



POLARIS MEDIA

## Presentasjon av resultater 1. kvartal 2019

*Investorpresentasjon, 7. mai 2019*

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO og ansv. forretningsutvikling Per Olav Monseth

Presentasjonen er tilgjengelig på [www.polarismedia.no](http://www.polarismedia.no)

# Agenda

- **Konsernet 1. kvartal**
- Finansielle nøkkeltall
- Introduksjon til Stampen Media

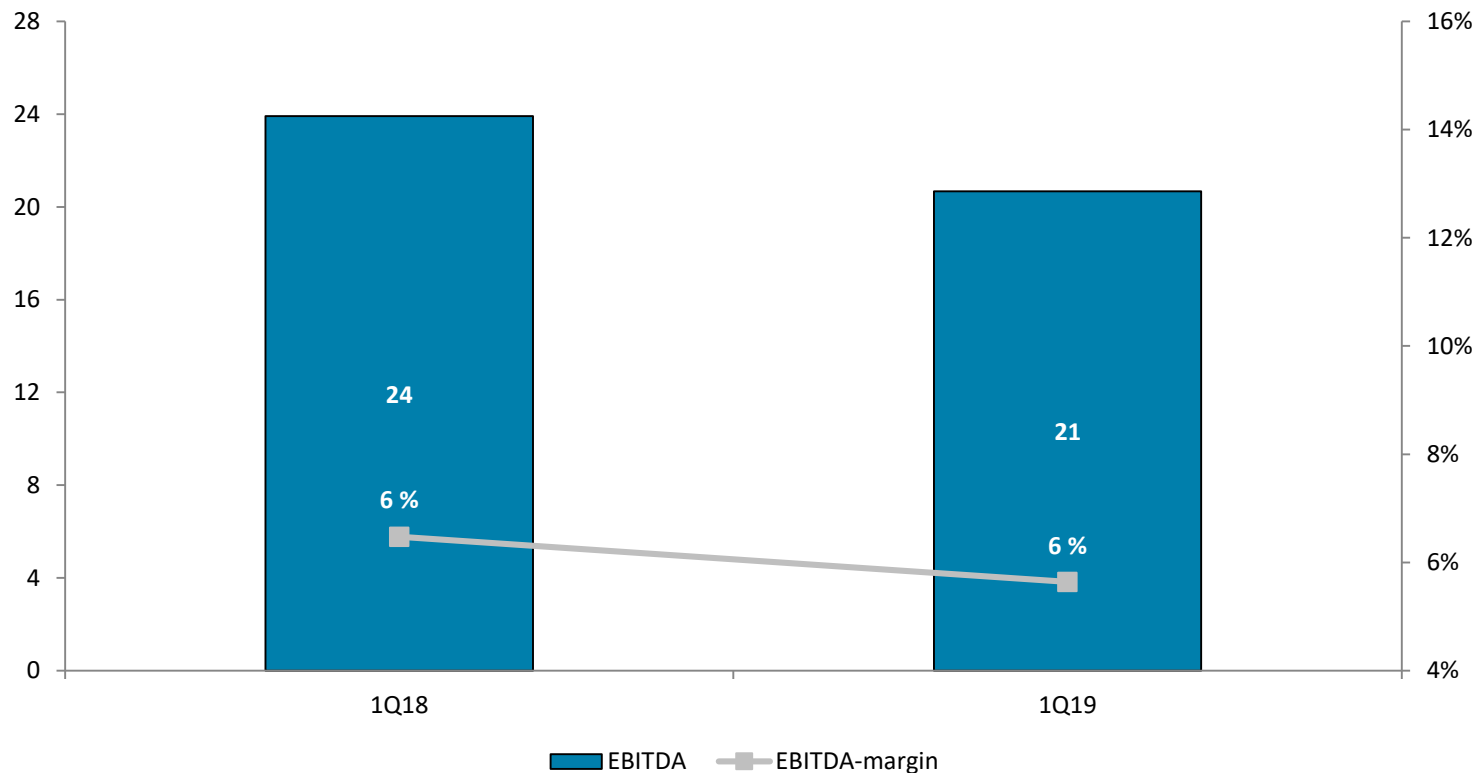
# Hovedbudskap første kvartal 2019

- **God vekst i abonnementsinntektene og distribusjonsinntektene, men nedgang i annonseinntektene**
  - Flere abonnenter og 5% vekst i abonnementsinntektene
  - Vekst i distribusjon av netthandelsprodukter og dagligvarelevering
  - Nedgang i trykkeriinntektene og annonseinntekter papir. Svakere annonsemarked sammenlignet med 2018.
  - Polaris Media Midt-Norge og Polaris Media Nordvestlandet har hatt god resultatutvikling, mens det er resultatnedgang i Polaris Media Nord-Norge og Polaris Trykk.
- **Driftskostnader på samme nivå som fjorår**
- **Betydelig verdiøkning i eierandelen i FINN.no**
- **Investeringer**
  - Polaris Media har den 25. april gjennomført oppkjøp av Stampen Media AB.
  - Det er inngått intensjonsavtale om at Polaris Media kjøper seg opp i Trønder Avis konsern til 56%.
- **Vunnet rettsak i forbindelse med advokatansvar**

# EBITDA i 1. kvartal på 21 (24) mill. Nedgang som følge av svakere annonseutvikling

## EBITDA og EBITDA-margin i 1. kvartal

NOK mill. inkl. resultatandel TS, EBITDA-margin %



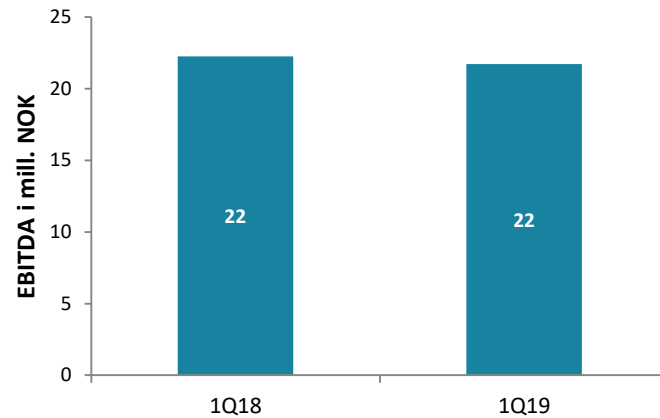
	1Q18	1Q19	<u>Endring</u>
<i>Driftsinntekter (eksl. TS)</i>	<b>369</b>	<b>366</b>	<b>-3</b>
<i>Driftskostnader (eksl. TS)</i>	<b>346</b>	<b>346</b>	<b>0</b>

# God resultatutvikling i Polaris Media Midt-Norge, men resultatnedgang i Polaris Media Nord-Norge

## Hovedtall hoveddatterselskaper, 1. kvartal

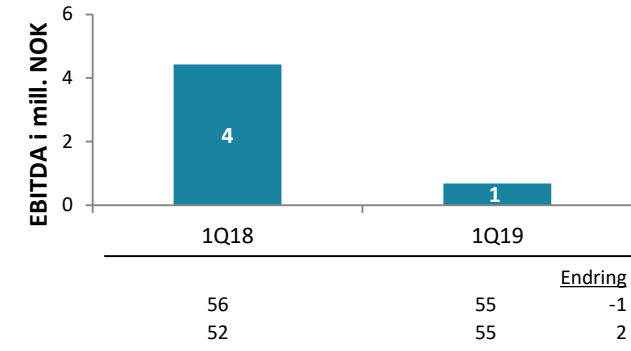
NOK mill. EBITDA inkludert andel TS og FKV

### Mediehusene samlet:

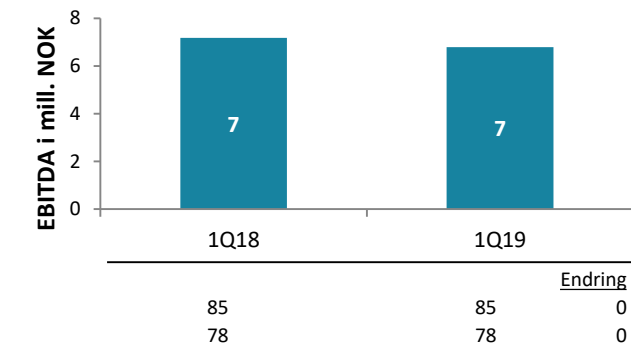


	1Q18	1Q19	Endring
Driftsinntekter	306	309	-3
Driftskostnader	285	287	3

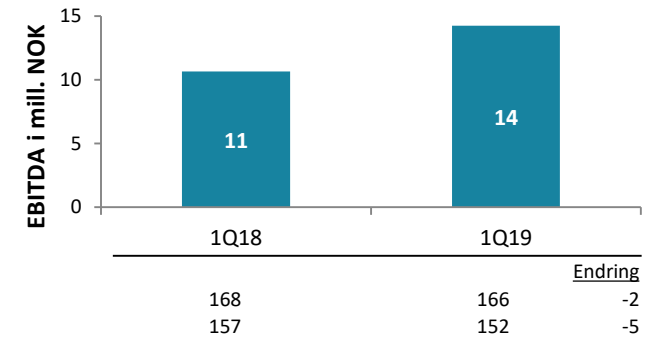
### Polaris Media Nord-Norge:



### Polaris Media Nordvestlandet:



### Polaris Media Midt-Norge:

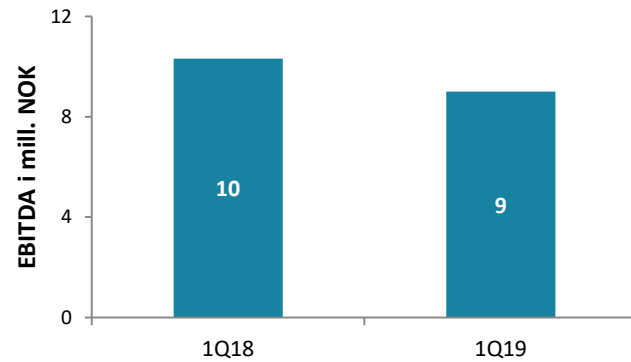


# Stabil resultatutvikling i Polaris Trykk og Polaris Distribusjon

## Hovedtall hoveddatterselskaper, 1. kvartal

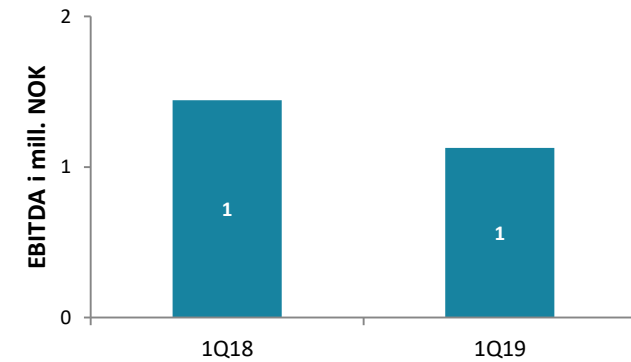
NOK mill. EBITDA inkludert andel TS og FKV

### Polaris Trykk:



	1Q18	1Q19	Endring
Driftsinntekter	75	74	-1
Driftskostnader	85	66	1

### Polaris Distribusjon:



	1Q18	1Q19	Endring
Driftsinntekter	52	53	1
Driftskostnader	51	52	1

# God og troverdig journalistikk som setter dagsorden er kjernen i konsernets virksomhet. Mediehusene står sterkere og er viktigere enn på lenge

HISTORIER



## Barna ingen ville sjå

Det går rykte om kva Øvrelid-søskena som vaks opp i Ulstein og Hareid opplevde. Ingen kjenner den fulle historia.

40 år etter er søskena endeleg klare til å la samfunnet få vite.

Nyheter SPORT KULTUR MENINGER UKEADRESSA HÅVARD MENY

## Skulle betale seks millioner for Ap-toppens bistand

I en avtale verdt totalt seks millioner kroner, skulle Ap-topp og Staur-partner Rune Olso bistå med å sikre at grøntområdet Kystad ble boligområde.



Kystad ble en del av eiendommen på Byggen Staur's Rune Olso skulle bistå med å få utregulert og detaljregulert til boligområde. To millioner ble utbetalt før avtalen ble opphevet i august 2016. FOTO: HÅVARD HÅGDESTH JENSEN, HÅVARD HÅGDESTH JENSEN, HÅVARD HÅGDESTH JENSEN

Nyheter SPORT KULTUR MENINGER UKEADRESSA HÅVARD MENY

## Det blir ti timer høring om Kystad-saken

Kontrollkomiteen har kalt inn ca 30 fra politikk og næringsliv:

Et kobbelt av næringslivstopper, politikere og jurister er kalt inn til det som vil bli Trondheims største åpne høring, noensinne.



TRONDLAG

## Barna vi sletter

Publisert 03.01.2019


Vikan, Jonas Nilsson, Rune Petter Ness og Espen Rasmussen  
Etter å ha gått til materiale av Peter Daport i Belgia og Jacco Groen i Nederland, og Harald Christian Hoff har bakgrunn i denne saken.

FILIPPINENE

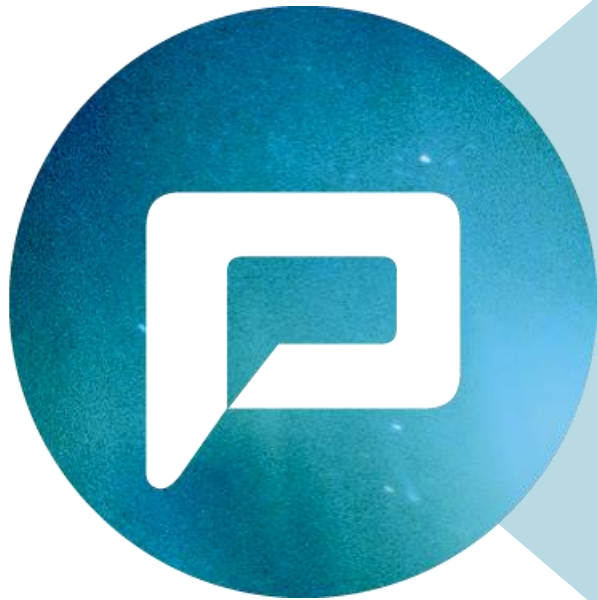
ns de sitter hjemme i Norge, betaler enkelte norske menn for å se på direkte-sendt voldtekt av barn. Pengene de gir for dette, skaner en industri nå den ender

«Bli du boan i Osen og Roan?»

Innhold



# Polaris Media har fokus på kjernen i medievirksomheten



Ledende brukerposisjoner  
lokalt og regionalt

Øke antall abonnenter og  
brukerinntektene

Digital annonsevekst

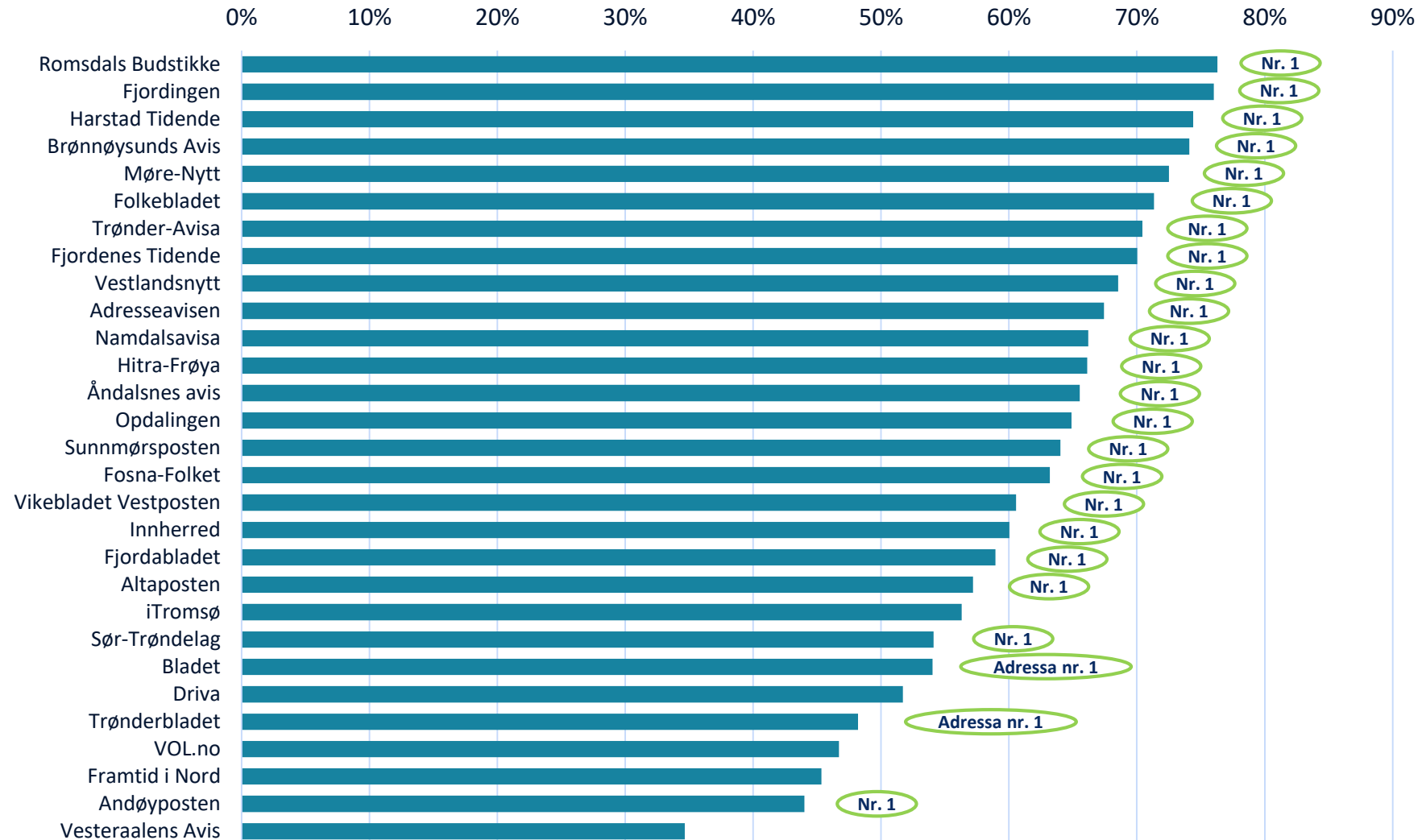
Nye trykkeri- og  
distribusjonsinntekter

Fremtidsrettet organisasjon



# Mediehusene har sterke posisjoner i sine kjerneområder

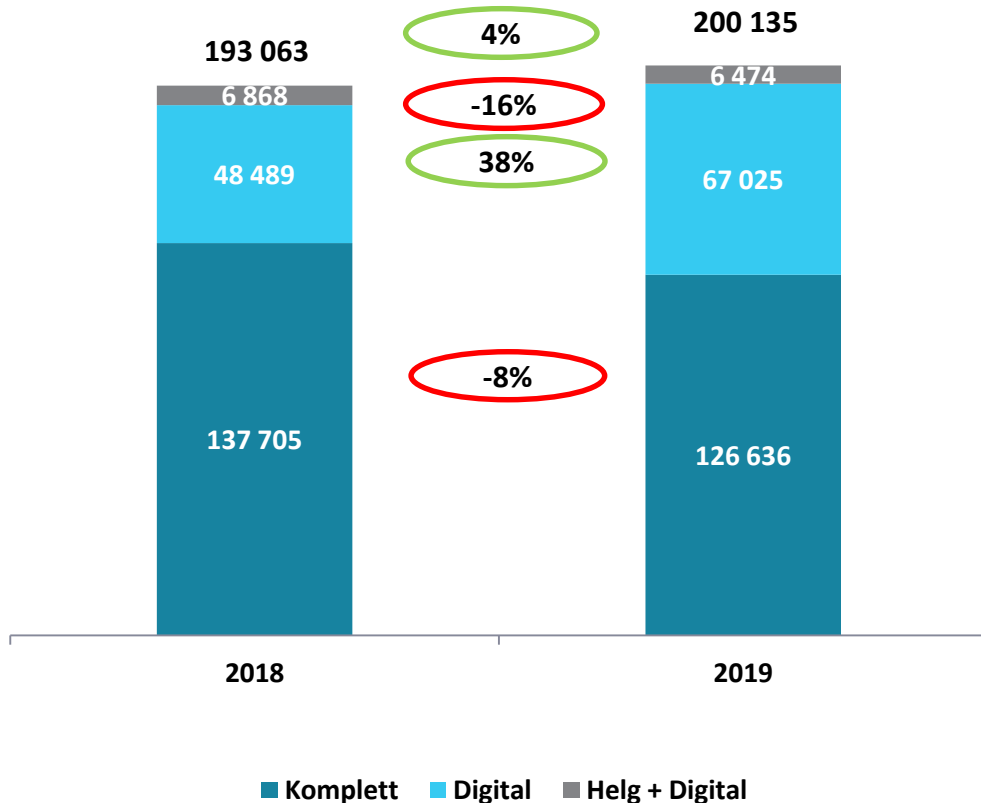
## Daglig leserdekning i utgiverkommune – alle kanaler



# God vekst i antall abonnenter, drevet av fortsatt vekst i digitale abonnement

## Antall abonnenter

Per 1. kvartal 2018/2019



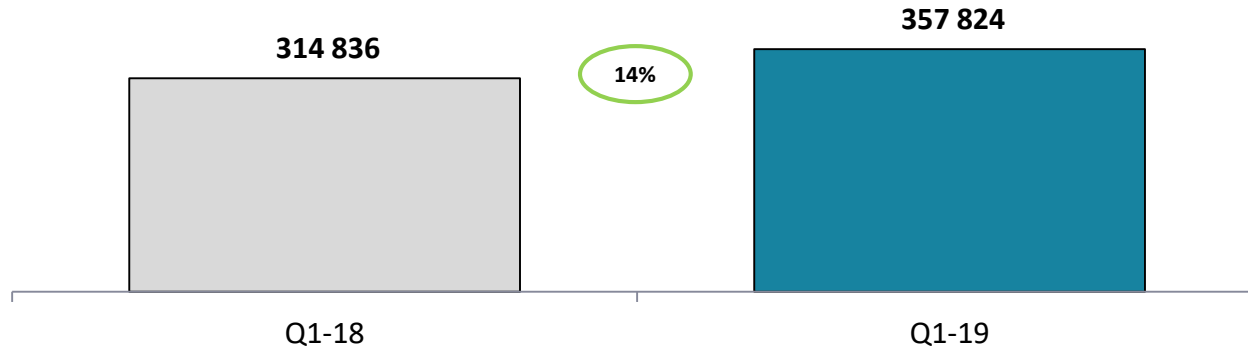
- Fortsatt god vekst innen digitale abonnementsprodukter.
- Den viktigste driveren for vekst i antall abonnenter er god og relevant journalistikk, som bidrar til nysalg og lojalitet over tid.
- Bruken av digitalproduktet er viktig for fornyelser hos abonnenter, og første kvartal viser økt bruk sammenlignet med fjorår.

# Sterk økning i daglige brukere på mobil i 1. kvartal

## Økning i daglige mobilbrukere\* i Polaris Media

Snitt daglige brukere i 1. kvartal 2018-2019, målt i antall brukere

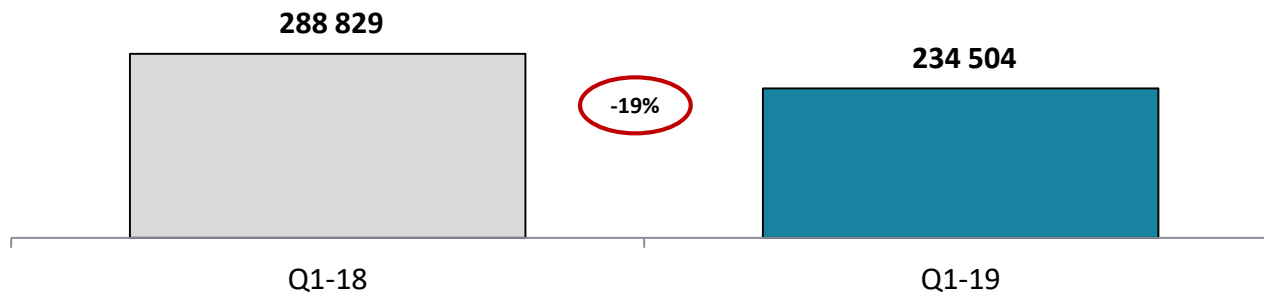
○ Vekst mot fjoråret  
○ Nedgang mot fjoråret



- Mobil fortsetter å styre sin posisjon som den ledende plattformen for visninger.
- Bruken av desktop og mobil blir stadig påvirket av at større deler av innholdet kun gjøres tilgjengelig for abonnenter.

## Nedgang i daglige nettbrukere\* i Polaris Media

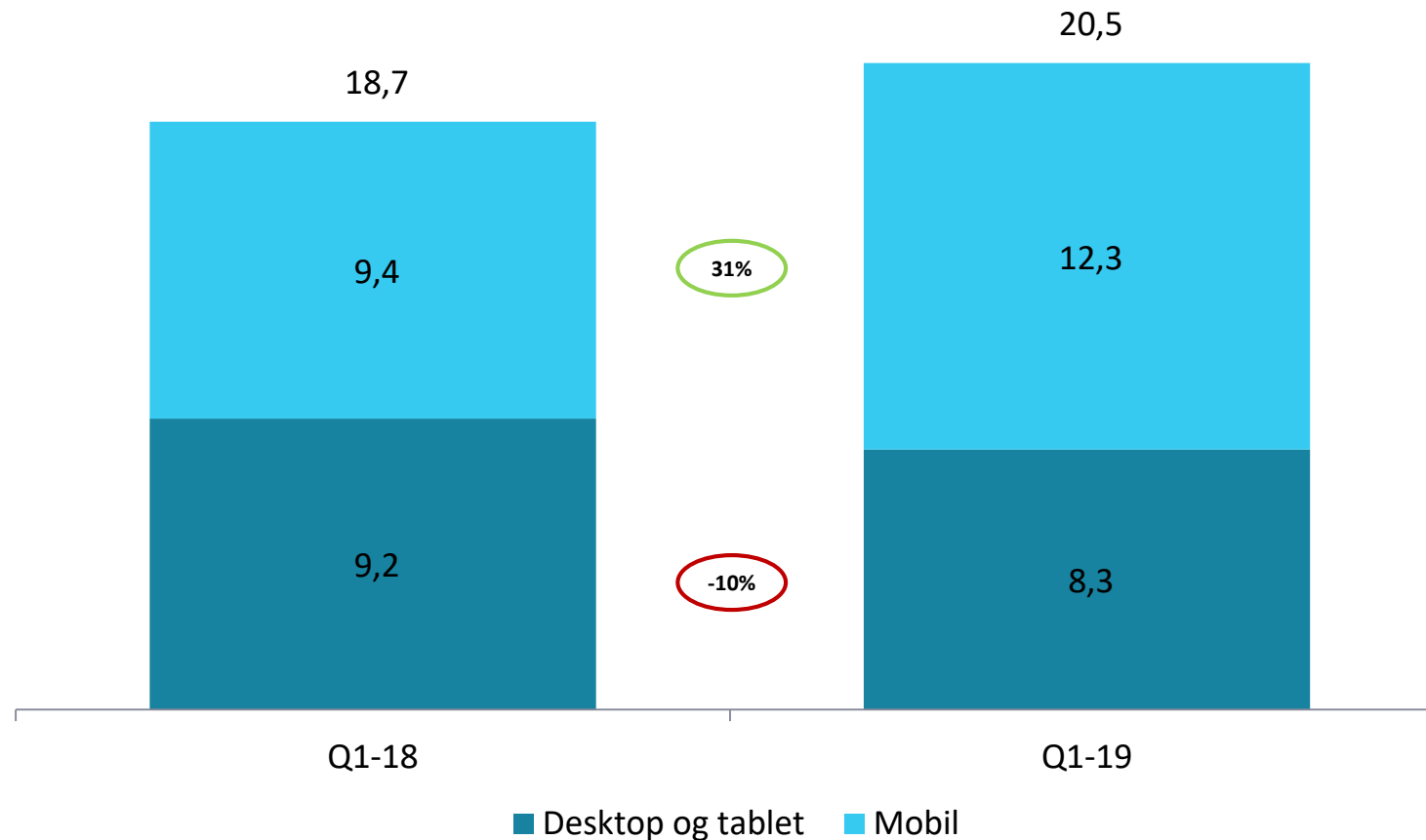
Snitt daglige brukere i 1. kvartal 2018-2019, målt i antall brukere



# Sterkere vekst i antall sidevisninger på mobil er et signal på at våre abonnenter blir mer lojale

## Snitt ukentlige sidevisninger\* i Polaris Media i mill.

Kilde: Cxense, nett og tablet rapporteres samlet. Sidevisninger i mill. per uke



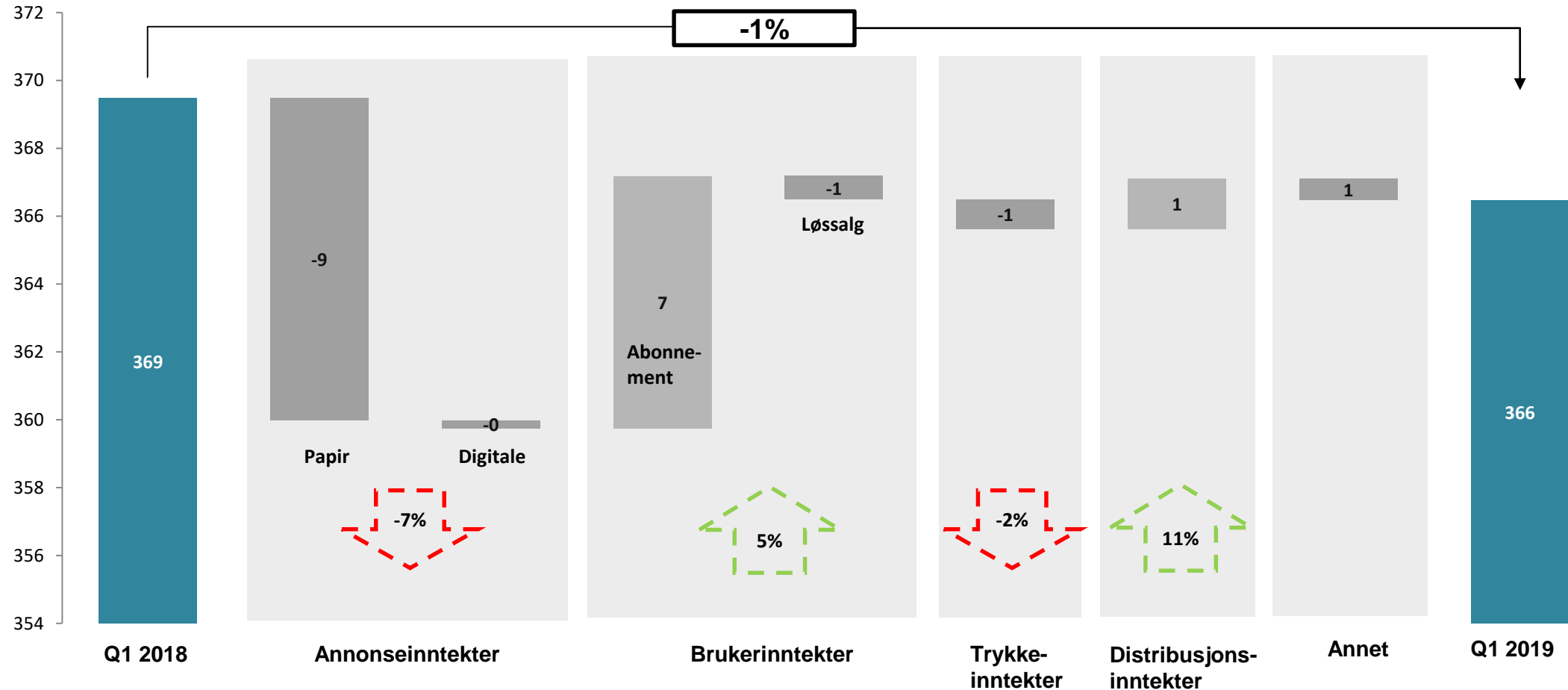
# Agenda

- Konsernet 1. kvartal
- **Finansielle nøkkeltall**
- Introduksjon til Stampen Media

# God vekst i abonnementsinntektene og distribusjon, men et svakere annonsemarked i første kvartal

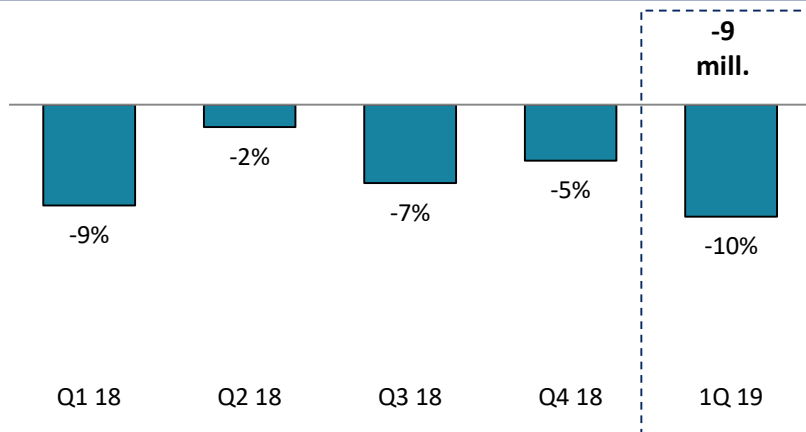
## Inntektsutvikling i 1. kvartal 2018 vs. 2019

NOK mill.

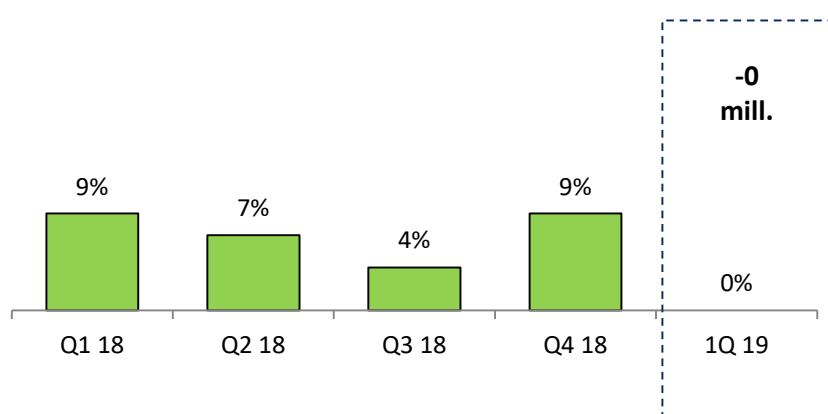


# Annonsemarkedet har vært svakere enn i 2018 med en generell nedgang, dette påvirker annonseomsetningen negativ i første kvartal

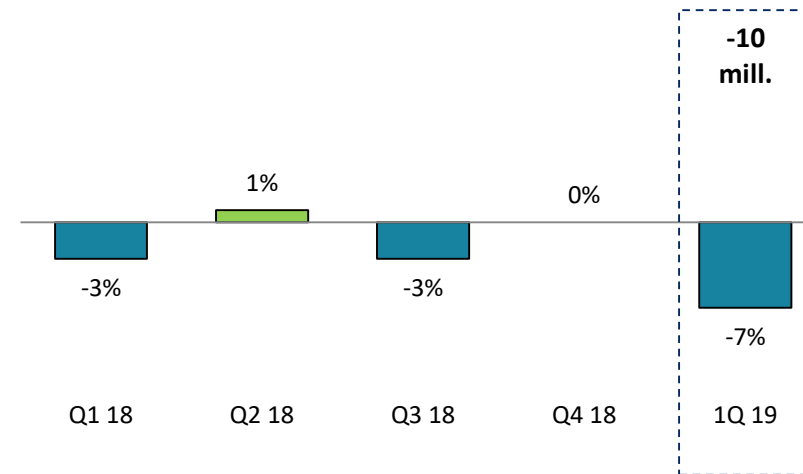
Relativ utvikling i annonseinntekter fra samme kvartal året før (papir)



Relativ utvikling i annonseinntekter fra samme kvartal året før (digitalt<sup>1</sup>)



Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra samme periode året før:

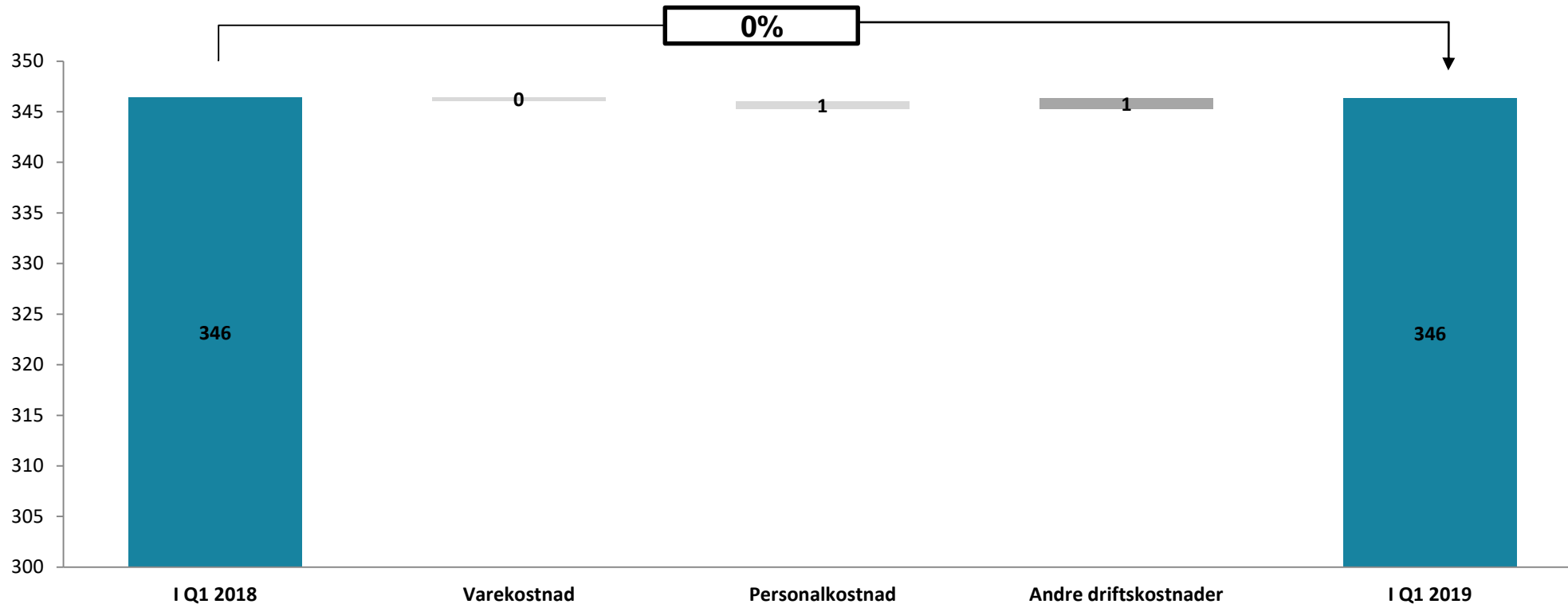


<sup>1</sup>)Digitale annonseinntekter inkluderer annonserrelaterte inntekter og radio/tv.

# Driftskostnader på samme nivå som fjorår

## Kostnadsutvikling i 1. kvartal 2019 vs. 2018

NOK mill.



Besparelser både innen varekostnader og lønnskostnader har sammen kompensert for økte øvrige driftskostnader i første kvartal.

Økning i andre driftskostnader følger av økte sorteringskostnader innen distribusjon, økte strømpriser, samt kostnader knyttet til nye satsingsprosjekter.



# Resultat per aksje på kr. -0,1 (kr. 0,0) i første kvartal. Første kvartal et sesongmessig svakt kvartal

Polaris Media konsern NOK mill.	Per 1Q19 Faktisk	Per 1Q18 Faktisk	Endring mill. 1Q18-1Q19
Driftsinntekter	366	369	-3
Driftskostnader	346	346	0
Resultat fra selskap etter EK-metoden (TS og FKV)	1	1	0
<b>Normalisert EBITDA</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>-3</b>
<i>EBITDA-margin</i>	5,6 %	6,5 %	
Ordinære avskrivninger	-18	-21	-2
Nedskrivning	0	0	0
<b>Normalisert EBIT</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>-1</b>
Engangseffekter	-7	0	-7
Leieinntekter/leiebetalinger (inkl. i driftskostnader)	12	0	12
Avskrivninger finansiell leie etter IFRS 16	-11	0	-11
Rentekostnad leieforpliktelse bruksretteiendel	-2	0	-2
Øvrige rente- og finansposter	-1	-1	0
<b>Resultat før skatt</b>	<b>-7</b>	<b>2</b>	<b>-9</b>
Skattekostnad	1,4	-0,3	-2
<b>Resultat etter skatt</b>	<b>-5</b>	<b>2</b>	<b>-7</b>
<b>Resultat per aksje (kr)</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,1</b>

## Nedgang i resultat før skatt og resultat per aksje

- Resultat før skatt på -7 mill. i første kvartal, sammenlignet med 2 mill. i 2018
  - Nedgangen er i stor grad knyttet til engangseffekter i forbindelse med strukturprosjekter og rettssak på til sammen 7 mill.
- Normalisert EBITDA og EBIT inkluderer leiekostnader som før IFRS 16 ble ført i resultatet.

## Verdien av FINN.no verdsatt til 1 422 mill. Verdiøkning på 82 mill. i 1. kvartal.

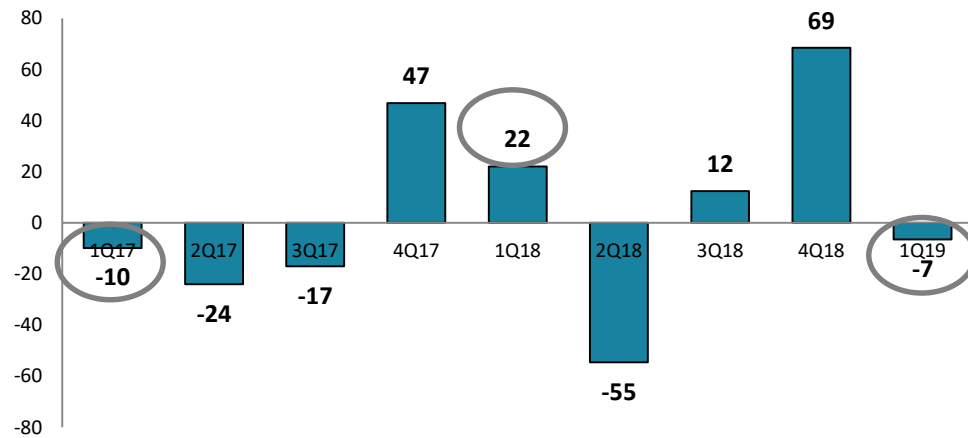
Oppsummering verdi		
<b>EK-verdi</b>	<b>NOKm</b>	<b>14.238</b>
% til Polaris	%	9,99 %
<b>Verdi av Polaris' aksjer 1Q19</b>	<b>NOKm</b>	<b>1.422</b>
<i>Verdi av Polaris' aksjer 4Q18</i>	<i>NOKm</i>	<i>1.340</i>
<i>Verdi av Polaris' aksjer 3Q18</i>	<i>NOKm</i>	<i>1.309</i>
<i>Verdi av Polaris' aksjer 2Q18</i>	<i>NOKm</i>	<i>1.297</i>
<i>Verdi av Polaris' aksjer 1Q18</i>	<i>NOKm</i>	<i>1.272</i>

Finn.no fortsetter den positive salgsveksten i 2019. Analytikerne forventer marginalt høyere marginer fremover. Skalafordeler for eksisterende teknologiplattformer og økte priser på eksisterende tjenester nevnes som årsaker til forbedringen i EBITDA-margin.

# Nedgang i operasjonell kontantstrøm som følge av periodiseringseffekter

## Netto kontantstrøm sterk

NOK mill.



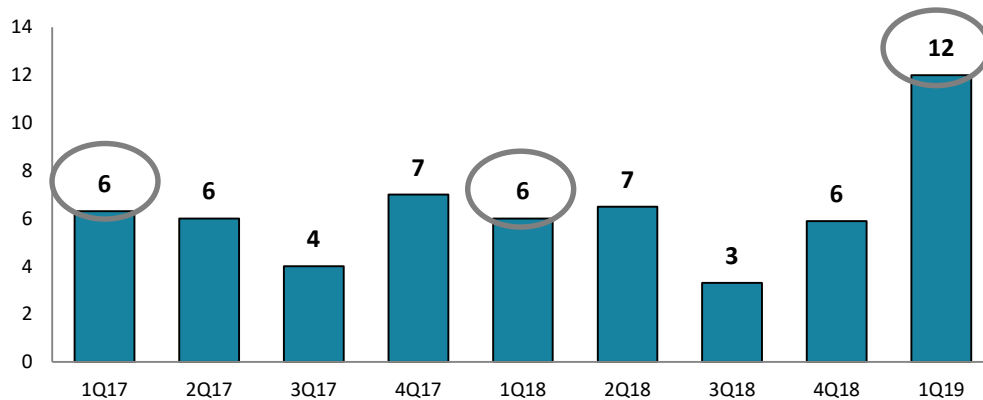
## Nedgang i operasjonell kontantstrøm

- Operasjonell kontantstrøm på 31 mill. sammenlignet med -53 mill. i 2018.
- Endringen hovedsakelig knyttet til periodiseringseffekter

**Investeringsnivå høyt som følge av plattforminvesteringer. Jevner seg ut for året.**

## Driftsinvesteringer lavere enn fjorår

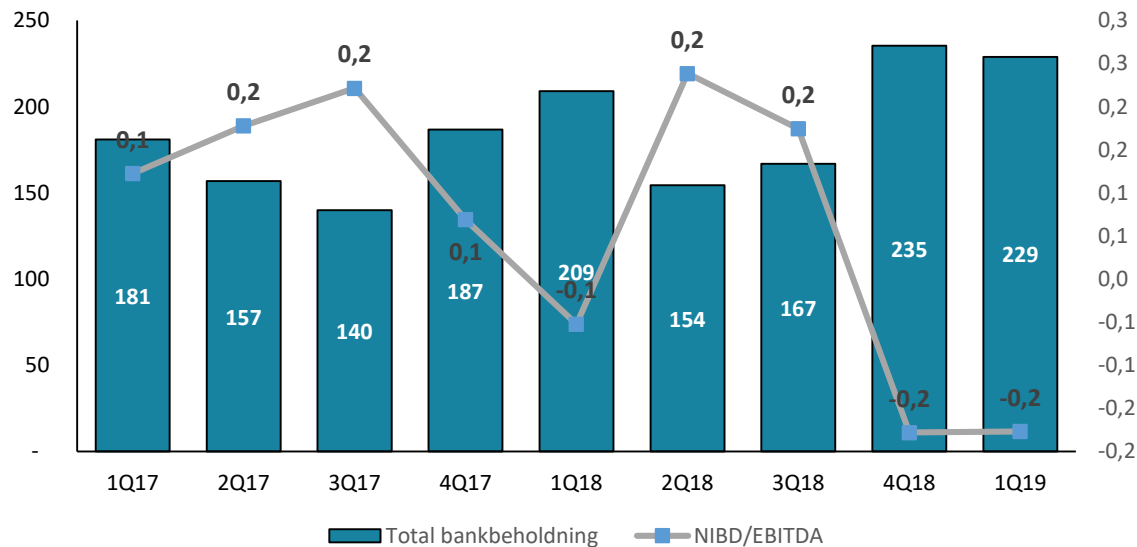
NOK mill.



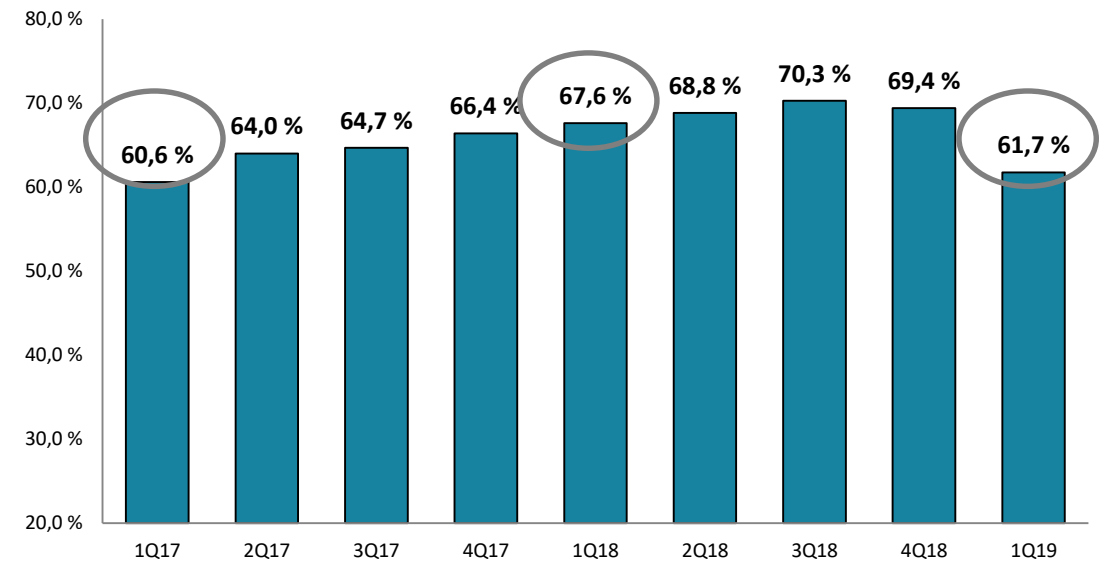
# Lav gjeldsgrad og høy egenkapitalandelen, men reduseres som følge av implementering av IFRS 16

## God kontantbeholdning og lav gjeldsgrad

Kontanter – NIBD/EBITDA\*  
NOK mill.

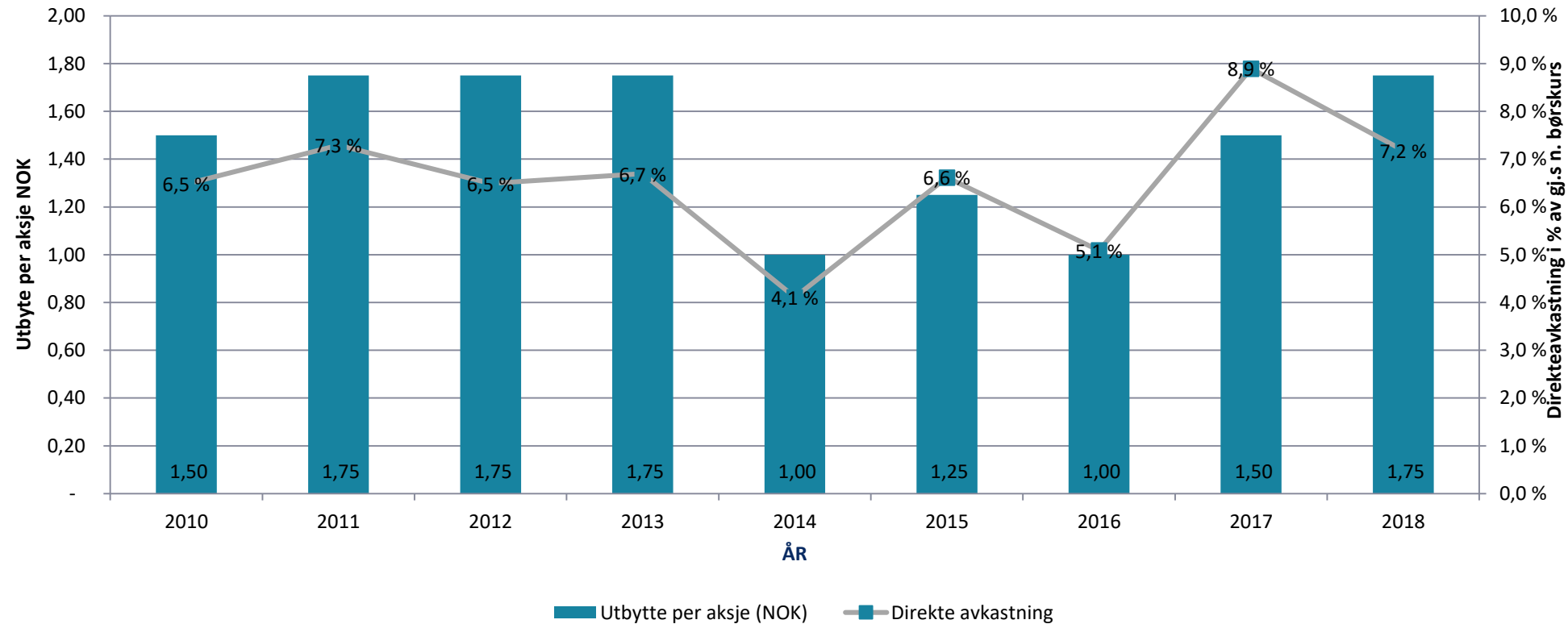


## Redusert egenkapitalandel som følge av implementering av IFRS 16



# Vedtatt utbytte på kr. 1,75 per aksje for 2018

## Utvikling i utbytte og direkteavkastning Perioden 2010-2018



Resultat per aksje

1,47	2,20	3,13	1,98	1,86	19,18	-2,26	1,79	1,94
------	------	------	------	------	-------	-------	------	------

# Agenda

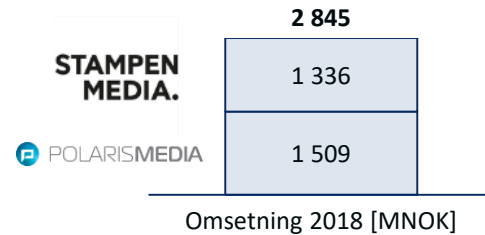
- Konsernet 1. kvartal
- Finansielle nøkkeltall
- **Introduksjon til Stampen Media**

# En majoritetspost i Stampen Media gir Polaris Media mulighet til å innta en sterk Skandinavisk posisjon og samtidig skape vesentlig verdi for aksjonærene

Stampen Media vil gjøre Polaris Media til en større og mer robust medieaktør...

1

Samlet vil Polaris Media og Stampen Media bli en betydelig aktør i Skandinavia med omsetning på 2.8 mrd. NOK



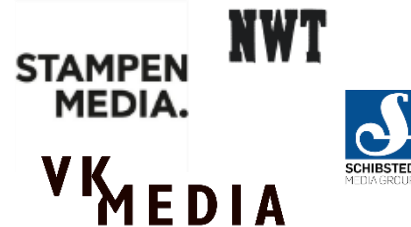
2

Polaris Media og Stampen Media vil eie mer enn 45\* mediehus – de fleste med ledende posisjoner i sine regioner



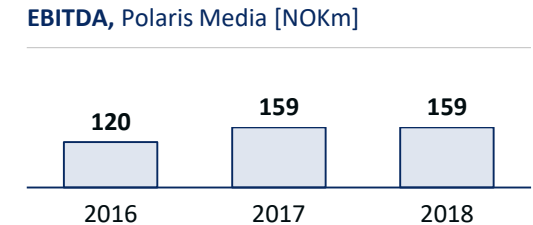
3

Stampen Media danner grunnlaget for et styrket industrielt samarbeid i Sverige innen spesielt plattformer, annonse og distribusjon



...og kan skape vesentlig verdi for PMs aksjonærer

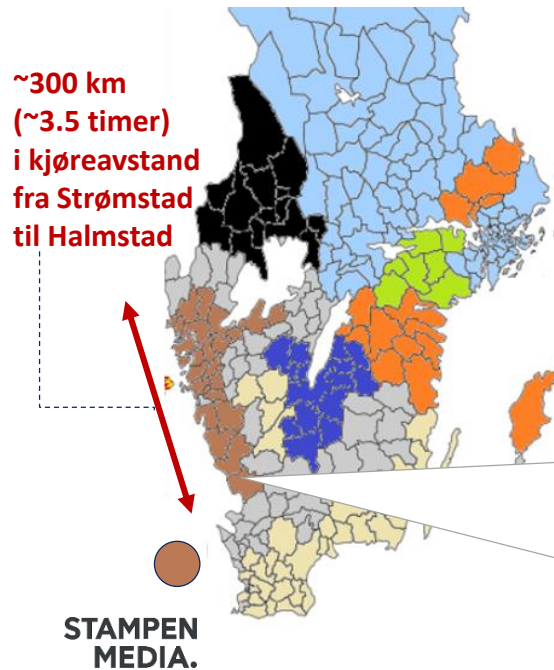
Polaris Media har over tid bevist evne til å drifte mediehus med god resultatutvikling og med stabil EBITDA-margin på 10+ %



Ambisjonen er at Stampen Media skal levere EBITDA rundt 10 % innen 3 år

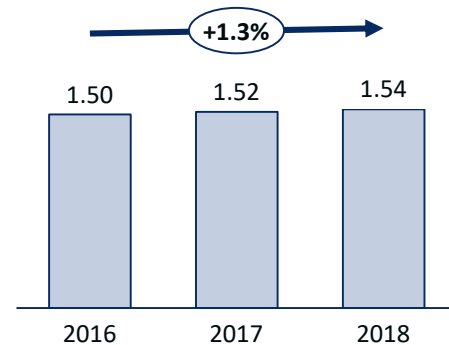
# Stampen Media «eier» vestkysten – et område med befolkningsvekst sentralisert rundt Göteborg

Stampen har et konsentrert nedslagsområde med korte geografiske avstander og Göteborg som sentrum for handel og næringsliv



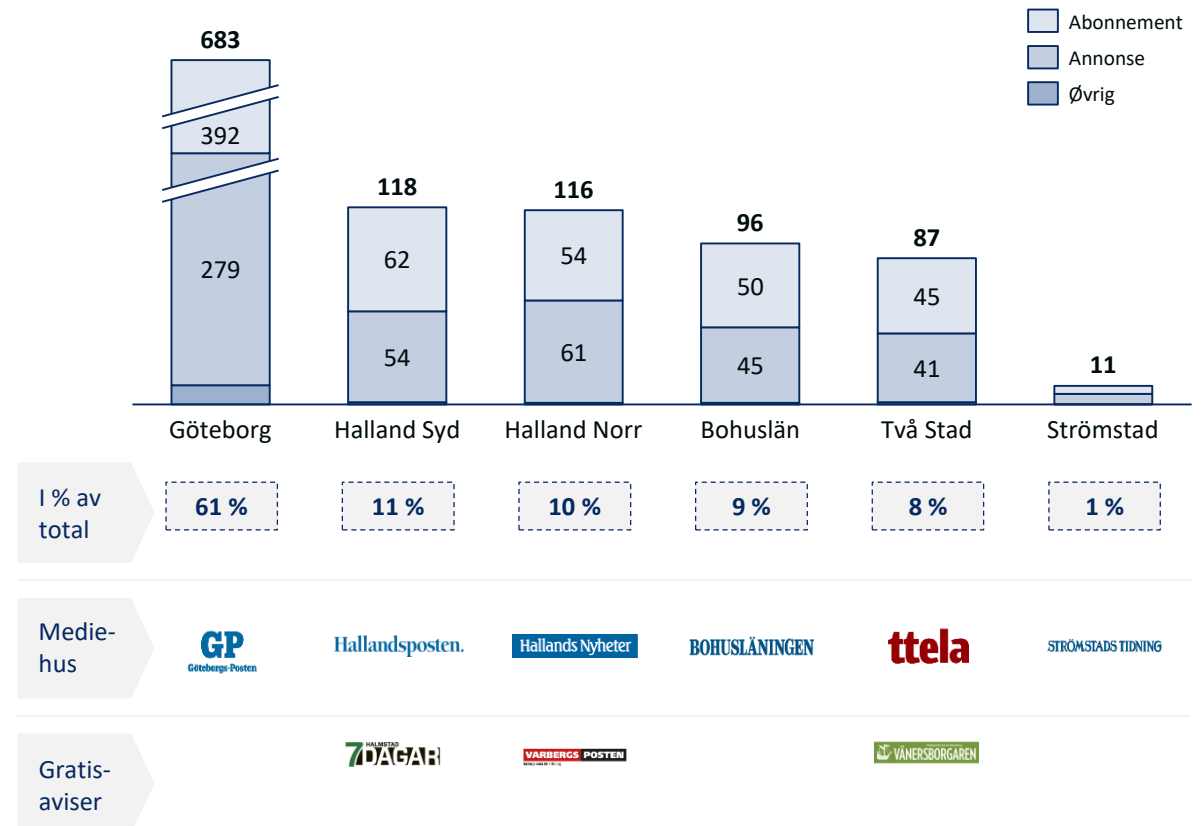
- Göteborgsregionen er en av Sveriges viktigste industribyer, spesielt innen transportsektoren, elektronikkvarer, næringsmiddel og grafisk industri
- Viktige utdanningsinstitusjoner som Göteborgs Universitet og Chalmers Tekniska Högskola er lokalisert i Göteborg

Befolkning i området\*, [i millioner]



Stampen har 6 mediehus og 3 gratisaviser – Göteborgs-Posten er klart størst og står for ~60 % av omsetningen

Omsetning 2018, per område [SEKm]



\*Nedslagsområdet definert som følgende A-regioner: Halmstad, Göteborg/Alingsås, Uddevalla, Falkenberg/Varberg, Trollhättan/Vänern

Kilde: SCB, SNL, Stampen



# Wallstreet og VTD, Stampens utendørsreklameselskap, og distribusjon utgjør de to andre benene i Stampen Media

## Wallstreet: Et byrå som selger utendørsreklame

- Selskapet har ~15 ansatte
- Kontor i Gøteborg og Stockholm, men selger også annonser i andre deler av Sverige
- Spesialiserer seg på reklame i kollektivtrafikken
- I følge IRM er det forventet en økning på 8.5 % i investeringer i utenomhusreklame i det Sverige

Eksempler på produkter



## VTD ledende distribusjonsselskap på den svenske vestkysten

- Distribuerer aviser, tidsskrifter, pakker og post
- Cirka 750 distrikt fra Strömstad i nord til Laholm i sør
- Del av Stampen Media siden høsten 2018.



# Stampen Media har satset på redaksjonen de siste årene

GP's reporter Michael Verdicchio vant i starten av april den prestisjetunge journalistprisen "Guldspaden"



"Avsløjet hur religiöst förtryck av olika slag har tillåtits pågå i svenska skolor och förskolor, trots livsavgörande och ibland livshotande konsekvenser för eleverna".

Juryns motivering

"Det är väldigt glädjande att vår satsning på grävande journalistik betalar sig även i det här sammanhanget. Michael och resten av de inblandade i de här jobben är så värda den här utmärkelsen."

GP:s chefredaktör, Christofer Ahlqvist

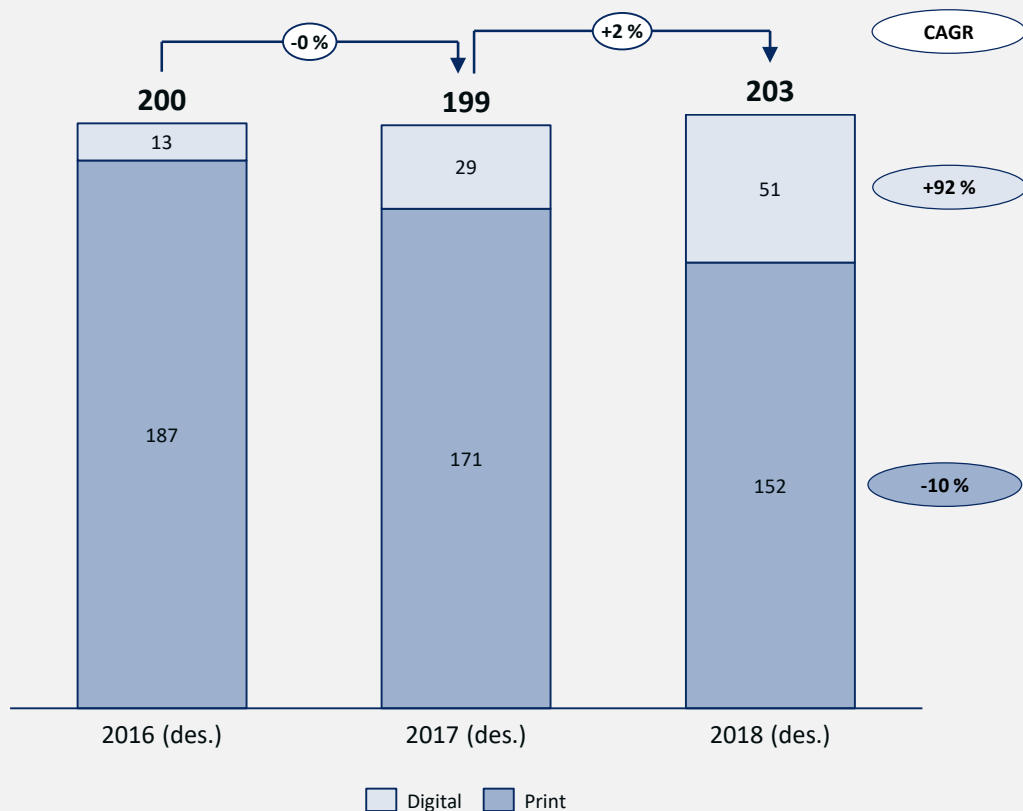
Prisen ble vunnet for granskningene av "Guds utvalda skola" og "I religionens navn" – to artikkelserier på hhv. 19 og 16 artikler

A screenshot of the GP (Granskning og Press) website. The page displays a list of articles. Two articles are highlighted with red boxes: "GP GRANSKAR: Guds utvalda skola" and "GP granskar: I religionens navn". Other visible article titles include "Kritiserade Hällebergsskolan slipper vite", "Efter granskning...", "Regeringen ändrar förskolans läroplan efter GP-granskning", "Läraarnas yrkesetiska råd: 'Skolor måste våga diskutera detta'", "När hon hade 'fel' kläder fick föräldrarna rapport", "Kommunen tillrättavisar förskolor efter GP:s granskning", and "Imamen: 'Barn har inga religiösa plikter'".

# Stampen vokste i totalt antall abonnenter i 2018, drevet av vekst i digitalt.

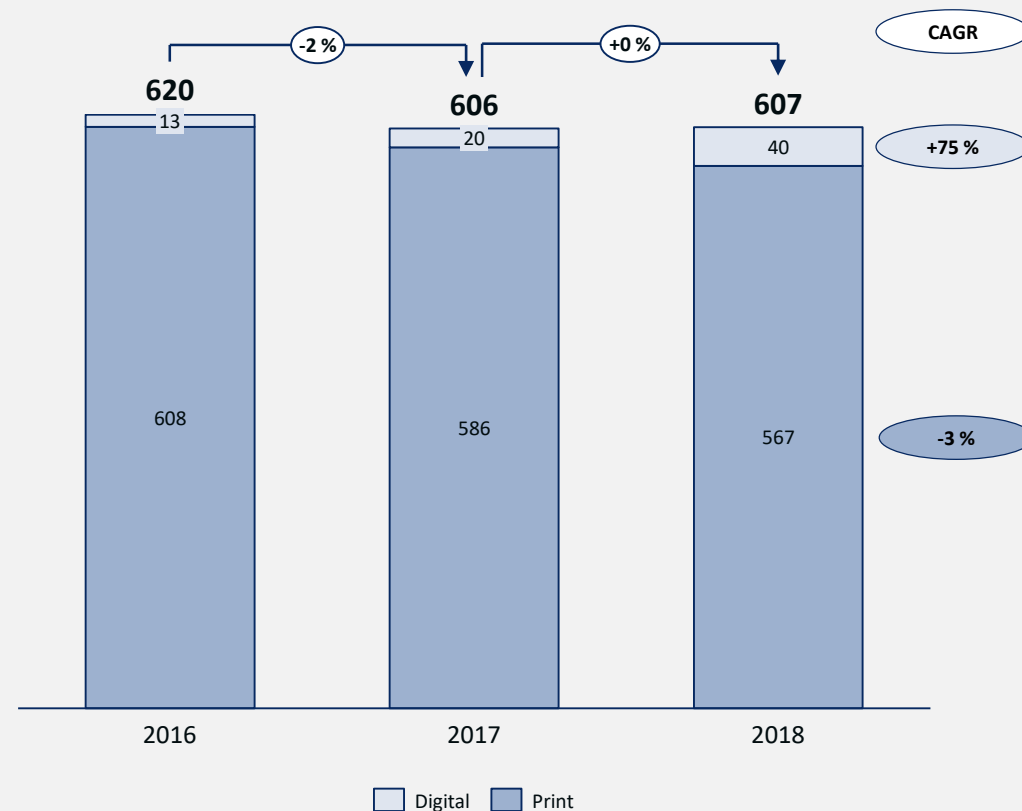
Stampen hadde vekst i total abonnementsbase i 2018, drevet av en solid digital vekst...

Antall abonnement, Stampen Media per desember [1000]



...samtidig har (bl.a.) konverteringen til digitale abonnement gjort at inntektene har falt med ~1 % årlig 2016-18

Abonnementsinntekter, Stampen Media [SEKm]



# Fire fokusområder inne Stampen Media de neste årene

## 1 Distribusjon

- Kostnadsbesparelser og effektivisering innen distribusjon med et hovedfokus på morgendistribusjon på vestkysten
- Utvikle PLP (Postlådepakket) og e-handelsdistribusjon i samarbeid med øvrige svenske mediehus.

## 2 Digitale annonseinntekter

- Muliggjør nye samarbeid i salg og felles annonseplattformer med ledende mediehus på det svenske markedet.
- Attraktiv region med sterke regional og lokale posisjoner. God komplementaritet til (Schibsted) nasjonale posisjoner og varemerker

## 3 Abonnementsinntekter

- Fokus på redaksjonelle tiltak de siste årene med 50 nye journalister i 2017-2019.
- Styrket de redaksjonelle produktene på alle titler.
- Posisjonert for fortsatt vekst i digitale abonnenter
  - 59.000 digitale abonnenter april 2019 (30% av antall abonnenter), mens det var 15000 i april 2017.

## 4 Prisøkninger

- Pakker og styrkede redaksjonelle produkter legger grunnlaget for prisøkninger på (digitale) abonnenter de neste årene.
- Det svenske markedet er lavere priset enn norsk for tilsvarende digitale produkter.