



POLARISMEDIA

Presentasjon av resultater 2. kvartal 2019

Investorpresentasjon, 21. august 2019

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO og ansv. forretningsutvikling Per Olav Monseth

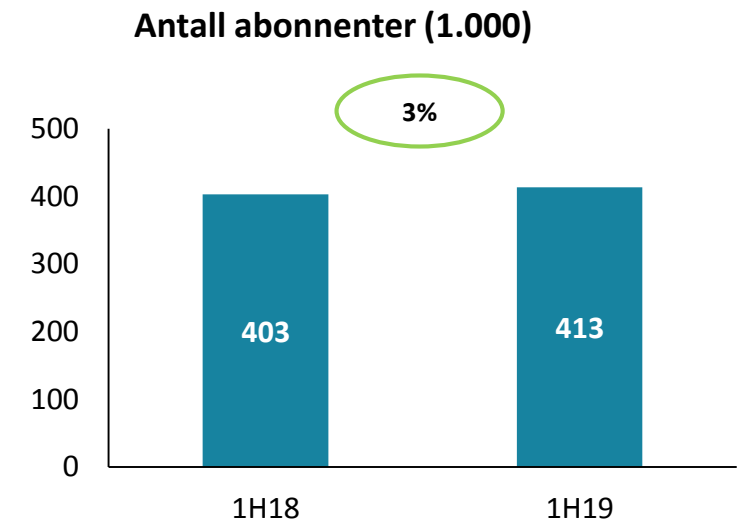
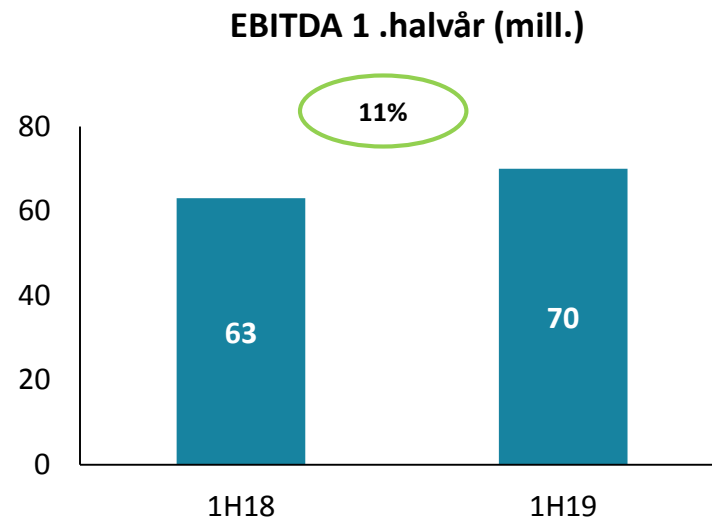
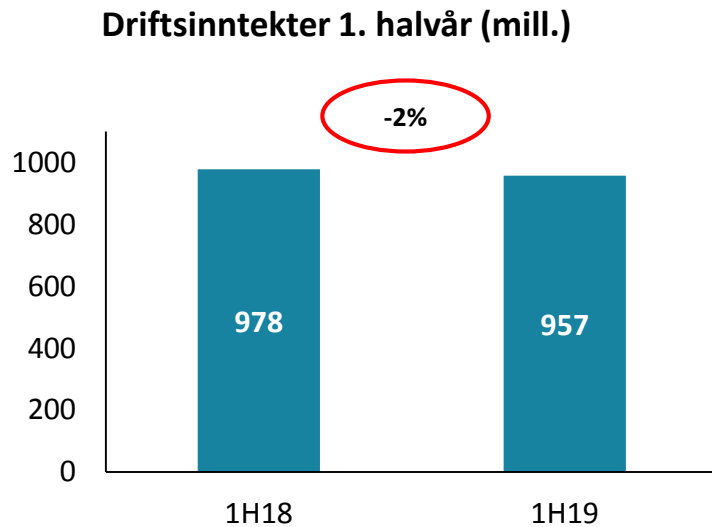
Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Agenda

- **Konsernet 2. kvartal**
- Finansielle nøkkeltall

Resultatframgang i konsernet med EBITDA i 1. halvår på 70 (63) mill.

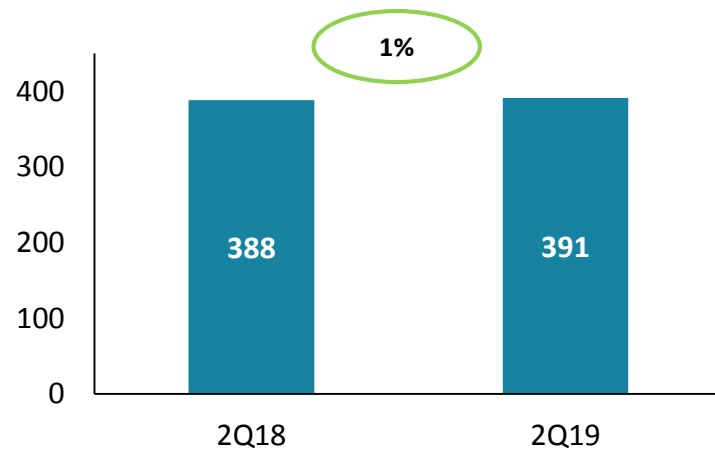
- Hovedaksjonær i Stampen Media fra og med 25. april 2019
- God vekst i abonnementsinntektene og digitale annonseinntekter i den norske virksomheten har delvis kompensert for et utfordrende annonsemarked i Norge og Sverige.
- Kostnadstiltak i Stampen Media bidrar til resultatvekst.
- Betydelig verdiøkning i eierandelen i FINN.no



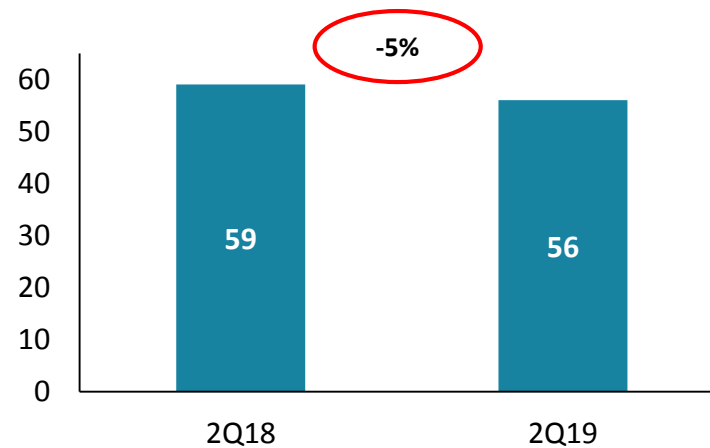
Polaris Media (Norge) med topplinjevekst i 2. kvartal

- Topplinjevekst som følge av god vekst i abonnementsinntektene, digitale annonseinntekter og distribusjonsinntekter
- Økning i driftskostnader som følge av vekst i salgsrelaterte kostnader, generell lønns- og prisvekst og satsninger

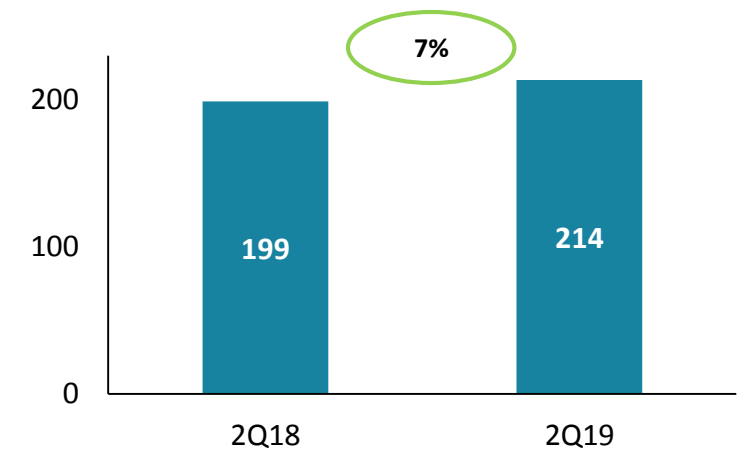
Driftsinntekter 2. kvartal (mill.)



EBITDA 2. kvartal (mill.)



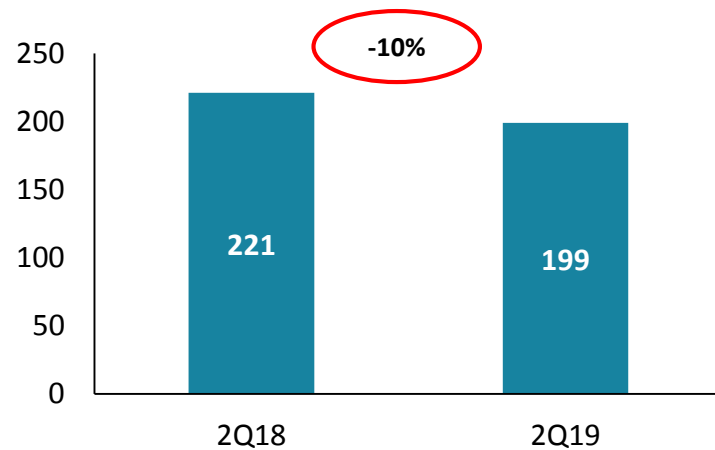
Antall abonnenter (1.000)



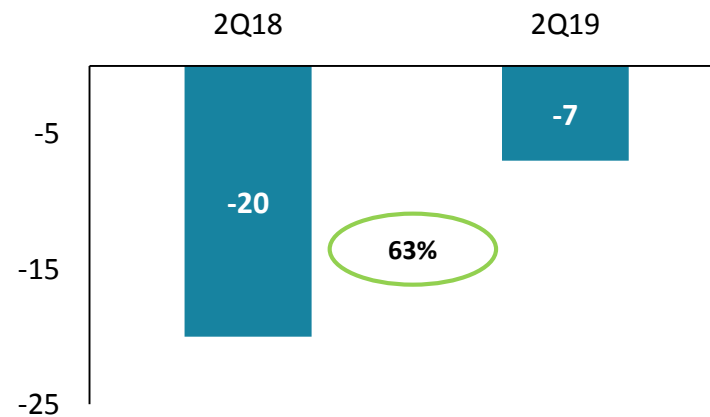
Betydelig resultatframgang i Stampen Media (Sverige) i 2. kvartal 2019

- Betydelig nedgang i annonseinntektene og omstrukturering av distribusjon bidrar til topplinjenedgang
- Resultatvekst som følge av betydelige tiltak som gjennomføres, spesielt innen distribusjonsområdet.

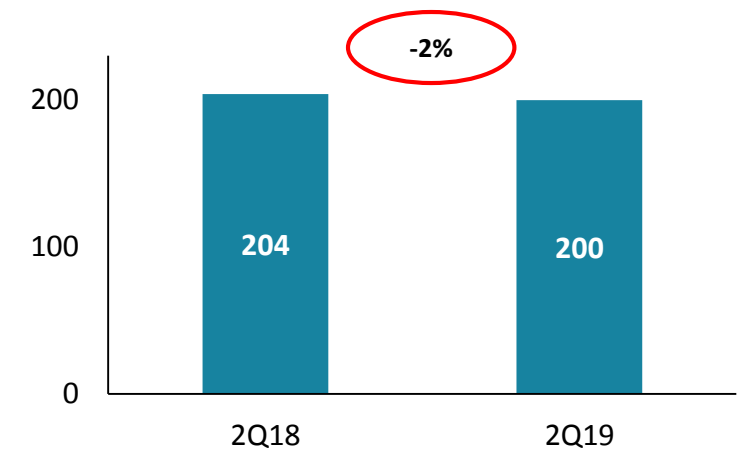
Driftsinntekter 2. kvartal (mill.)



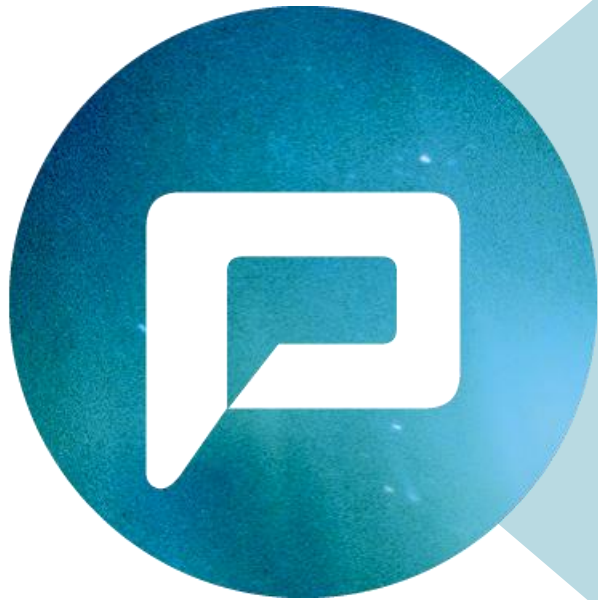
EBITDA 2. kvartal (mill.)



Antall abonnenter (1.000)



Konsernet har fokus på kjernen i medievirksomheten



Ledende brukerposisjoner
lokalt og regionalt

Øke antall abonnenter og
brukerinntektene

Digital annonsevekst

Nye trykkeri- og
distribusjonsinntekter

Fremtidsrettet organisasjon

«Riktig journalistikk som utgjør en forskjell»

HISTORIER




Barna ville sjø

Det går rykte om ke
Øvreid-søkene so
Ulstein og Hareid o
kjenner den fulle h

40 år etter er søske
endeleg klare til å l
samfunnet fã vite.

GP granskar



För tre år sedan fick Pardis Barmos en lyft i huvudet. Hon fick hjärnskakning och problem med nacken.



TRØNDELAG

Barna vi sletter

Publisert 03.01.2019

Av: Jonas A. Vikan, Jonas Nilsson, Rune Petter Ness og Espen Rasmussen

Adresseløst har fått tilgang til materiale av Peter Daport i Belgia og Jacco Groen i Nederland. Halvor Høydal i VG og Harald Christen Hoff har bidratt til denne saken.

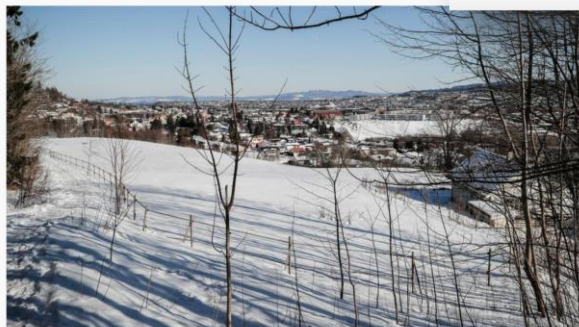
FILIPPINENE

ens de sitter hjemme i Norge, betaler enkelte

Vidreifeviten NYHETER SPORT KULTUR MENINGER UKEADRESSA

Skulle betale seks millioner for Ap-toppens bistand

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



Kystad Det er denne eiendommen på Byggen Staure 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

Den här artikeln kan bara du som prenumererar läsa.



”Volvo Cars förstörde våra liv”

Fosna-Folket «Bli du boan i Osen og Roan?»



«Bli du boan i Osen og Roan?»

GP granskar Geely-affären



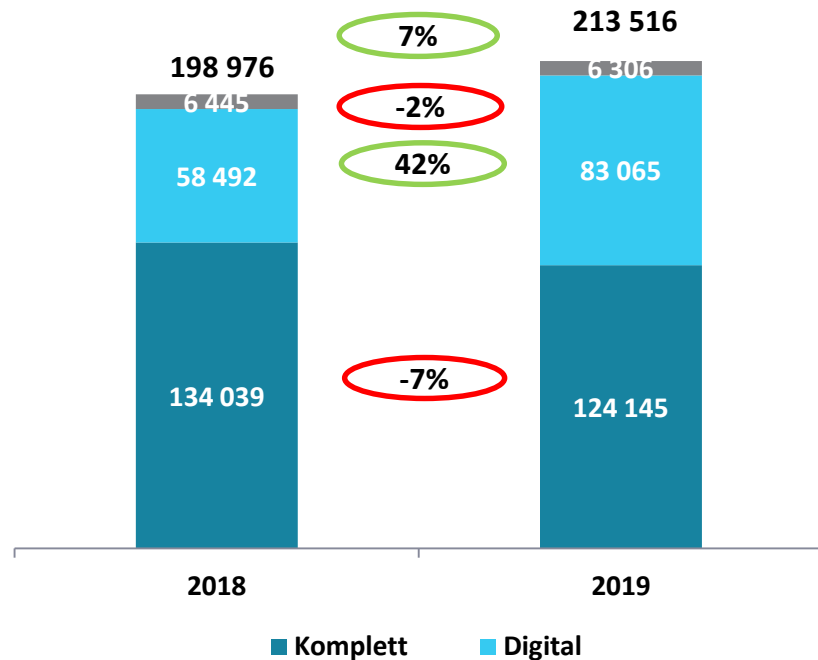
Hemliga miljonnotan – för att ge plats åt Geely

Del 2. En ljusblå fabriksbyggnad hotade plötsligt hela Geely-affären. Kommunens drag blev dyrt.

God vekst i digitale abonnenter i både Norge og Sverige. Vellykket sommerkampanje i Norge

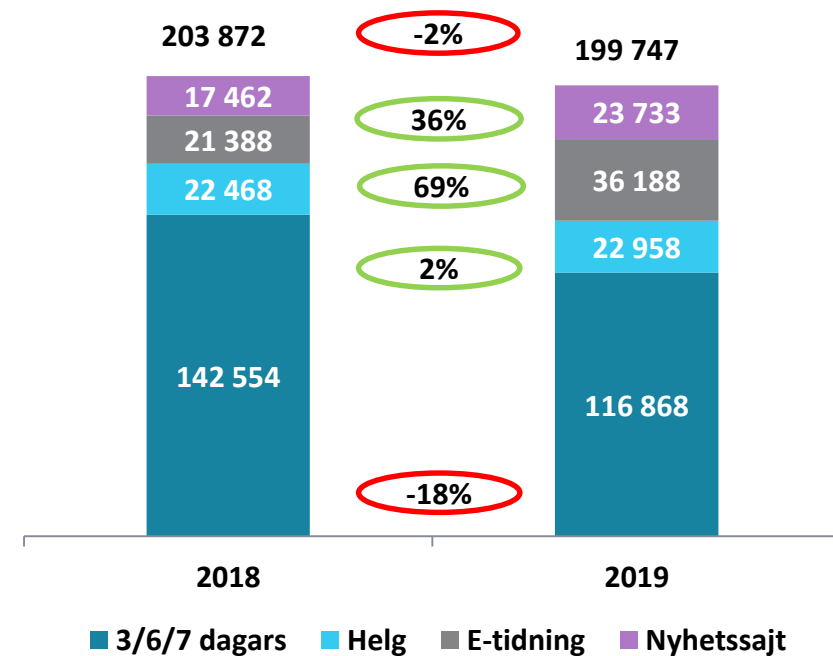
Antall abonnenter Norge

Per 2. kvartal 2018/2019



Antall abonnenter Sverige

Per 2. kvartal 2018/2019



- En vellykket sommerkampanje har vært en viktig bidragsyter til den positive utviklingen i antall digitale abonnenter
- Kampanjen har bidratt til en reduksjon snittinntekt per abonnement i andre kvartal.

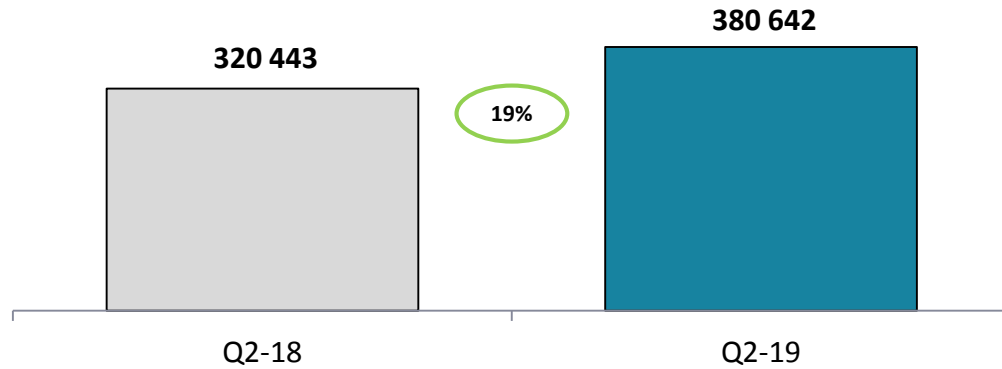
- God vekst innen de digitale produktene sammenlignet med fjorår
- Nedgang i papiravis påvirkes av omlegning av distribusjonen

Vekst i daglige brukere på mobil fortsetter i 2. kvartal

○ Vekst mot fjoråret
○ Nedgang mot fjoråret

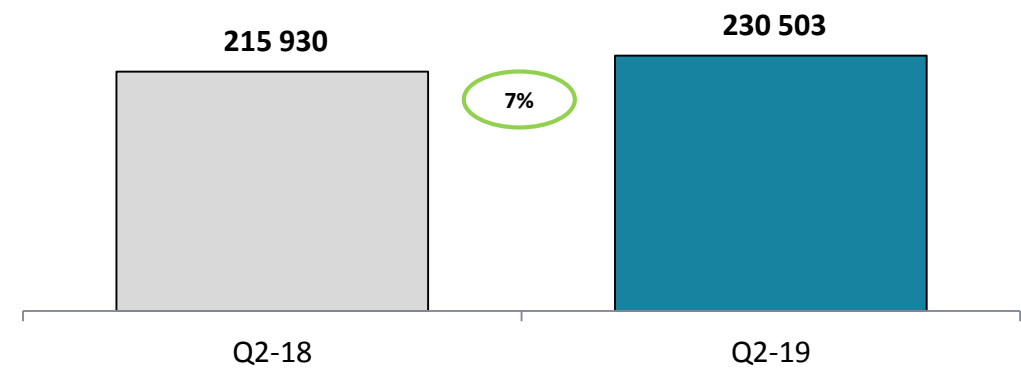
Økning i daglige mobilbrukere* i Polaris Media / Norge

Snitt daglige brukere i 2. kvartal 2018-2019, målt i antall brukere



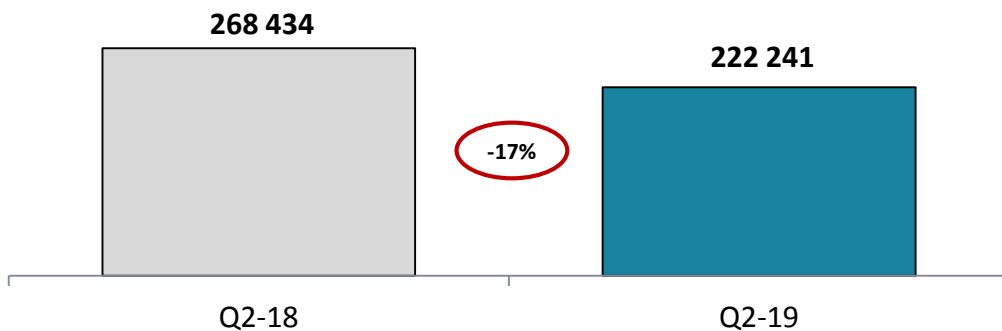
Økning i daglige mobilbrukere i Stampen Media / Sverige

Snitt daglige brukere i 2. kvartal 2018-2019 (mai og juni), målt i antall brukere



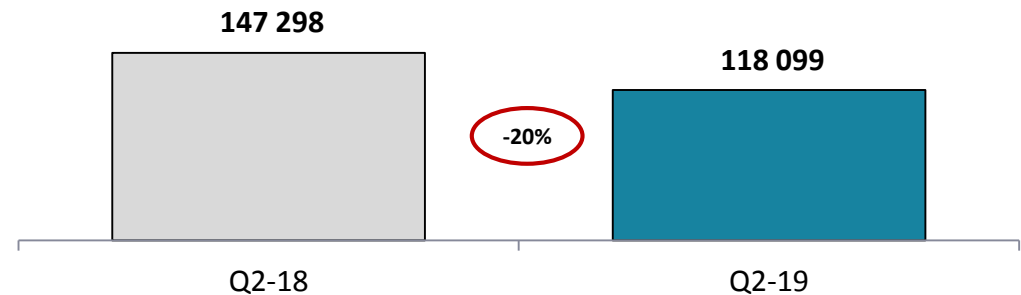
Nedgang i daglige nettbrukere* i Polaris Media / Norge

Snitt daglige brukere i 2. kvartal 2018-2019, målt i antall brukere



Nedgang i daglige nettbrukere i Stampen Media / Sverige

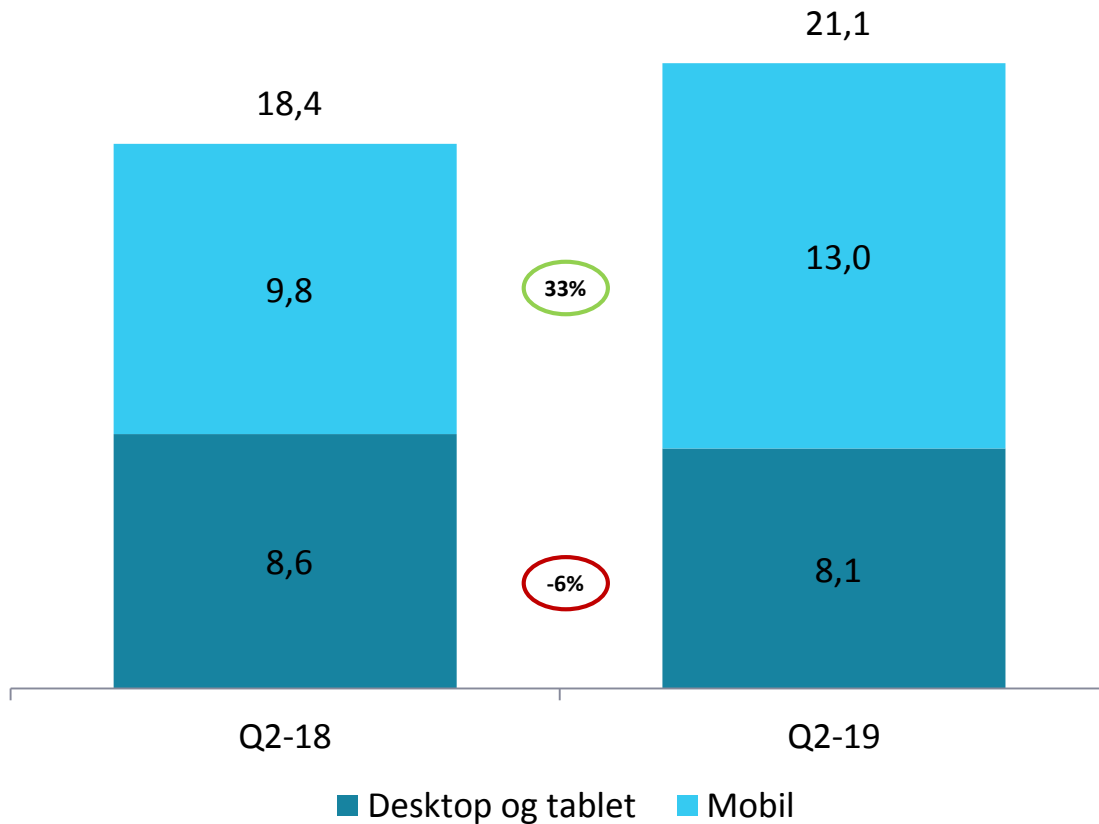
Snitt daglige brukere i 2. kvartal 2018-2019 (mai og juni), målt i antall brukere



Sterk vekst i antall sidevisninger på mobil i Norge. Et signal på økt digital modenhet blant mediehusene og leserne. Svakere utvikling i Sverige

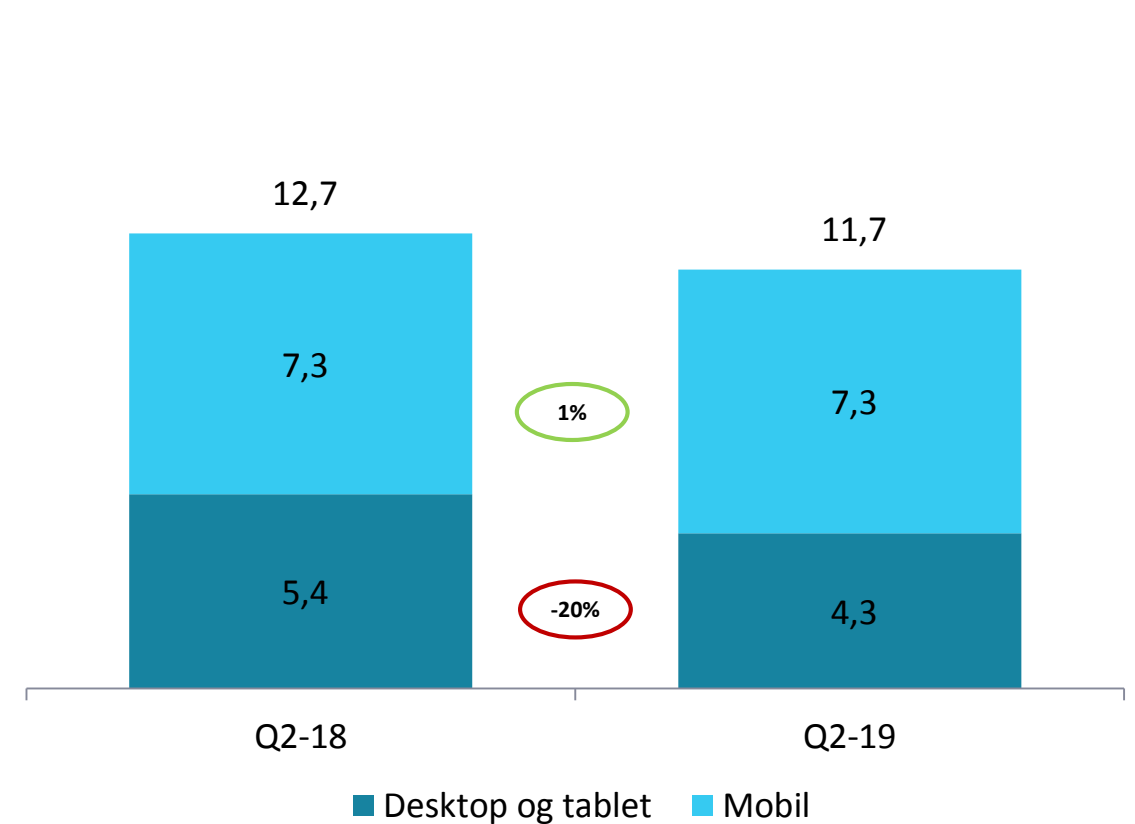
Snitt ukentlige sidevisninger* i Polaris Media / Norge i mill.

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



Snitt ukentlige sidevisninger i Stampen Media / Sverige i mill.

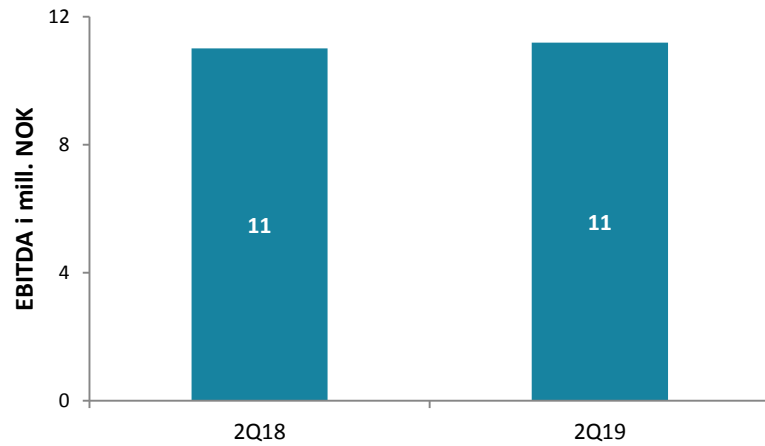
Nett og tablet rapporteres samlet. Sidevisninger i mill. per uke (snitt mai og juni)



Stabil resultatutvikling i Polaris Trykk og Polaris Distribusjon

Hovedtall Polaris Trykk, 2. kvartal

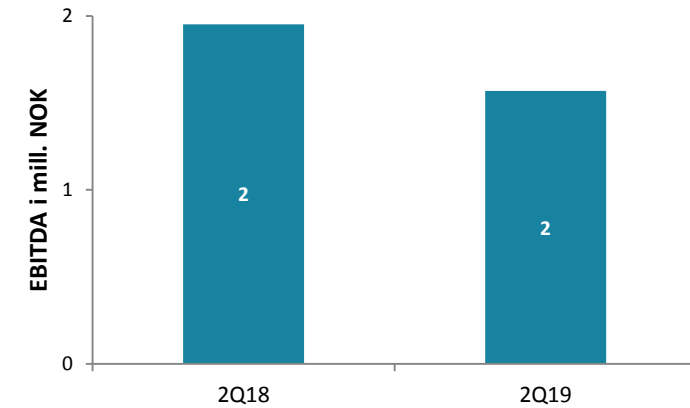
NOK mill. EBITDA inkludert andel TS og FKV



	2Q18	2Q19	Endring
Driftsinntekter	78	76	-2
Driftskostnader	67	66	-2

Hovedtall Polaris Distribusjon, 2. kvartal

NOK mill. EBITDA inkludert andel TS og FKV



	2Q18	2Q19	Endring
Driftsinntekter	53	52	-1
Driftskostnader	51	50	-1

Agenda

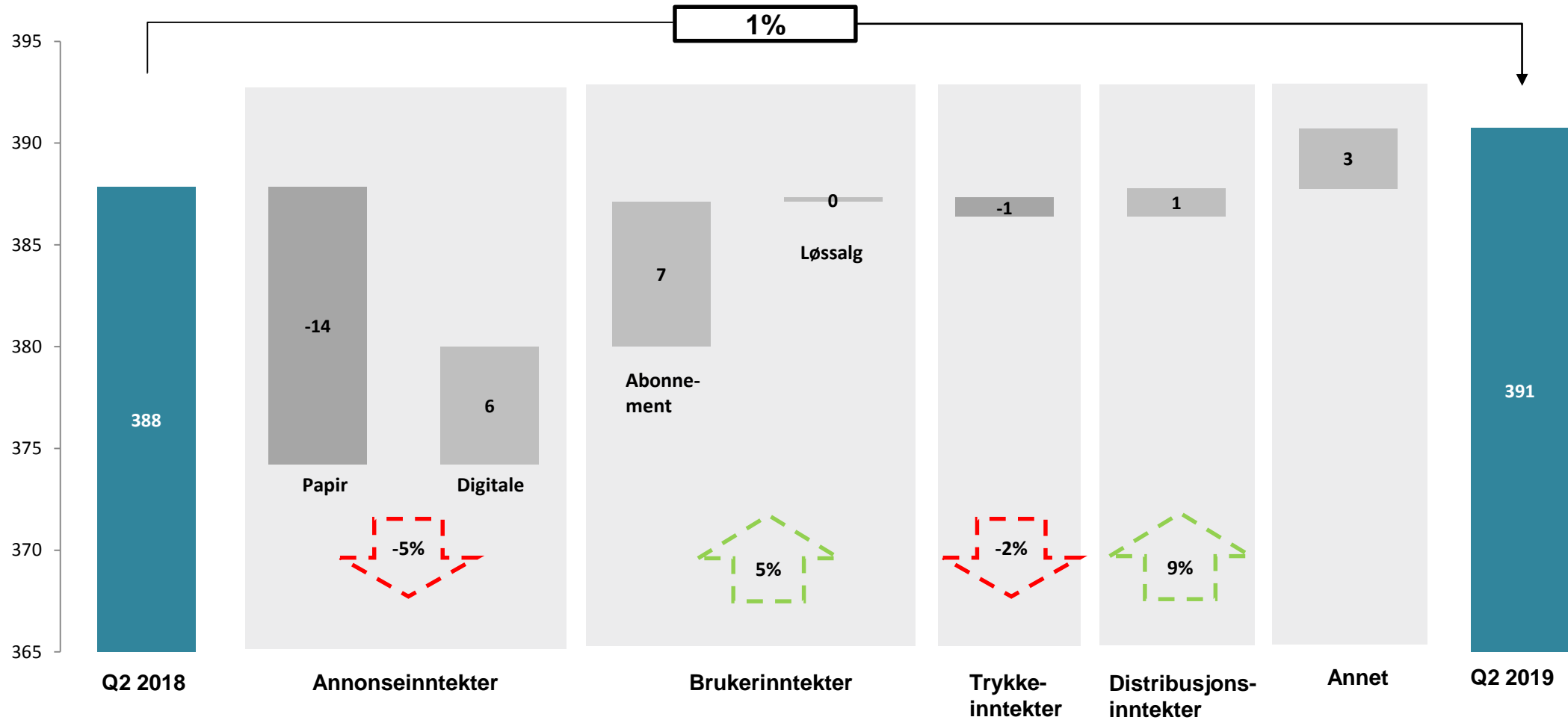
- Konsernet 2. kvartal

- **Finansielle nøkkeltall**

Polaris Media (Norge) med topplinjevekst

Inntektsutvikling i 2. kvartal 2018 vs. 2019

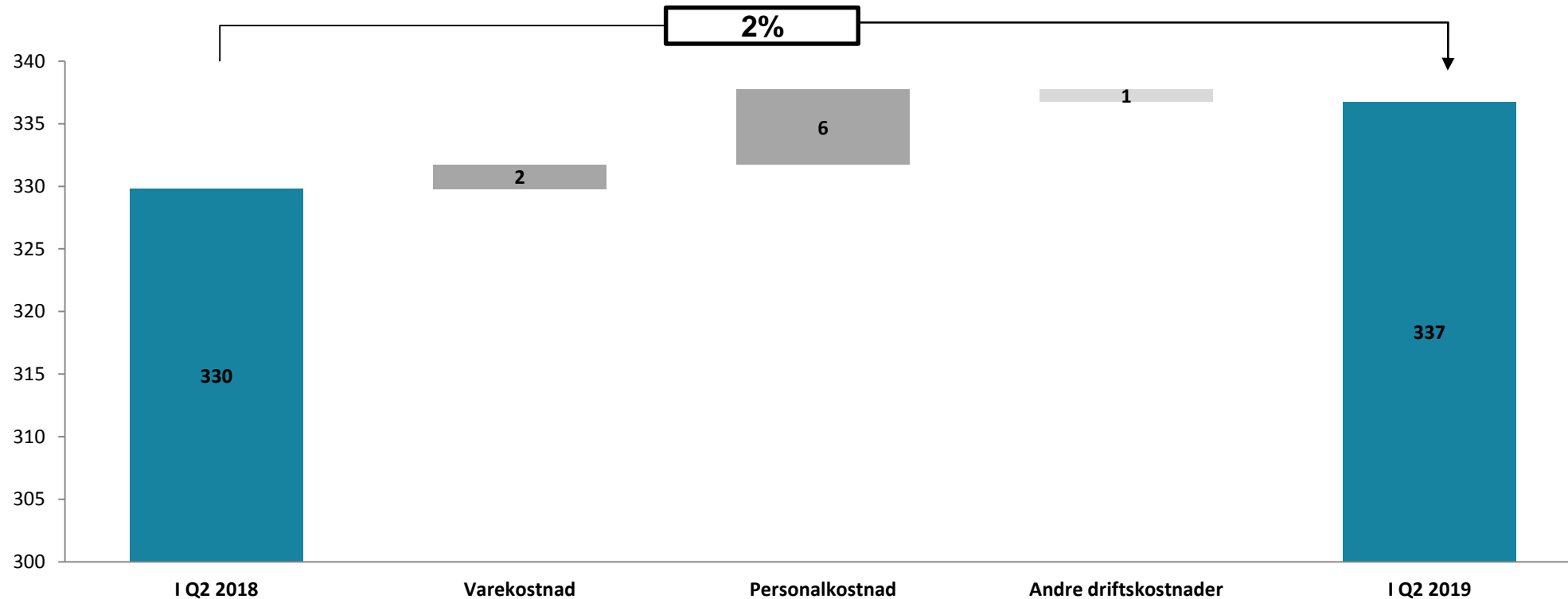
NOK mill.



Polaris Media (Norge) med vekst i driftskostnadene

Kostnadsutvikling i 2. kvartal 2019 vs. 2018

NOK mill.

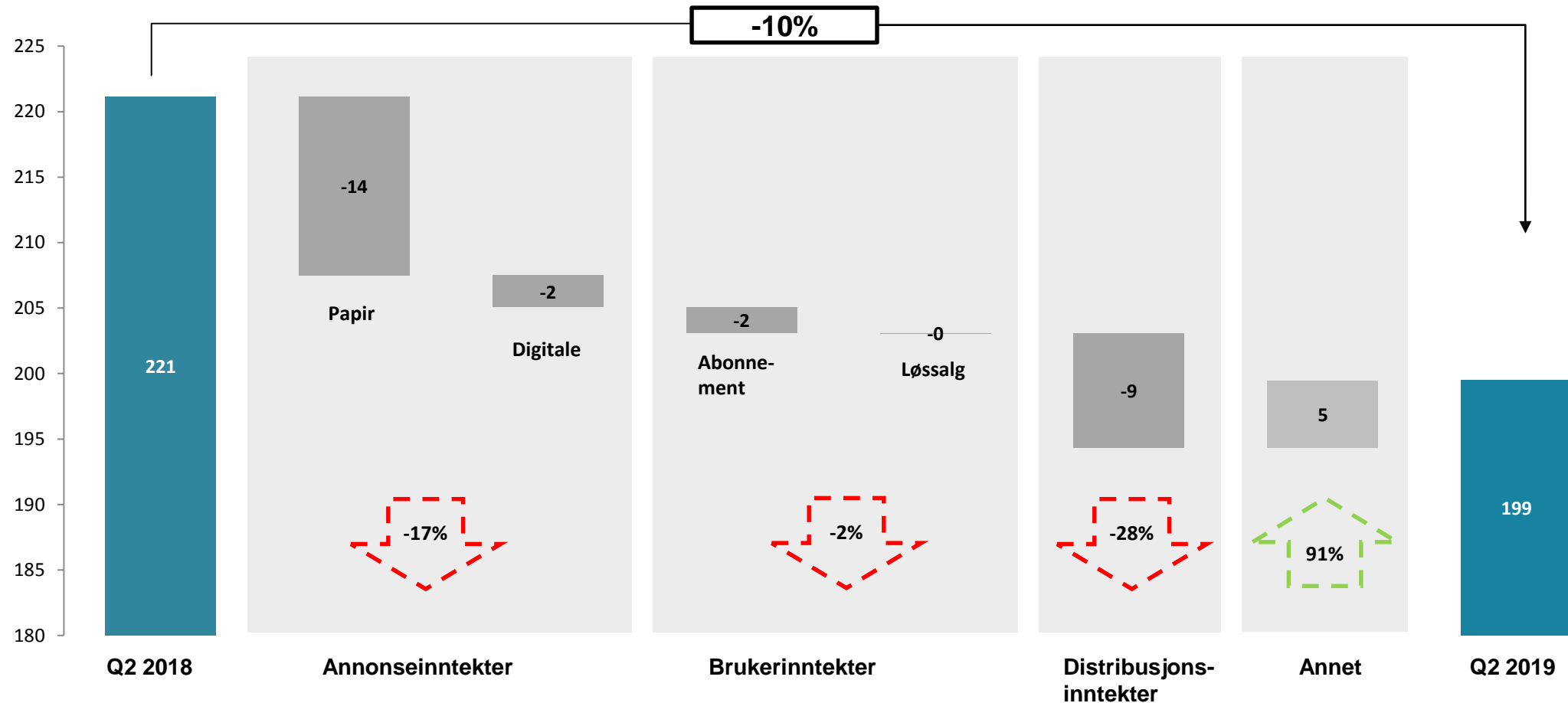


Økning i varekostnader er i all hovedsak salgsrelatert, mens lønnskostnadene øker som følge av generell lønnsvekst og satsninger.

Stampen Media (Sverige) med nedgang i inntektene som følge av utfordrende annonsemarked og endringer innen distribusjon

Inntektsutvikling i 2. kvartal (mai og juni) 2018 vs. 2019

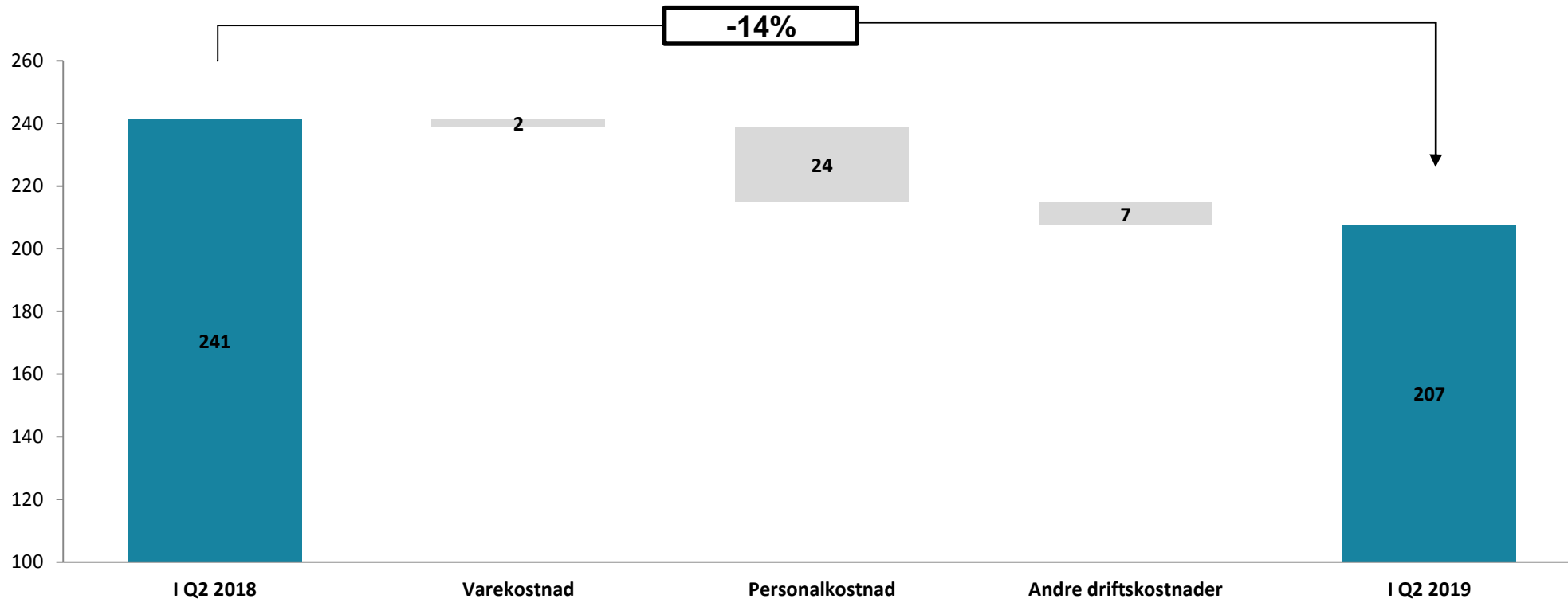
NOK mill.



Stampen Media (Sverige) reduserer driftskostnadene betydelige

Kostnadsutvikling i 2. kvartal (mai og juni) 2019 vs. 2018

NOK mill.



Nedgangen er størst innen lønnskostnader og andre driftskostnader som følge av omorganisering og effektivisering av distribusjonsvirksomheten

Verdien av FINN.no verdsatt til 1 840 mill. Verdiøkning på 418 mill. i 2. kvartal

Oppsummering verdi

EK-verdi	NOKm	18.423
% til Polaris	%	9,99 %
Verdi av Polaris' aksjer 2Q19	NOKm	1.840
<i>Verdi av Polaris' aksjer 1Q19</i>	<i>NOKm</i>	<i>1.422</i>
<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>

Finn.no fortsetter den positive salgsveksten i 2019, og det forventes marginalt høyere marginer fremover.

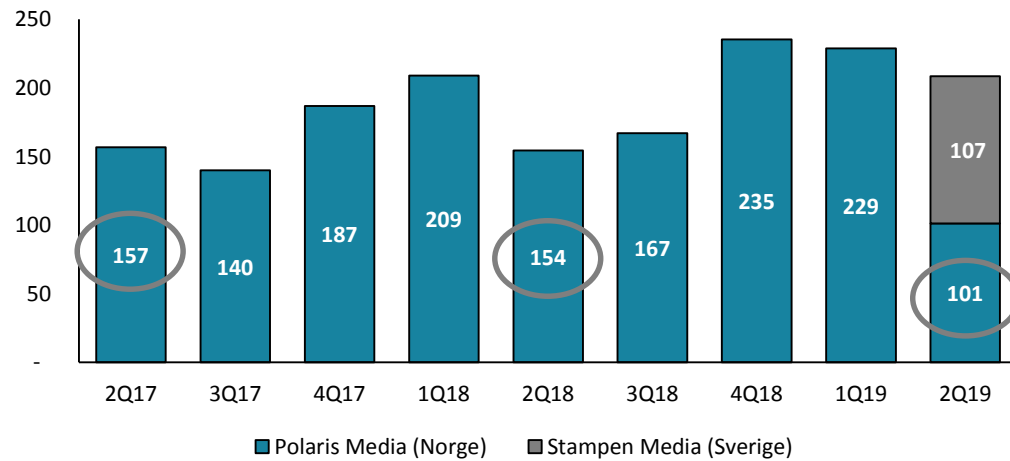
Skalafordeler for eksisterende teknologiplattformer og økte priser på eksisterende tjenester nevnes som årsaker til forbedringen i EBITDA margin.

Polaris Media mottok et ekstraordinært utbytte på 80,7 mill. i juli for salg av Lendo AS fra FINN.no til Schibsted.

Solid kontantbeholdning samlet, og positiv utvikling i netto kontantstrøm

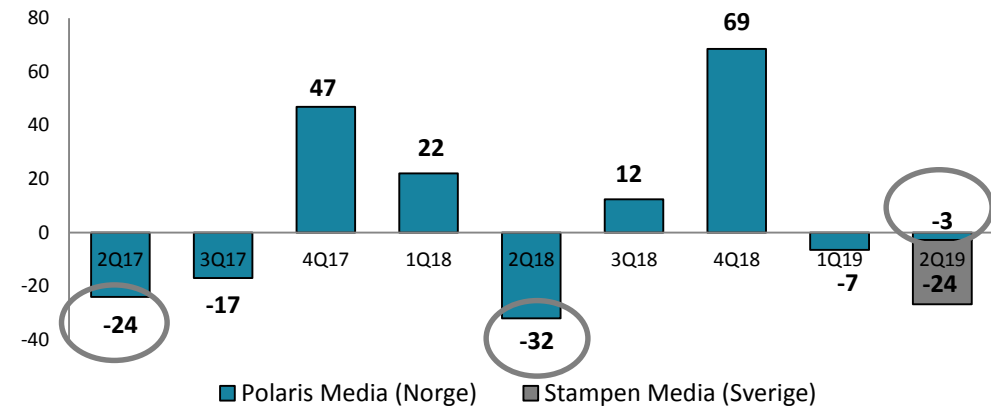
Solid kontantbeholdning

NOK mill.



Positiv utvikling i netto kontantstrøm

NOK mill.



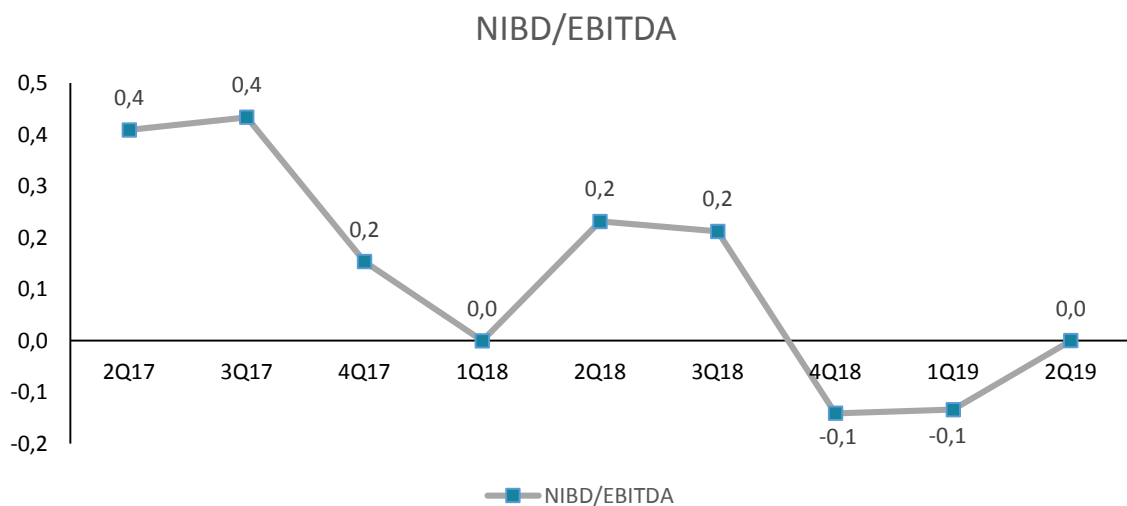
I tillegg tilgjengelig Kassakreditt

- Polaris Media NOK 100 mill.
- Stampen Media på SEK 50 mill.

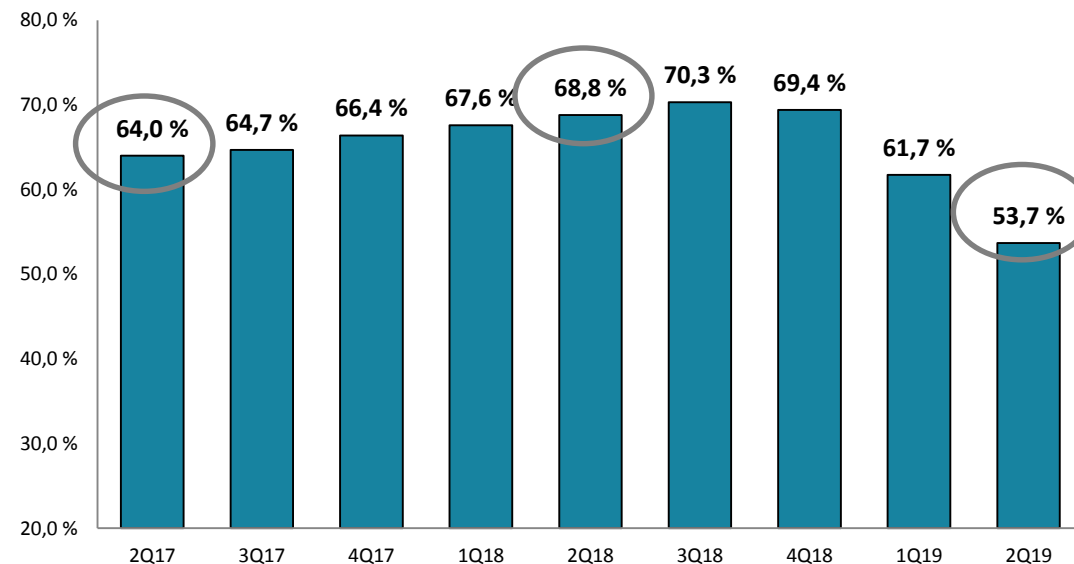
Lav gjeldsgrad, men redusert egenkapitalandel i hovedsak som følge av oppkjøp i Stampen Media

Lav gjeldsgrad

NIBD/EBITDA*
NOK mill.



Redusert egenkapitalandel som følge økt totalbalanse i forbindelse med oppkjøp av Stampen Media, utbytteutbetaling og implementering av IFRS 16



Utsiktene fremover

Polaris Media (Norge):

- Fortsatt vekst innen abonnementsinntekter.
- Fortsatt krevende utviklingen innen annonseinntekter, men vi forventer en bedre utvikling i annonseinntektene over tid.
- Det forventes noe redusert inntjening fra trykk, men vekst innen distribusjonsinntektene.

Stampen Media (Sverige):

- Har blitt igangsatt betydelig tiltak for å bedre inntektsutviklingen og redusere kostnadene.
- 2019 vil bli et omstillingsår, men det er en ambisjon at Stampen Media skal levere minst 10% EBITDA-margin i løpet av 2-3 år.