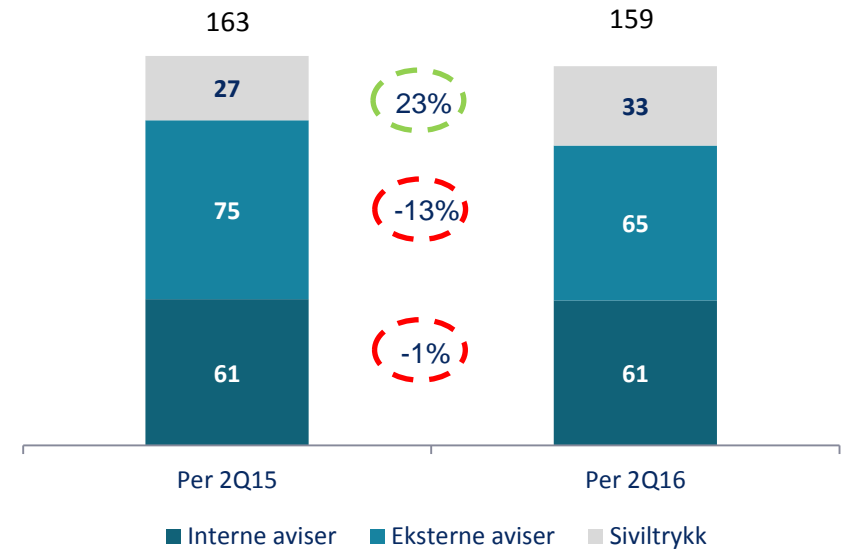
10 **9**

Trykkeriinntektene vokser 3% som følge av vekst i siviltrykkinntekter. Endret produktmiks, fra avistrykk til siviltrykk, påvirker marginene negativt

Trykkeriinntekter Polaris Trykk i 2. kvartal
NOK millioner



Trykkeriinntekter Polaris Trykk per 2. kvartal
NOK millioner



EBITDA:

15

16

28

23

Polaris Media utvikler fremtidens mediekonsern

Ledende brukerposisjoner på alle plattformer

Styrke abonnementsforholdet og øke brukerinntektene

Digital annonsevekst

Nye trykkeri- og distribusjonsinntekter

Utvikle en fremtidsrettet organisasjon

Prosjekt Polaris Media 2020 skal sikre at vi bygger et fremtidsrettet, kompetent og lønnsomt mediekonsern. Dette for å videreføre våre publisistiske tradisjoner, legge til rette for ny vekst og kunne ta nye posisjoner

Mediehusene utfordres av store endringer i markedet som gir fallende topplinje

Hovedutfordringer:

- Sterk konkurranse fra internasjonale aktører i annonsemarkedet gir prispress og fallende markedsandeler
- Endrede leservaner, fra print til digitalt til sosialt og personlig
- Må evne å identifisere nye inntektsstrømmer og forretningsområder
- Stor andel (trinnvis) faste kostnader, og liten andel variable kostnader
- Krav til økt omstillingstakt.
- Har optimalisert betydelig innenfor eksisterende strukturer. Må gjøre mer radikale endringer

Vi må kunne tilby de beste medieproduktene



Avgjørende for å vinne kampen om brukerne og annonsørene

- Tilby relevant innhold og de beste brukeropplevelsene
- Forstå brukerbehov og tilby gode personaliserte produkter
- Videreutvikle og synliggjøre verdien i annonseproduktene
- Kunne være totalrådgiver for annonsekundene og inngå i de mest attraktive annonsealliansene
- Tiltrekke og utvikle den beste kompetansen for å håndtere økt endringstakt og kompleksitet
- Innovere og skape nye produkter og inntektsstrømmer



Vi må tilby konkurransedyktige trykk-produkter og distribusjonsløsninger

Avgjørende for å sikre god lønnsomhet i trykk og distribusjon

- Redusere trykkeri- og distribusjonskostnadene for aviskunder
- Tilby helhetlige trykk- og distribusjonsprodukter for kundene
- Skaffe nye inntekter gjennom å utvikle og tilby attraktive produkter for kunder utenfor mediehusene (f.eks. reklametrykk, tema-bilag, netthandel, pakker)

Nye resultatforbedrende tiltak på i størrelsesorden 300 mill. skal realiseres innen 2020, hvorav 120-150 mill. med betydelig effekt allerede i 2017

- Rendyrke fokus på redaksjonell aktivitet og salg i mediehusene
 - Samle spisskompetanse og ta ut skalafordeler der det er mulig
 - Standardisere plattformer og infrastruktur
 - Redusere kostnader i alle ledd i verdikjeden
 - Sikre produkteierskap og koordinert forretningsutvikling på tvers av selskapene og på tvers i mediebransjen
 - Aktivt å søke etter nye inntektsstrømmer innenfor eller i randsonen av eksisterende virksomhet
 - Vurdere oppkjøp og investeringer
- Deler av tiltakene er inntektsforbedringer som følge av satsninger innen annonse, brukermarked og siviltrykk.
 - En vesentlig del av resultatforbedringene vil måtte skje i form av nedbemanning.
 - Det er lagt til rette for at nedbemanningen skal kunne skje gjennom frivillige ordninger.
 - Styret har gitt en samlet investeringsramme på omtrent 125 mill. for å kunne gjennomføre frivillig nedbemanning.

Agenda

- Konsernet per 2. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Framtidsutsikter
- Vedlegg

Salg av aksjer i Cxense bidrar til regnskapsmessig gevinst i 2. kvartal

2Q16 Faktisk	2Q15 Faktisk	Endring mill. 2Q15-2Q16	Polaris Media konsern NOK millioner	Per 2Q16 Faktisk	Per 2Q15 Faktisk	Endring mill. 2Q15-2Q16	Året 2015 Faktisk
400	415	-15,5	Driftsinntekter	776	820	-44,1	1601
357	361	4,3	Driftskostnader	727	748	21,6	1471
3	2	0,3	Resultat fra selskap etter EK-metoden (TS og FKV)	3	4	-0,4	7
45	56	-10,9	EBITDA	53	76	-22,9	136
11,3 %	13,5 %		<i>EBITDA-margin</i>	6,8 %	9,2 %		8,5 %
22	24	2,6	Ordinære avskrivninger	44	49	5,4	96
0	0	0,0	Nedskrivning	0	0	0,0	107
24	32	-8,3	EBIT	9	27	-17,6	-67
0	0	0,0	Omstillingskostnader og avvikling ytelsespensjon	0	13	-13,1	9
0	0	0,0	Gevinst ved salg av eiendom	0	0	-0,1	0
7	-1	8,1	Øvrige rente- og finansposter	5	-4	9,6	958
31	31	-0,2	Resultat før skatt	14	36	-21,1	900
5	7	2,0	Skattekostnad	1	8	7,0	7
26	24	1,9	Resultat etter skatt	13	28	-14,2	894
0,5	0,8	-0,3	Resultat per aksje (kr)	0,3	1,1	-0,3	19,2

Polaris Media eier betydelige verdier gjennom aksjeposter i FINN.no AS (10%) og Cxense ASA (5%)

Bokført verdi 927 mill. per 2. kvartal. Uendret fra 1. kvartal.

- Overgang til virkelig verdivurdering etter IAS 39 i fjerde kvartal 2015.
- SB 1 Markets har rangert og valgt ut fem meglerhus som dekker Schibsted, og innhentet verdiestimer basert på «*sum-of-the-parts*»-estimer på FINN.no.
- EV-estimat på 9,4 mrd. per 2 kvartal. Verdinedgangen fra årsskiftet anses å være forbigående og er ført som OCI.



Verdiestimer fra meglerhus per 2. kvartal Q2016

	EV estimat (NOKm)		EV/EBITDA 2016E	
	31.12.2015	30.06.2016	31.12.2015	30.06.2016
Carnegie	12 463	11 866	17,0	18,8
DNB	7 980	9 148	11,3	14,0
Barclays	9 715	10 400	14,0	15,0
SEB	11 124	7 932	15,0	12,0
Danske Bank	9 526	7 723	n/a	11,5
Snitt	10 162	9 414	14,3	14,3

Virkelig verdi 55 mill. per 2. kvartal, tilsvarende kurs NOK 150.

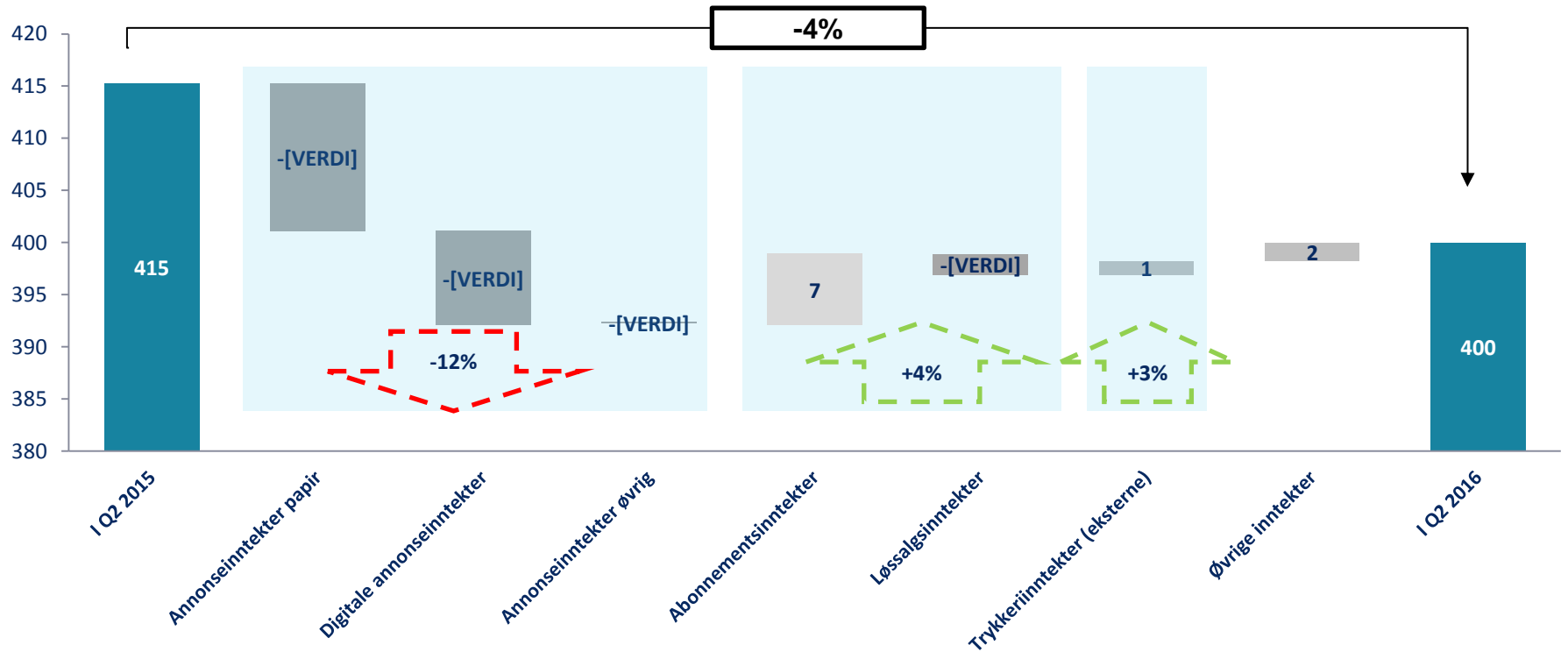
- Solgte 180,000 aksjer til kr. 151 per aksje i 2. kvartal. Realiserte 27 mill.
- Eier 380,328 aksjer, tilsvarende 5%, og 35,000 warrants (@130 kr per aksje).
- Aksjekursen har fortsatt å øke i 3. kvartal



Samlet inntektsnedgang på 15 mill. (4%) i andre kvartal

Inntektsutvikling i 2. kvartal 2015 vs. 2016

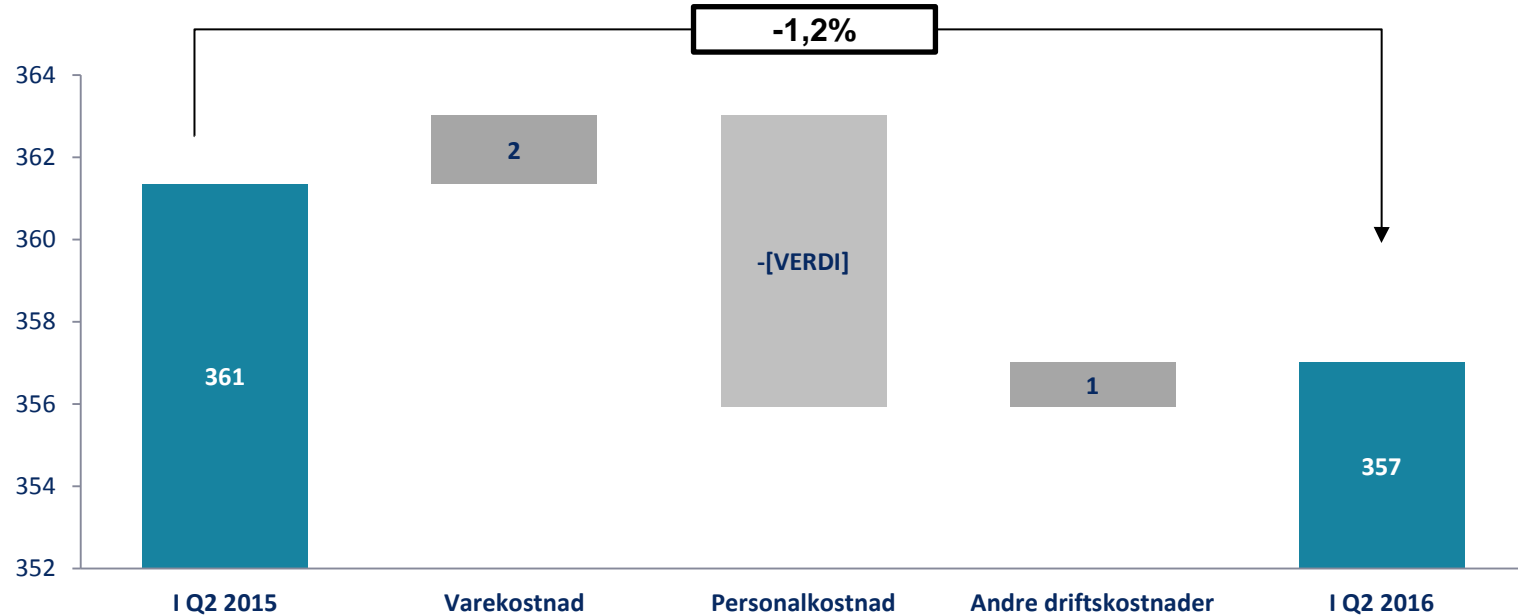
NOK millioner



Samlet nedgang i driftskostnadene på 4 mill. (1%) i andre kvartal. Endret produktsammensetning og prispress øker salgs- og varekostnadene

Kostnadsutvikling i 2. kvartal 2015 vs. 2016

NOK millioner



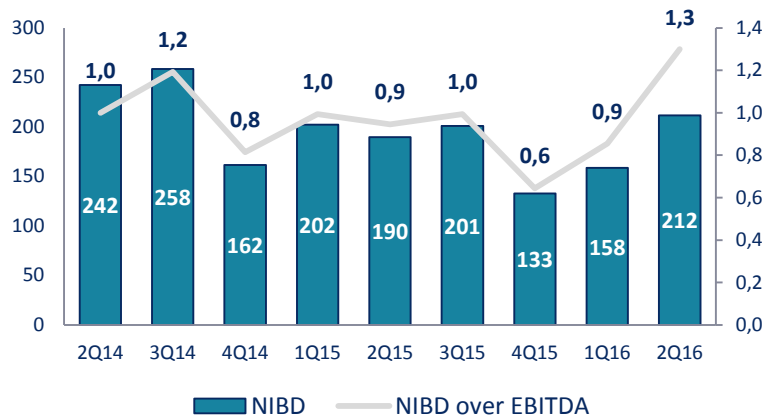
70 mill. i resultatforbedrende tiltak gjennomføres i 2016. Nye resultatforbedrende tiltak besluttet.

Kontantbeholdning på 113 mill. per 2. kvartal. Kontantstrøm fra drift -5 (68) mill. Svakere resultat og forsinket utbytte fra FINN.no trekker ned.

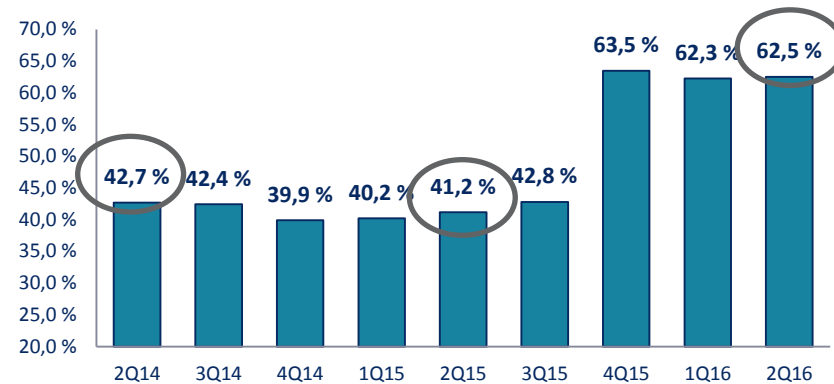
Kontantstrømpoppstilling (Tall i 1.000 NOK)	2.kvartal 2016	2. kvartal 2015	Per 2. kvartal 2016	Per 2. kvartal 2015	Året 2015
Driftsresultat (EBITDA)	45,4	70,7	52,7	113,9	189,7
Avvikling ytelsbaserte pensjoner ⁵⁾	0,0	0,0	0,0	-22,5	-22,5
Avsetninger til omstillingstiltak (pensjon og sluttpakke) ⁵⁾	0,0	0,0	0,0	9,4	13,0
Korrigert resultatandel Finn.no	0,0	-14,5	0,0	-25,1	-44,5
Driftsresultat EBITDA	45,4	56,2	52,7	75,7	135,7
<i>Justert for</i>					
Betalt skatt	-0,1	-1,4	-0,3	-4,5	-3,2
Endring arbeidskapitalposter	-47,8	-30,4	-52,0	-48,5	-10,1
Pensjon ⁵⁾	-0,2	-4,8	-11,1	-9,4	-21,9
Resultat fra selskap etter egenkapitalmetoden	-2,6	-2,3	-3,2	-3,6	-6,5
Mottatt utbytte fra tilknyttede selskap ¹⁾	0,0	50,4	1,1	51,9	53,0
Netto kontantstrøm fra driftsaktiviteter	-5,3	67,8	-12,7	61,5	147,0
Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter					
Driftsinvesteringer	-8,8	-13,2	-24,9	-32,6	-65,4
Finansielle investeringer	20,3	-2,0	20,3	-31,6	-22,7
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	11,5	-15,2	-4,7	-64,1	-88,1
Kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter					
Opptak av lån ²⁾	0,0	0,0	0,0	5,3	5,3
Nedbetaling av lån	-9,6	-9,6	-19,6	-20,9	-47,3
Mottatte renter og avdrag lån fra FKV	0,0	0,0	1,5	0,0	4,5
Netto finans	1,6	-2,3	-1,2	-5,9	-9,1
Utbetalt utbytte	-61,1	-48,9	-61,1	-48,9	-48,9
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	-69,0	-60,8	-80,5	-70,4	-95,5
Endring i kontantbeholdning					
Kontantbeholdning ved periodens begynnelse	175,5	172,4	210,6	218,1	218,1
Kontantbeholdning nye selskap ved oppkjøp 01.01.	0,0	9,9	0,0	29,1	29,1
Netto kontantstrøm	-62,8	-8,2	-97,9	-73,0	-36,5
Kontantbeholdning ved periodens slutt ³⁾	112,7	174,1	112,7	174,1	210,6
Kontanter knyttet til eiendeler holdt for salg	-1,2	-1,1	-1,2	-1,1	-1,1

Polaris Media har en god finansiell posisjon

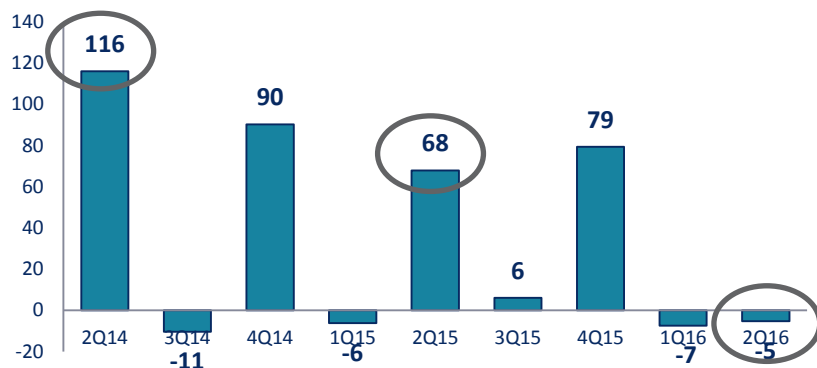
NIBD* – MNOK



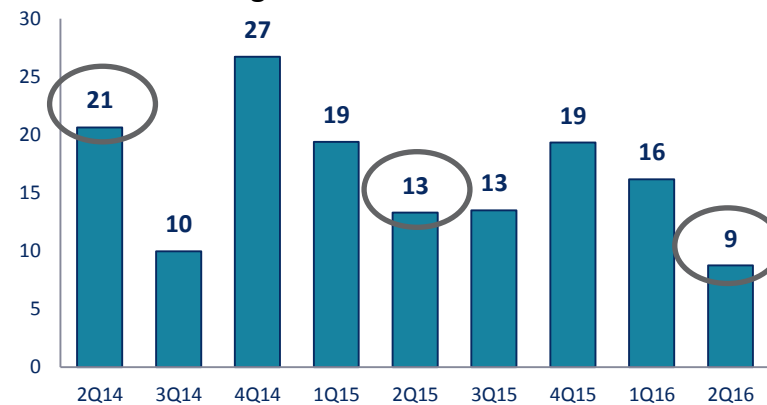
Egenkapitalandel (%)



Kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter – mill. NOK



Driftsinvesteringer – mill. NOK



Agenda

- Konsernet per 2. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- Framtidsutsikter
- Vedlegg

Forventninger til 2016:

Fortsatt svak utvikling i annonseinntektene som følge av svakere utvikling i norsk økonomi og økt konkurranse i annonsemarkedet

Fortsatt vekst i abonnementsinntekter

Fortsatt redusert inntjening fra trykk

Minimum 70 mill. i resultatforbedrende tiltak i 2016.