



POLARIS MEDIA

Det ledende medie- og trykkerikonsernet fra Nordvestlandet til Finnmark

Presentasjon av regnskap per 2. kvartal 2012

Investorpresentasjon, 17. august 2012

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Agenda

1. Hovedpunkter

2. Konsernet i 2. kvartal
3. Finansielle nøkkeltall
4. Fremtidsutsikter
5. Vedlegg

Hovedpunkter i 2. kvartal og 1. halvår 2012

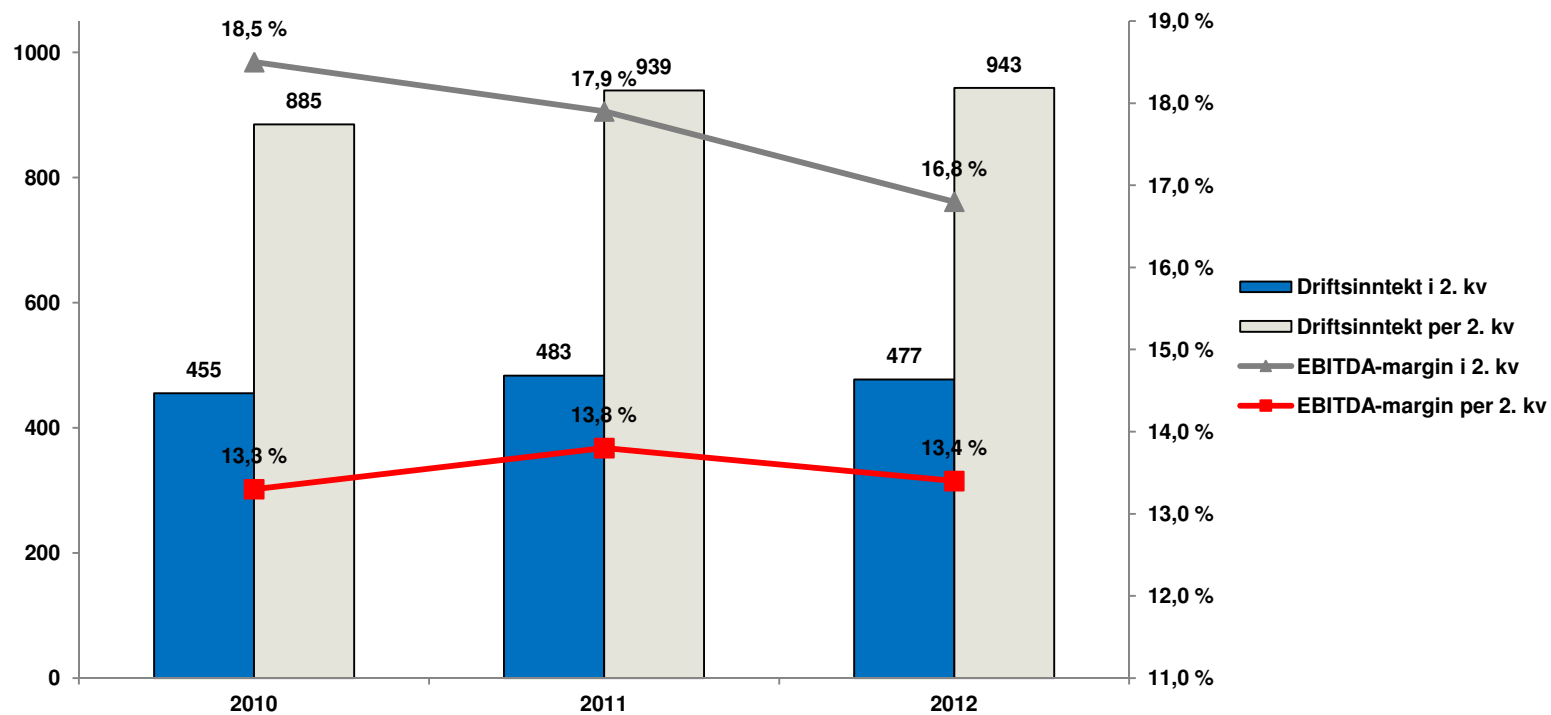
(tall i parentes er samme periode i fjor)

- **Labilt 1. halvår med et sterkt 1. kvartal og svakere 2. kvartal, hvor samtlige måneder har vært bak fjoråret – annonseinntektene vokser 1,4% per 1. halvår, men faller med -2,8% i 2. kvartal**
 - Generelt mer utfordrende og labilt annonsemarked på tvers av bransjer og regioner i 2. kvartal, men også negativt påvirket av terrorrettsaken i april.
 - Total annonseomsetning i 2. kvartal falt til 242 (249) mill., men endte likevel opp til 478 (472) mill. for 1. halvår.
 - Samlede driftsinntekter ned 1,2% i 2. kvartal til 477 mill. (483 mill.), men vokser 0,3% til 943 (939) mill. i 1. halvår.
 - EBITDA i 2. kvartal ned 7,4% til 80 mill. (86 mill.), driftsmarginen redusert til 16,8% (17,9%). Per 1. halvår ned 2,3% til 127 (130) mill. med margin på 13,4% (13,8%).
- **God vekst i digitale annonseinntekter.**
 - Digitale inntekter øker 9,4% i 2. kvartal. Spesielt positiv utvikling i Polaris Media Nordvestlandet med 22,9% vekst. Digitale inntekter utgjør 16,1% (14,3%) av samlede annonseinntekter.
 - Digitale inntekter øker med 13,5% per 1. halvår. Digitale inntekter utgjør 16,1% (9,8%) av samlede annonseinntekter
 - Fortsatt sterk vekst i reklameinntekter på mobil hvor omsetningen per 1. halvår nå utgjør 2,4 mill.
- **Lav kostnadsvekst på 0,1% i 2. kvartal. 0,8% per 1. halvår.**
 - Lavere kostnader til redaksjonelle innkjøp, noe lavere trykkerikostnader samt generelle kostnadsreduksjoner bidrar sammen med effekter fra resultatforbedringsprogrammene til den lave kostnadsveksten.
- **Opplagsinntektene er stabile. Moderat nedgang i opplagsvolumet. E-avis vokser sterkt.**
 - Opplagsvolumet faller med -2,1%, men kompenseres med en prisvekst på 3,1%.
 - Nedgangen er lavest i Adresseavisen Gruppen med -1,6%. Nedgang i Polaris Media Nordvestlandet og HTG med henholdsvis -2,4% og -2,7%.
 - 132% vekst i antall abonnenter med e-avis.
- **Fortsatt stabil og god resultatvekst i Polaris Trykk med EBITDA-økning på 2,5%.**
 - God kapasitetsutnyttelse og kostnadskontroll
 - EBITDA i 2. kvartal opp 2,5% til 33 mill. (32 mill.), driftsmarginen økt til 22,0% (21,0%). Per 1. halvår 62 (60) mill. med margin på 21,2% (20,5%).

Et utfordrende 2. kvartal, men et stabilt 1. halvår – EBITDA-marginen på 16,8% (17,9%) i 2. kvartal.

Driftsinntekter og EBITDA-margin

Millioner kroner, EBITDA-margin %

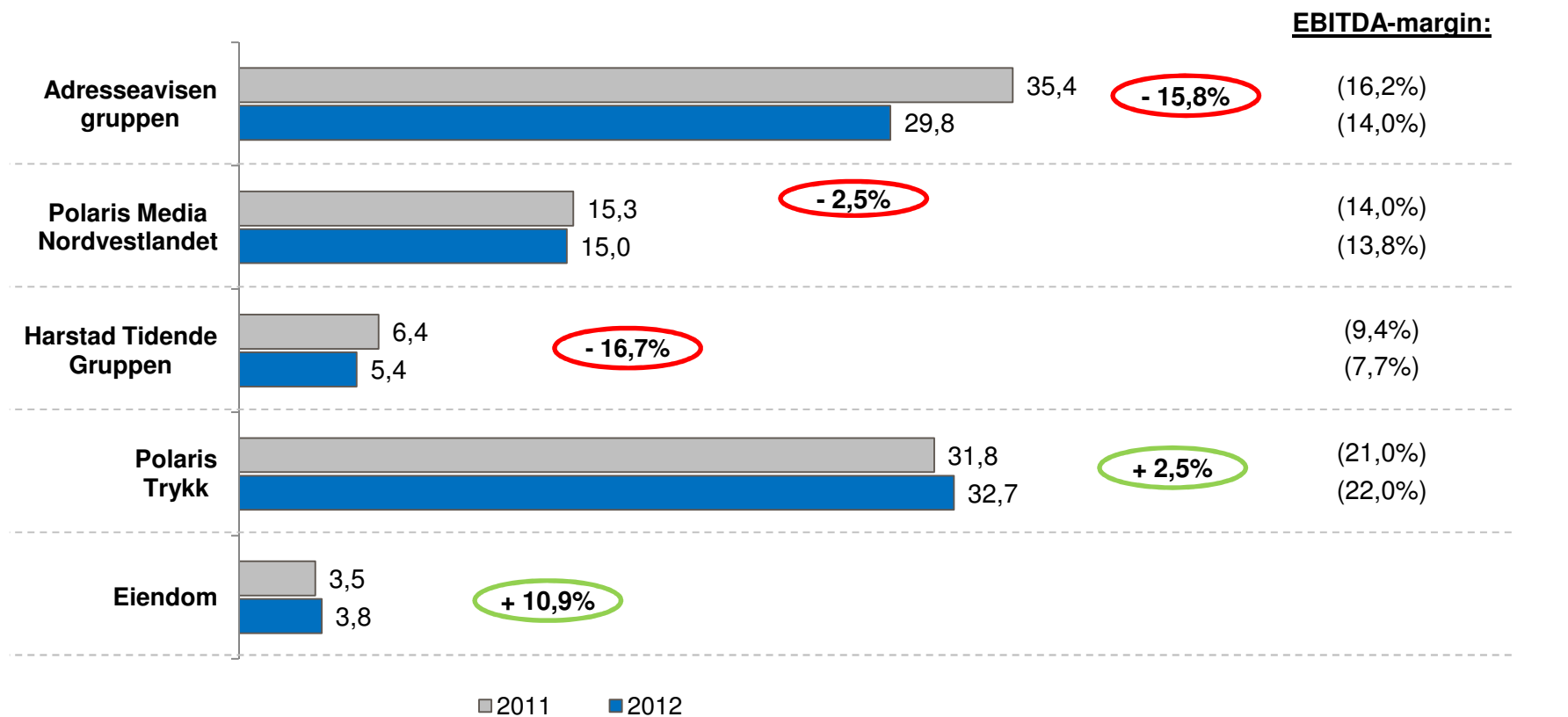


EBITDA i 2. kvartal:	84	86	80
EBITDA per 2. kvartal	118	130	127
EBITDA-andel TS per 2. kvartal	27	35	37
EBITDA inkl. TS per 2. kvartal	144	165	164

2. kvartal: EBITDA i mediehusene ned 12,3%. Trykkerivirksomheten opp 2,5%.

EBITDA per hoveddatterselskap – 2011* og 2012

Millioner kroner i 2. kvartal, før engangseffekter (EBITDA-margin)



○ Vekst mot fjoråret
○ Nedgang mot fjoråret

* 2011 er proforma, justert for oppkjøpt virksomhet under SMP

Agenda

1. Hovedpunkter
- 2. Konsernet i 2. kvartal**
3. Finansielle nøkkeltall
4. Fremtidsutsikter
5. Vedlegg

Redusert opplagsnedgang og sterk brukervekst digitalt. Sterk mobilvekst.

1 Videreutvikle nr. 1 posisjoner

2 Øke digitale inntekter betydelig

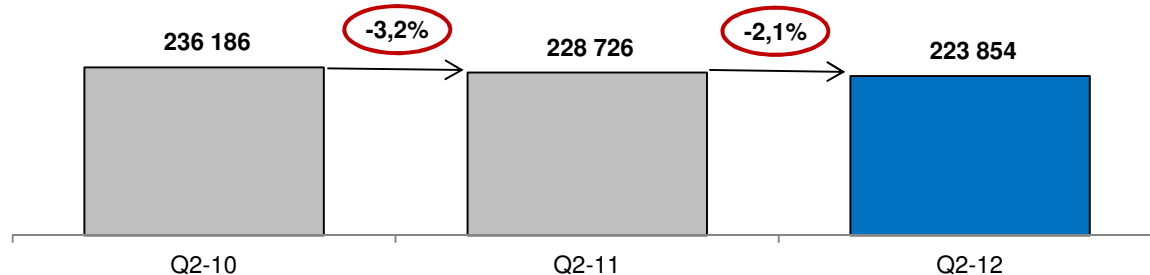
3 Effektiv drift

4 Sikre maksimal utnyttelse av trykkerikapasiteten

Redusert opplagsnedgang – drevet av e-avis og bedre løssalg

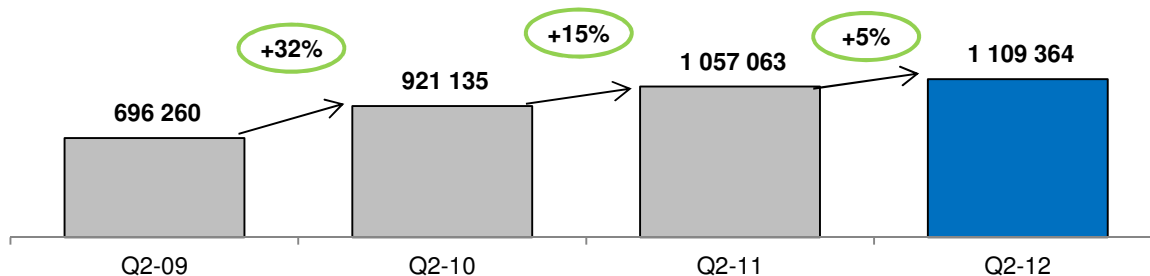
Historiske opplagstall per 2. kvartal, proforma. *

○ Vekst mot fjoråret
○ Nedgang mot fjoråret



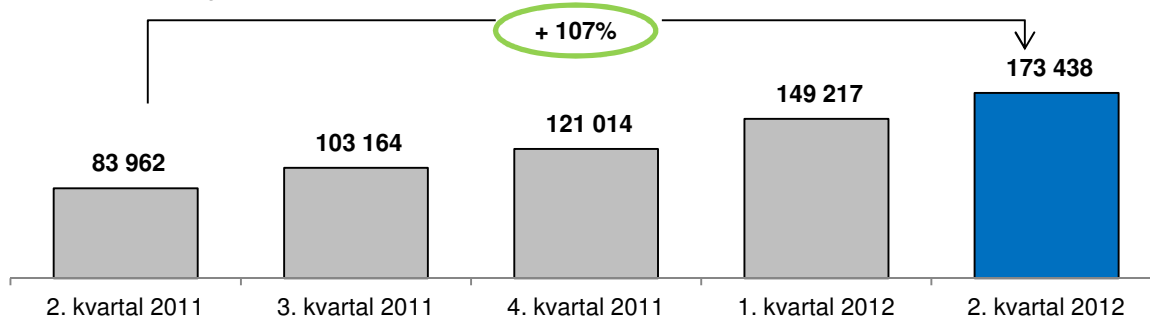
Fortsatt vekst i ukentlige unike brukere i Polaris Media

Snitt ukentlige brukere i 2. kvartal 2009 - 2012, målt i brutto antall brukere



Sterk trafikkvekst på konsernets mobilsider

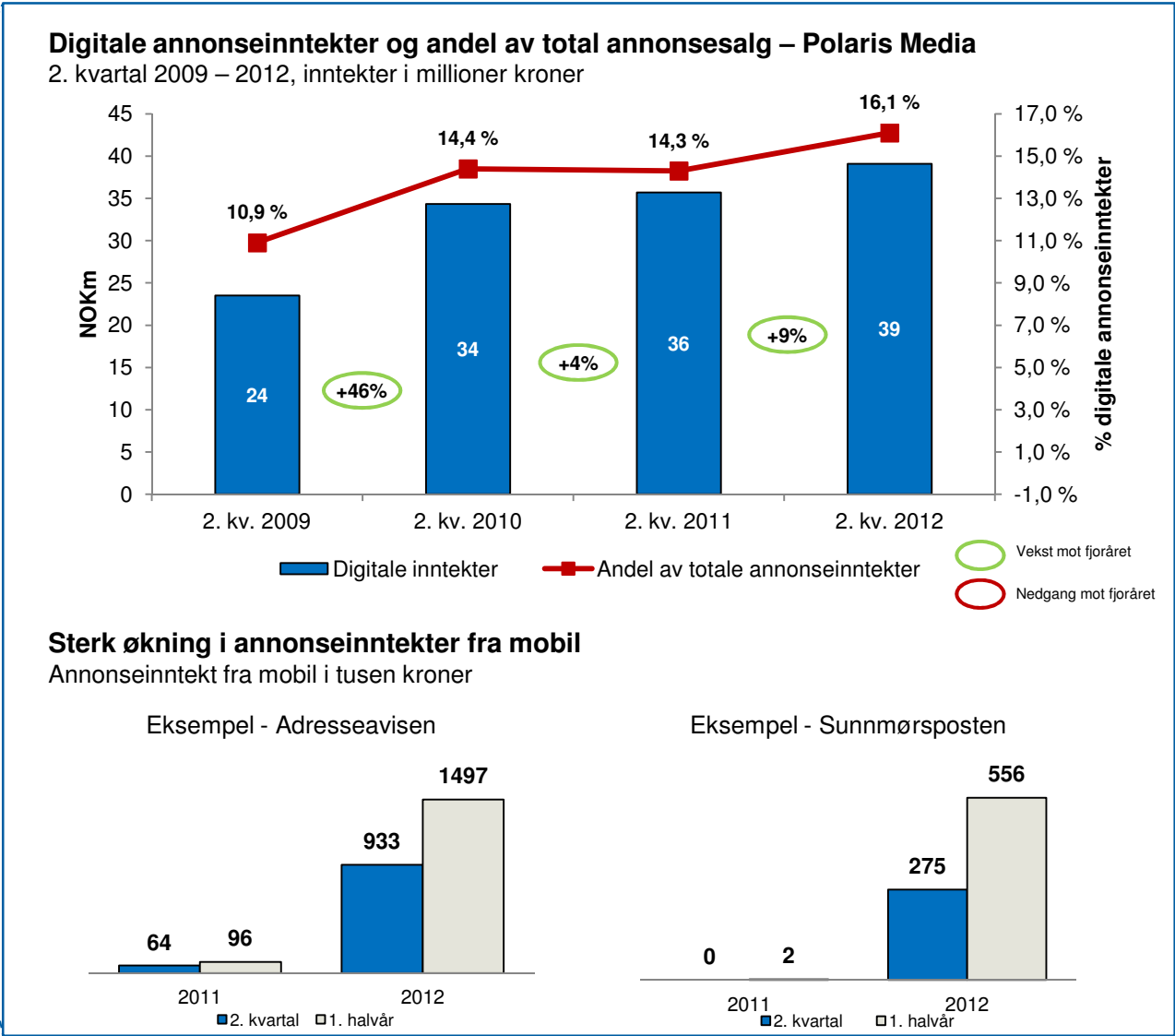
Brutto unike ukentlige brukere, snitt fra 2. kvartal 2011 til 2. kvartal 2012



* Se side 27

Digitale annonseinntekter økt med 9,4% fra i 2. kvartal 2011 til 2012, og utgjør nå 16,1% av totale annonseinntekter. Spesielt sterkt vekst i inntekter fra mobil

- 1 Videreutvikle nr. 1 posisjoner
- 2 Øke digitale inntekter betydelig
- 3 Effektiv drift
- 4 Sikre maksimal utnyttelse av trykkerikapasiteten



Polaris Media bygger posisjoner for å skape økte digitale brukerinntekter i fremtiden. 132% vekst i abonnenter med e-avis.

1

Videreutvikle nr. 1 posisjoner

2

Øke digitale inntekter betydelig

3

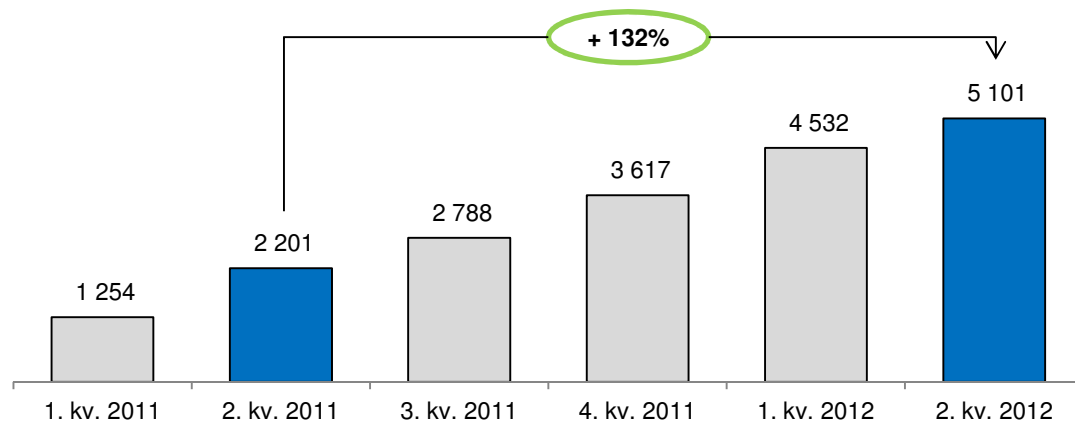
Effektiv drift

4

Sikre maksimal utnyttelse av trykkerikapasiteten

Sterk vekst i antall abonnenter med elektronisk avis

Antall aktive digitale abonnenter ved utgangen av kvartalet (nett, lesebrett og PDF) *



- Polaris Media har ~5.200 (~2.200) e-avisabonnenter, hvorav ~3.900 (~1.400) har tilgang til e-avis på lesebrett *
- 51% av abonnementene har elektronisk avis som tillegg til papiravisen, mens 49% er rene digitale abonnemeter.
- I tillegg til elektroniske aviser har Møre-Nytt på nett en digital abonnementsmasse som tilsvarer ~6% av avisopplaget

* Målt i antall abonnenter. E-avis er i 2012 opplagstelligende på linje med papiravis (rene abonnemeter), mens digitale tilleggssabonemeter er tellende ihht. Hvor mye prisen er rabattert jamført med full pris for det digitale produktet

Polaris Media har lav kostnadsvekst og effektiviseringstiltak gjennomføres som planlagt

1

Videreutvikle nr. 1 posisjoner

2

Øke digitale inntekter betydelig

3

Effektiv drift

4

Sikre maksimal utnyttelse av trykkerikapasiteten

- **Kostnadsvekst på 0,1% i 2. kvartal og 0,8% per 1. halvår**
 - Lavere papir- og trykkerikostnader
 - Reduserte kostnader både til redaksjonell og administrativ drift
 - Resultatforbedrende tiltak gjennomføres i henhold til plan
- **Forventer videre moderat kostnadsvekst**
 - Moderat økning i trykkostnader grunnet redusert papirpris og økt automatisering
 - Fortsatt effekter av resultatforbedrende tiltak
- **Kontinuerlige effektiviseringsinitiativ gjennomføres for å holde kostnadsveksten nede.**

God kapasitetsutnyttelse i Polaris Trykk, ytterligere initiativ og investeringer gjennomført for å effektivisere driften

1

Videreutvikle nr. 1 posisjoner

2

Øke digitale inntekter betydelig

3

Effektiv drift

4

Sikre maksimal utnyttelse av trykkerikapasiteten

- Ansvarlig for cold-set siviltrykkproduksjon for Coop Norge



- Står for deler av siviltrykksproduksjonen for:



SPORT



JERNIA

REMA 1000



- Totalt utgjør eksterne aviser og siviltrykk 63% av trykkeriinntektene i Polaris Trykk
- Investert i automatisering av trykkingen i Polaris Trykk Trondheim

Agenda

1. Hovedpunkter
2. Konsernet i 2. kvartal
- 3. Finansielle nøkkeltall**
4. Fremtidsutsikter
5. Vedlegg

Driftsinntektene ned 1,2% i 2. kvartal. Marginal kostnadsvekst på 0,1%.

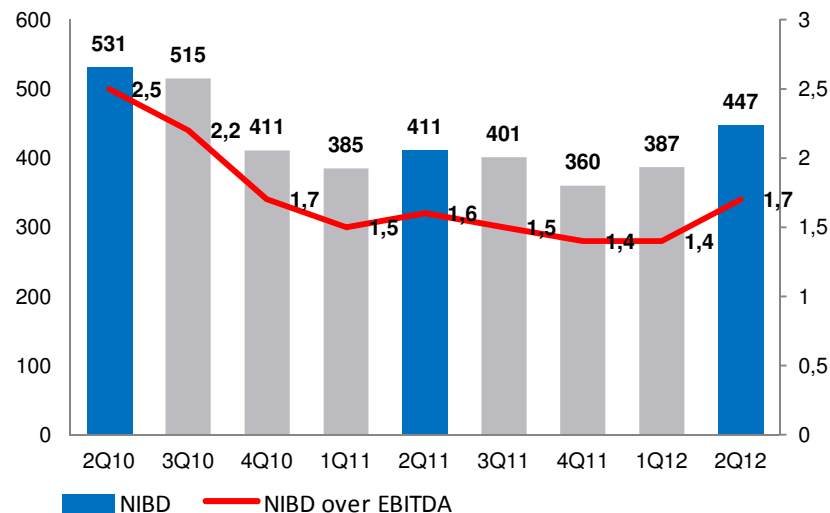
2Q11 Faktisk	2Q12 Faktisk	Endring % 2Q11-2Q12	Polaris Media konsern Mill kr	Per 2Q12 Faktisk	Per 2Q11 Proforma	Året 2011 Proforma	Endring % per 2Q11-2Q12
483	477	-1,2 %	Driftsinntekter	943	939	1 850	0,3 %
397	397	0,1 %	Driftskostnader	816	810	1 618	0,8 %
86	80	-7,4 %	EBITDA før engangseffekter	127	130	232	-2,3 %
0	0	0	Engangseffekter	0	0	7	0,0 %
86	80	-7,4 %	EBITDA etter engangseffekter	127	130	225	-2,3 %
27	28	4,5 %	Ordinære avskrivinger	56	54	109	3,4 %
0	0		Nedskrivning	0	0	0	0,0 %
60	52	-12,7 %	EBIT	71	76	116	-6,4 %
16	14	-16,9 %	Resultatandel tilknyttede selskaper	25	22	40	16,4 %
-6	-7	10,9 %	Øvrige rente- og finansposter	-15	-11	-16	-38,1 %
10	6	-34,9 %	Netto finansposter	10	10	24	-6,6 %
70	59	-15,9 %	Resultat før skatt	81	86	139	-6,4 %
17,9 %	16,8 %	-6,2 %	EBITDA-margin	13,4 %	13,8 %	12,5 %	-2,6 %

Kontantbeholdning på 68 mill. per 1. halvår. Forskyvninger i inn- og utbetalinger samt økte skatt- og pensjonsbetalinger medfører svekket kontantstrøm fra drift

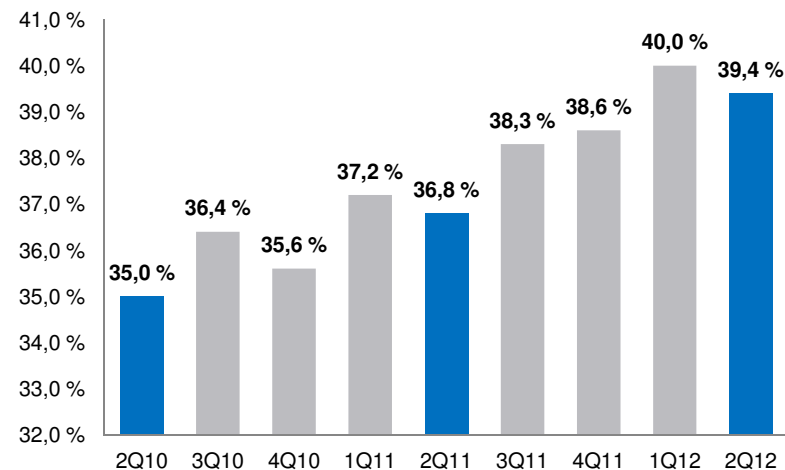
MNOK	Per 2Q12	Per 2Q11	Per 4Q11
Kontantstrøm fra operasjonell drift	34	74	179
Kontantstrøm fra driftsinvesteringer (kjøp)	-35	-31	-59
Kontantstrøm fra driftsinvesteringer (salg)	0	55	55
Kontantstrøm fra finansielle investeringer	-1	-19	-21
Låneopptak	0	0	0
Nedbetaling lån	-41	-48	-109
Utbetalt utbytte	-86	-73	-73
Endring i kontantbeholdning	-130	-43	-28
Kontantbeholdning ved periodens begynnelse	197	225	225
Kontanter knyttet til eiendeler holdt for salg	0	0	0
Kontantbeholdning ved periodens slutt	68	183	197

Polaris Media har solid finansiell kapasitet

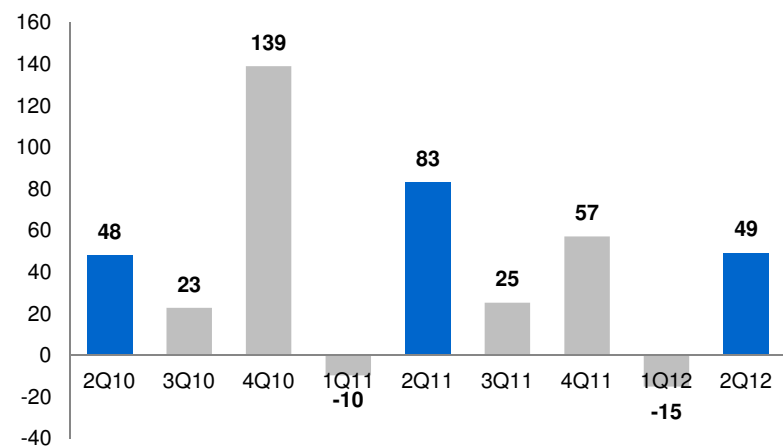
NIBD – MNOK



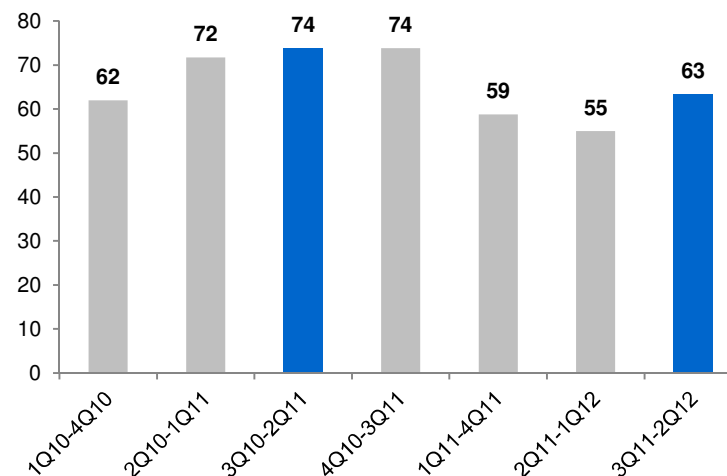
Egenkapitalandel (%)



Kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter *– MNOK



12 mnd. rullerende CAPEX - MNOK



* Inntil Q2 2011 fulgte Polaris Media Nordvestlandet faktureringsrutiner for abonnement i Edda Media. Dette medfører at historisk kontantstrøm i enkelte kvartal før Q2 2011 avviker fra nåværende kontantstrøm.

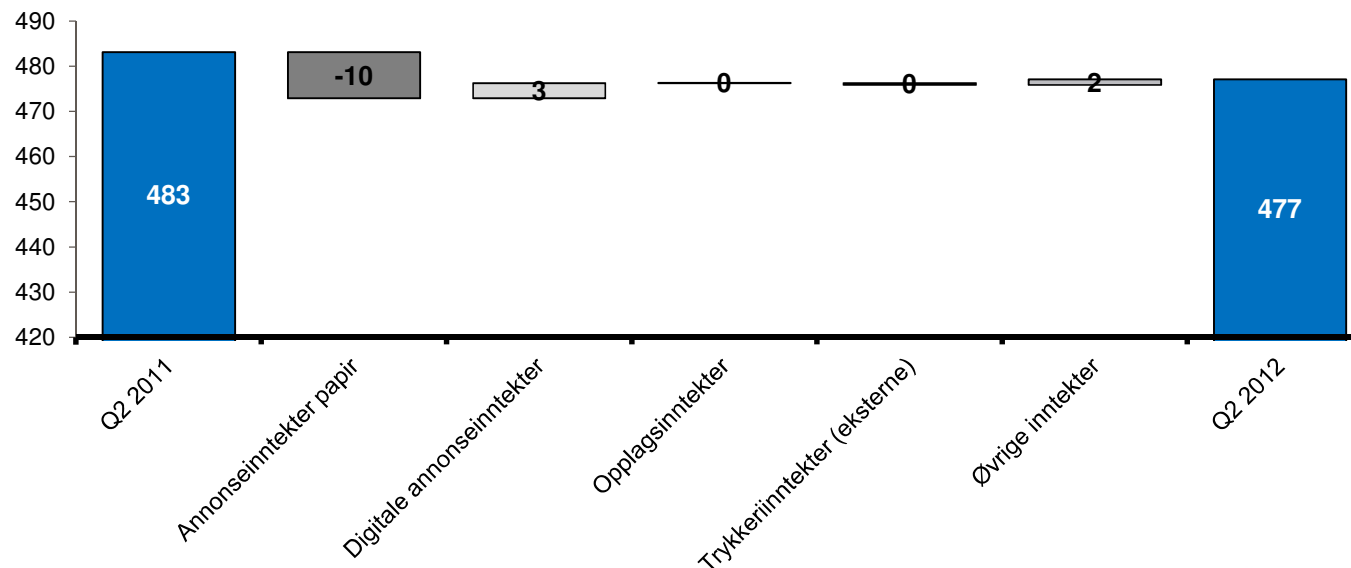
Svak utvikling i annonseinntekter fra papiravisen trekker ned, god vekst i digitale annonseinntekter

Inntektsutvikling i 2. kvartal 2012

2Q11 Faktisk	2Q12 Faktisk	Endring % 2Q11-2Q12	Polaris Media konsern Mill kr	Per 2Q12 Faktisk	Per 2Q11 Proforma	Året 2011 Proforma	Endring % per 2Q11-2Q12
249	242	-2,8 %	Annonseinntekter	478	472	916	1,4 %
36	39	9,4 %	Herav digitale inntekter	77	68	138	13,5 %
124	124	0,0 %	Opplagsinntekter	248	247	495	0,5 %
78	78	-0,5 %	Trykkeriinntekter (eksterne)	152	151	309	0,3 %
32	34	3,8 %	Øvrige inntekter	65	70	130	-7,1 %
483	477	-1,2 %	Driftsinntekter	943	939	1 850	0,3 %

Inntektsutvikling fra 2. kvartal 2011 til 2. kvartal 2012

Tall i millioner kroner, før engangseffekter, merk: akse starter på 420

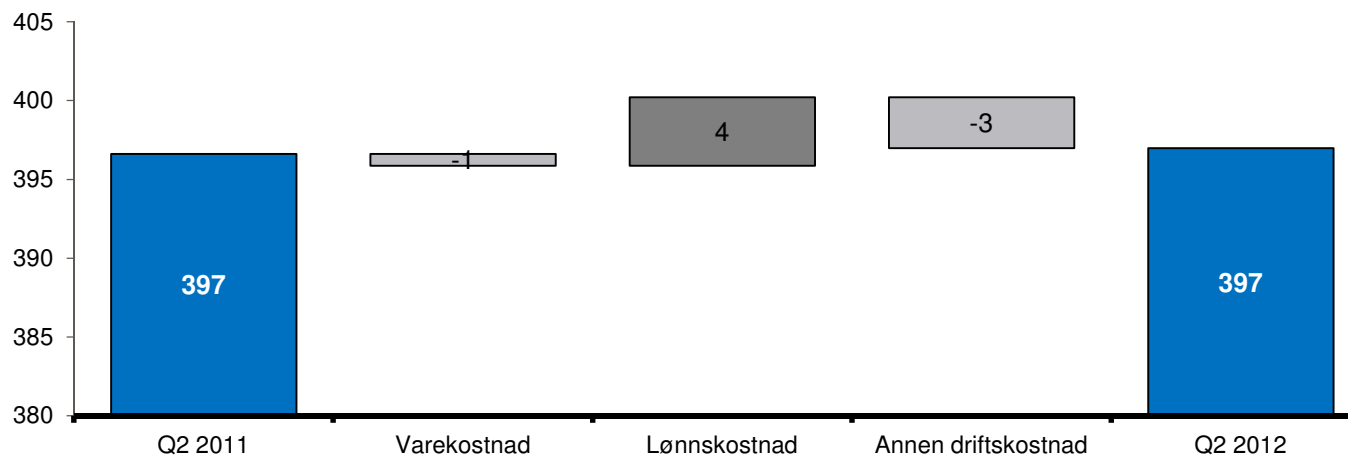


Kostnadsvekst på 0,1% i 2. kvartal 2012 mot samme periode året før. 0,8% per 1. halvår.

2Q11 Proforma	2Q12 Faktisk	Endring % 2Q11-2Q12	Polaris Media konsern Mill kr	Per 2Q12 Faktisk	Per 2Q11 Proforma	Året 2011 Proforma	Endring % per 2Q11-2Q12
75	74	-1,0 %	Varekostnad	147	151	299	-2,5 %
197	201	2,2 %	Lønnskostnad	422	413	826	2,4 %
124	121	-2,6 %	Annen driftskostnad	247	247	493	0,1 %
397	397	0,1 %	Driftskostnader	816	810	1 618	0,8 %

Kostnadsutvikling fra 2. kvartal 2011 til 2. kvartal 2012

Tall i millioner kroner, før engangseffekter, merk: akse starter på 380



Agenda

1. Hovedpunkter
2. Konsernet i 2. kvartal
3. Finansielle nøkkeltall
- 4. Fremtidsutsikter**
5. Vedlegg

Vi forventer flat til noe svekket inntektsutvikling for 2. halvår 2012, men fortsatt kun svak kostnadsvekst

Forventninger til 2012:

Flat til noe svekket vekst i annonsemarkedet, men fortsatt god vekst i digitale kanaler

- Svak utgang på 2. kvartal gir noe økende usikkerhet

Marginal vekst i brukerinntekter

Fortsatt gode resultater fra trykkerivirksomheten

Moderat kostnadsvekst

Fortsatt fokus på ekspansjon innenfor media og trykk lokalt, regionalt og nasjonalt, samt utvide den digitale eksponeringen

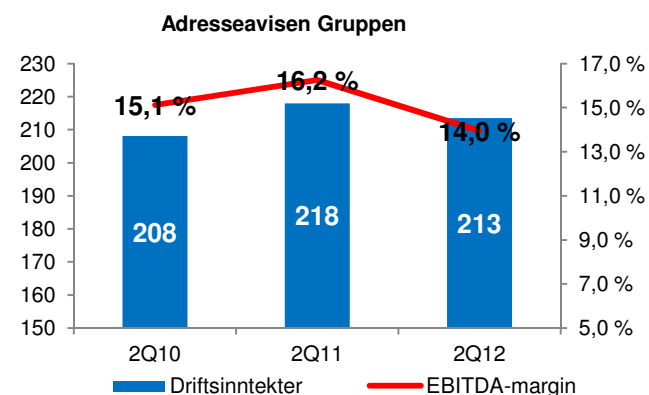
Agenda

1. Hovedpunkter
2. Konsernet i 2. kvartal
3. Finansielle nøkkeltall
4. Fremtidsutsikter
- 5. Vedlegg**

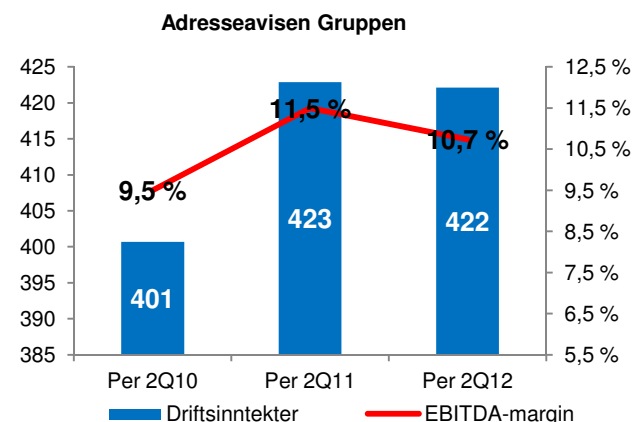
Adresseavisen Gruppen i 2. kvartal: Annonseinntektene ned 3,6%. EBITDA ned 5,6 mill. Digital vekst på 7,1%.

- EBITDA i 2. kvartal på 30 (35) mill. En nedgang på 15,8%. Endringen i resultatet kan i hovedsak tilskrives lavere annonseinntekter fra papiravisen for Adresseavisen som kompenseres noe av vekst i digitale kanaler og god kostnadskontroll
- Annonseinntektene reduseres med 3,6% i 2. kvartal. Samlede annonseinntekter ble på 141 (146) mill i 2. kvartal.
- Digitale inntekter har en positiv utvikling og utgjør 28 (26) mill. i 2. kvartal (+7,1%). Digitale inntekter utgjør 20,0% (18,0%) av Adresseavisen Gruppens totale annonseinntekter.
- Samlet opplag på 97 820 (99 436) eksemplarer, en nedgang på -1,6%. Opplagsinntektene på samme nivå som i fjor, 62 mill. i 2. kvartal.
- 5% vekst i ukentlige nettbrukere på adressa.no (449 106 unike brukere i snitt per uke) i 2. kvartal, og 90% vekst i ukentlige mobilbrukere mot 2. kvartal 2011.
- Adresseavisen Gruppen gjennomfører resultatforbedrende tiltak i.h.h.t. plan. Det er iverksatt ytterligere kostnadstiltak for å imøtegå effekten av en noe svakere annonseutvikling (og driftsmargin) enn ventet.

Driftsinntekt og EBITDA-margin i 2. kvartal



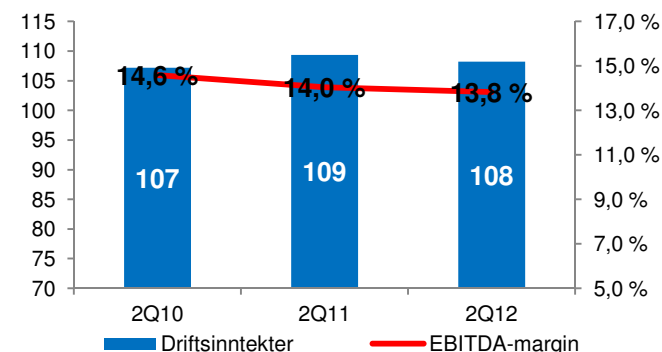
Driftsinntekt og EBITDA-margin per 2. kvartal



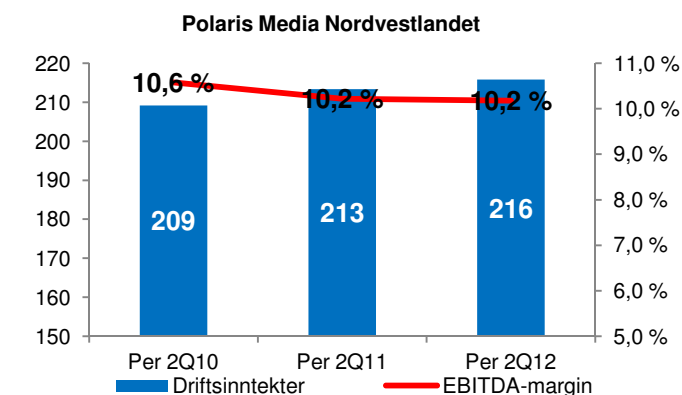
Polaris Media Nordvestlandet i 2. kvartal: Annonseinntektene ned 1,0%. Flat EBITDA-utvikling. Digital vekst på 22,9%.

- EBITDA i 2. kvartal på 15 (15) mill., en nedgang på 2,5%.
- Samlede annonseinntekter svikter med 1,0% til 62 (63) mill. i 2. kvartal. Nedgangen er størst i nasjonale samkjøringsinntekter mot fjoråret.
- Digitale inntekter vokser med 22,9% til 6 (5) mill. i 2. kvartal. De digitale inntektene utgjør 9,3% (7,5%) av samlede annonseinntekter i gruppen.
- Samlet opplag på 84 850 (86 971*) eksemplarer. Opplagsnedgangen er dermed på -2,4%. Totale opplagsinntekter i 2. kvartal er 40 (39) mill.
- Vekst i antall brukere på rbnett.no på 15%, med 72 121 (62 638) unike brukere i snitt per uke. Lokalavisene i Polaris Media Nordvestlandet opplever god vekst på sine nettaviser. Vikebladet Vestposten og Åndalsnes Avis har en vekst i antall unike brukere per uke på mer enn 30% siden 2. kvartal 2011.
- Kostnadsutviklingen er stabil, jfr. stabil driftsmargin mot fallende inntekter. Det gjennomføres løpende effektiviseringstiltak for å holde kostnadsutviklingen nede.

Driftsinntekt og EBITDA-margin i 2. kvartal
Polaris Media Nordvestlandet



Driftsinntekt og EBITDA-margin per 2. kvartal

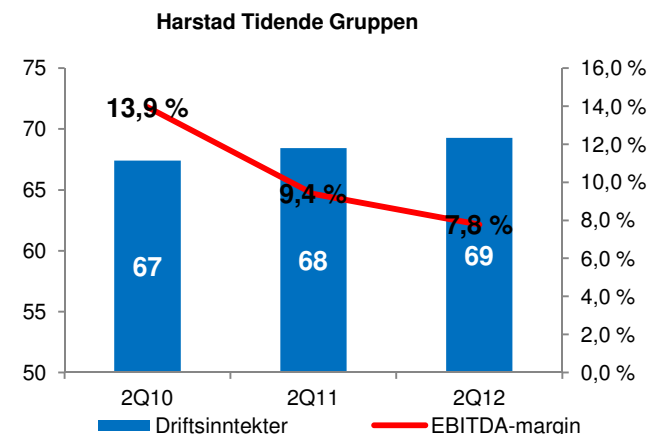


* Omfatter opplaget til avisene Fjuken, Vigga og Dølen

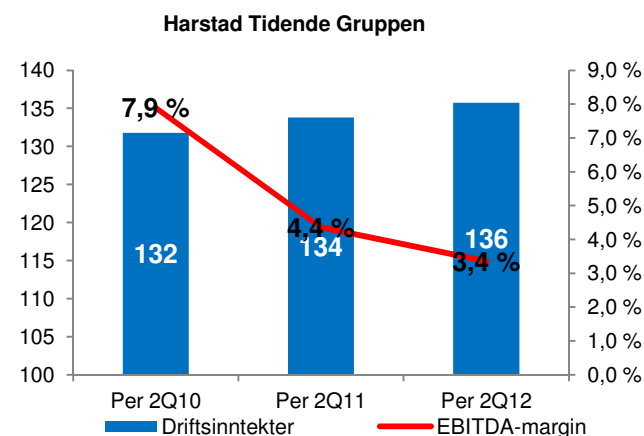
Harstad Tidende Gruppen: Annonseinntektene ned 1,5%. EBITDA ned 1,0 mill. Digital vekst på 8,5%.

- EBITDA på 5 (6) mill. i 2. kvartal.
- Annonseinntektene i 2. kvartal ble 38 (38) mill. En nedgang på 1,5%. Gruppens egen annonsesamkjøring iNord (opprettet i fjor), lykkes stadig bedre i Nord-Norge, men har utfordringer i det lokale annonsemarkedet.
- Digitale inntekter vokser med 8,5% til 5 (5) mill. i 2. kvartal. De digitale inntektene utgjør 13,6% (12,3%) av samlede annonseinntekter.
- Samlede opplagsinntekter på 22 (23) mill. i 2. kvartal, en nedgang på -4,7%. Samlet opplag på 41 184 (42 319*) eksemplarer, ned -2,7% mot 2. kvartal 2011.
- Av nettavisene i HTG, er det framtidinord.no som har størst vekst i 2. kvartal. Nettavisen har 14 926 (12 262) unike brukere i snitt per uke, en vekst på 22%.
- Harstad Tidende Gruppen har gjennomført resultatforbedrende tiltak i.h.t. plan. Det gjennomføres løpende effektiviseringstiltak for å redusere kostnadsveksten. En fallende driftsmargin på voksende omsetning tilsier at en ytterligere opptrapping av de kostnadsreduserende tiltakene vil gjennomføres fremover.

Driftsinntekt og EBITDA-margin i 2. kvartal



Driftsinntekt og EBITDA-margin per 2. kvartal

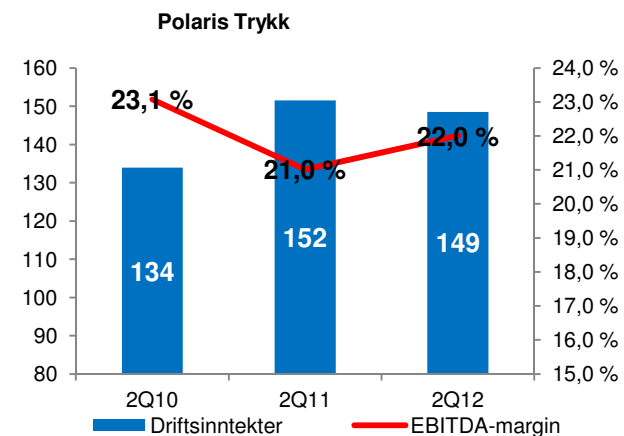


*- Korrigert for 870 opplagsenheter fra iBalsfjord, som ble avviklet i 4. kvartal 2011.

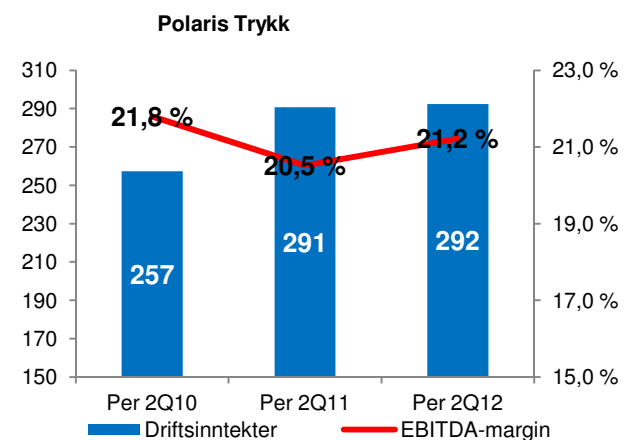
Polaris Trykk: Stabil utvikling. EBITDA øker 2,5% og EBITDA-marginen øker til 22% i 2. kvartal.

- EBITDA vokser 2,5% til 33 (32) mill. i 2. kvartal.
- Omsetningsnedgang på 2,0% mot 2. kvartal 2011 for Polaris Trykk. Driftsinntektene ble 149 (152) mill. i 2.kvartal.
- EBITDA-økningen er i hovedsak knyttet til god kostnadskontroll og gjennomføring av løpende effektiviseringstiltak for å dempe kostnadsveksten.
- Nedgang i eksterne trykkeriinntekter på -0,6% i 2. kvartal
Andelen eksterne trykkeriinntekter ligger stabilt rundt 63%.

Driftsinntekt og EBITDA-margin i 2. kvartal



Driftsinntekt og EBITDA-margin per 2. kvartal

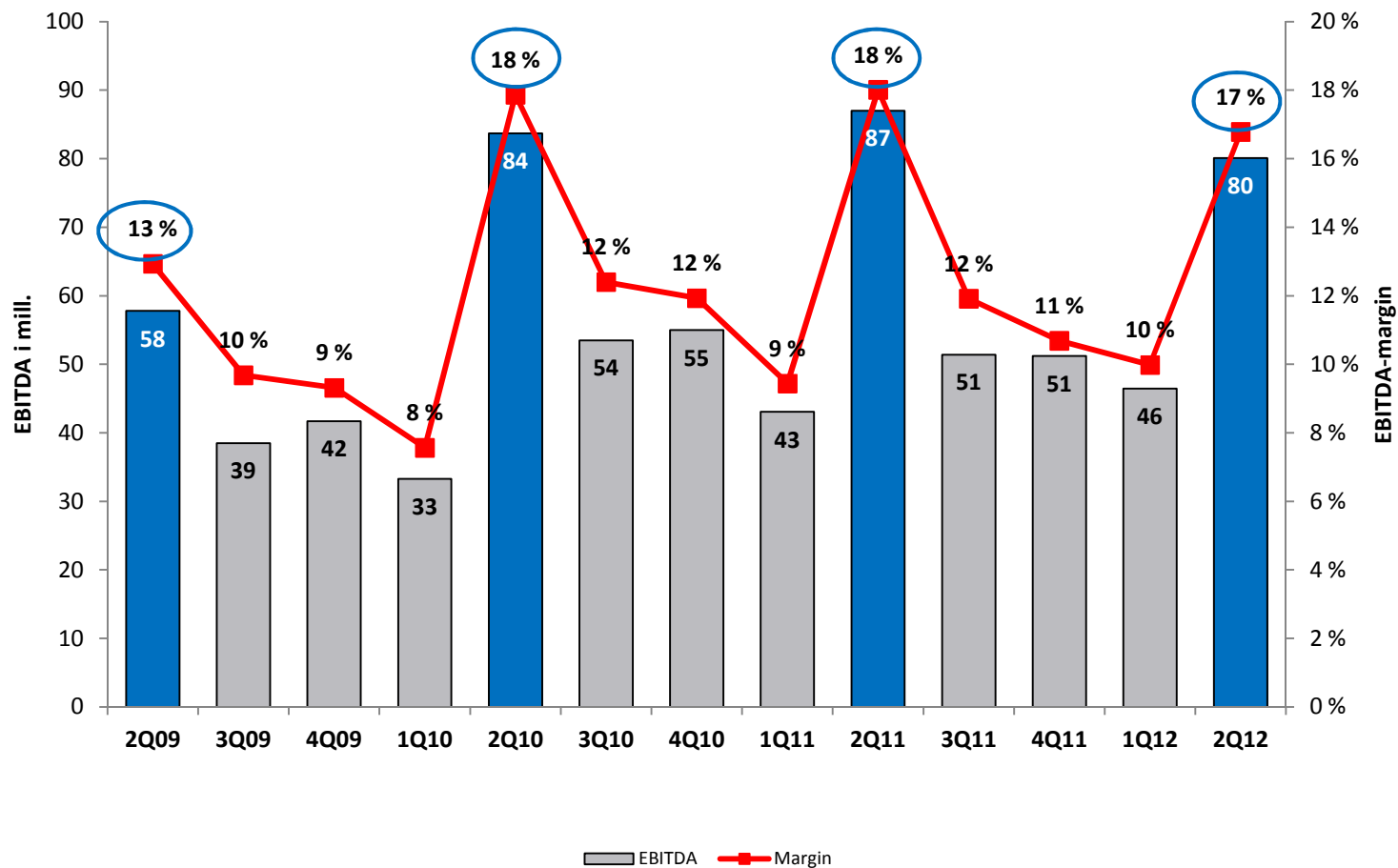


*I eksterne inntekter under segmentet Polaris Trykk inngår også inntekter fra øvrig virksomhet som ikke er trykkerivirksomhet, men som rapporteres under segmentet Polaris Trykk (Byavisa, Norpost Midt-Norge, Polaris Distribusjon Nord).

EBITDA på 80 mill. i 2. kvartal 2012, 7,4% lavere enn samme periode i 2011

EBITDA per kvartal siste 3 år

EBITDA i mill. ekskl. engangseffekter og EBITDA-margin i %



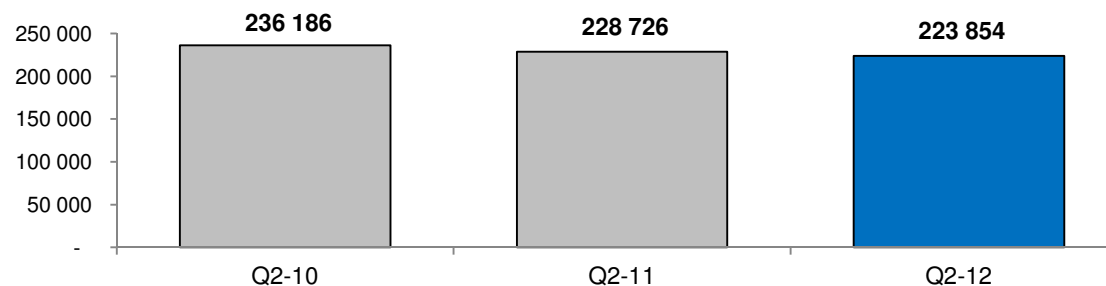
Opplaget faller med 2,1%, men kompenseres av en prisvekst på 3,1%

Opplag	2. kv. 2012	2. kv. 2011	Endring (2011 - 2012)
Adresseavisen Gruppen	97 820	99 436	-1,6 %
Harstad Tidende Gruppen*	41 184	43 189	-4,6 %
Herav avviklet virksomhet*		870	
Justert for avviklet virksomhet	41 184	42 319	-2,7 %
Polaris Media Nordvestlandet**	84 850	86 971	-2,4 %
Herav oppkjøp virksomhet**		10 477	
Justert for oppkjøpt virksomhet	84 850	76 494	10,9 %
SUM	223 854	229 596	-2,5 %
Sum ekskl. oppkjøpt/avviklet virksomhet	223 854	218 249	2,6 %
Underliggende opplagsutvikling (proforma)	223 854	228 726	-2,1 %

Gjennomsnittlig prisvekst på 3,1% mot samme periode i 2011

Samlet opplag i Polaris Media siste 3 år

Historiske opplagstall per 2. kvartal, proforma.



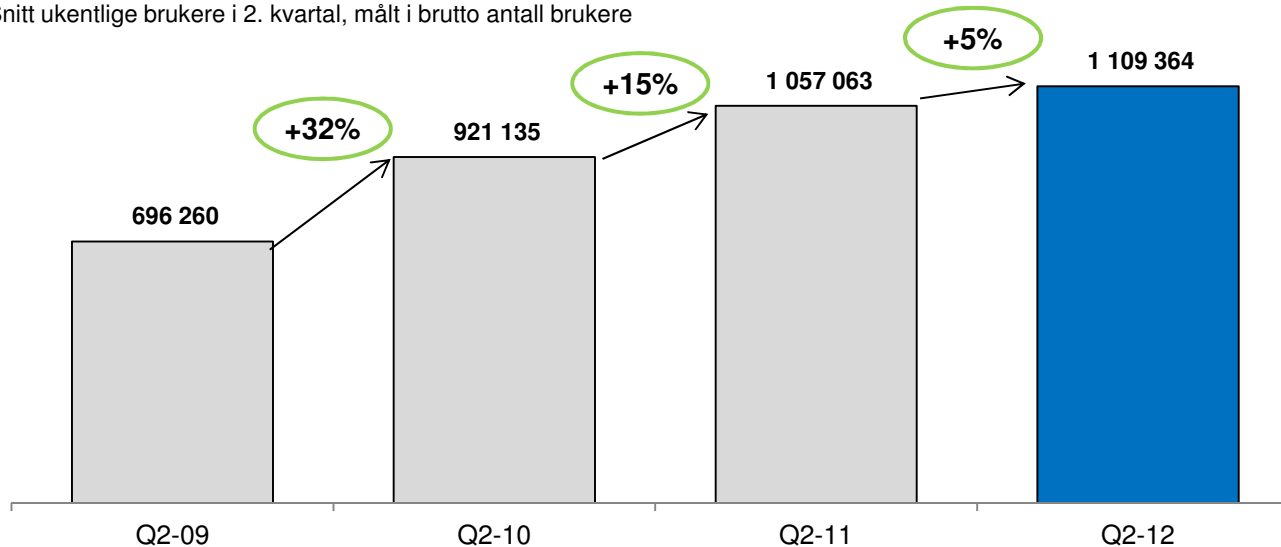
* Avviklet virksomhet er iBalsfjord som ble avviklet i 4. kvartal 2011

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

Polaris Media har en sterk digital vekst, og har tatt digitale nr. 1-posisjoner lokalt og regionalt. 5% vekst i unike ukentlige brukere mot fjoråret

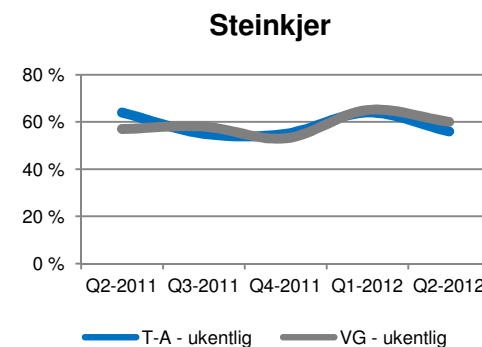
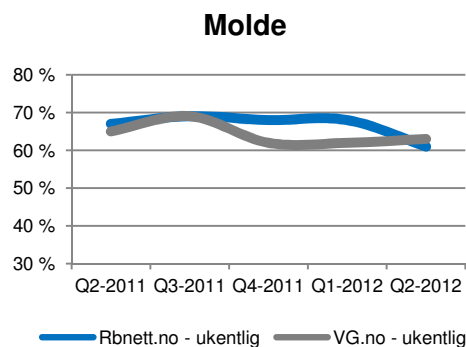
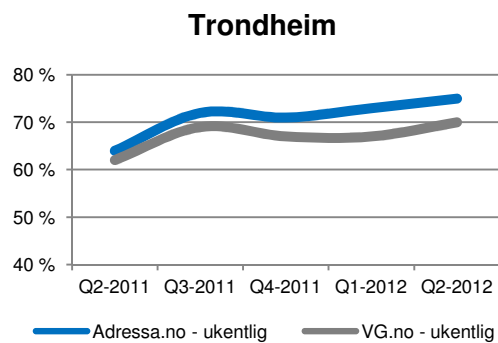
Ukentlige unike brukere i Polaris Media siste 4 år

Snitt ukentlige brukere i 2. kvartal, målt i brutto antall brukere



Har lokale digitale nr. 1-posisjoner i Trondheim, Molde og Steinkjer

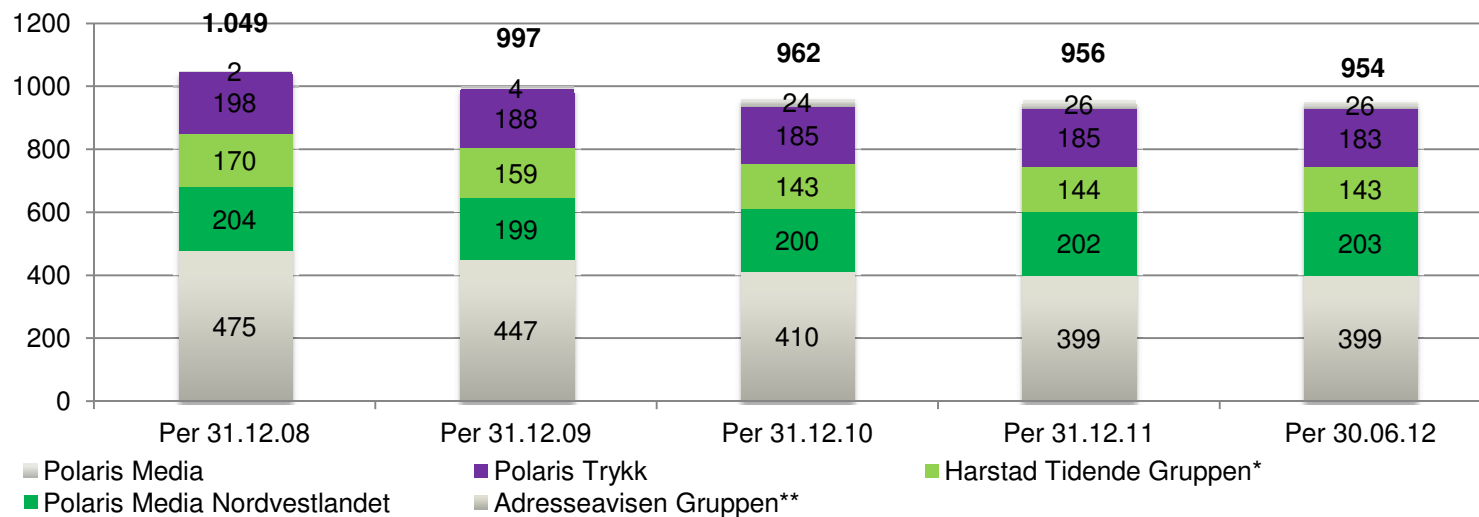
Ukentlig dekning i utgiverkommunen, målt mot markedsleder VG.no. Kilde: Norfakta



Det er gjennomført en bemanningsreduksjon på 95 årsverk fra 2008

- Bemanningsreduksjon vil bli foretatt som planlagt, men det gjennomføres noe bemanningsøkning innen viktige satsingsområder
 - De oppkjøpte og overtatte virksomhetene Altaposten, Andøyposten, Sortlandsavisa, Vesteraalens Avis, Herøynytt, Skjåk Medieutvikling, Vigga, Dølen AS, Avis Romsdal AS og Lokalguiden har til sammen 87 årsverk per 30.06.2012
 - Samlet bemanning inkl. oppkjøpt virksomhet på 1.041 årsverk

Bemanningsutvikling faste årsverk (ekskl. avisbud)



*Historiske tall er justert for overføring av Brønnøysunds Avis fra Harstad Tidende Gruppen til Adresseavisen Gruppen

**Antall årsverk i telemarketing kan variere