



POLARISMEDIA

Strategi og initiativer til fortsatt vekst

Kapitalmarkedsdag
3. mai 2022

Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

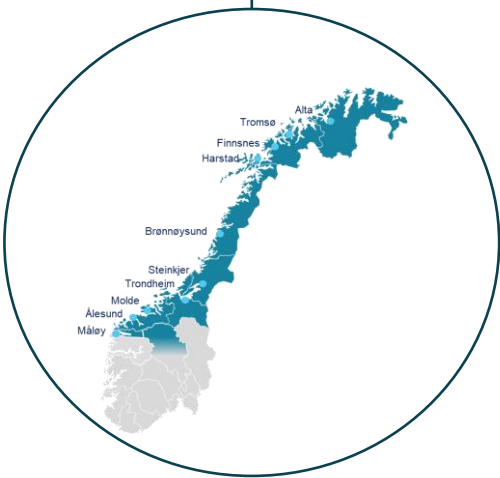
Presentasjon av hoveddatterselskap

Oppsummering

POLARIS MEDIA har vokst fra et norsk regionalt til et ledende skandinavisk mediehus- og trykkerikonsern de siste årene

Polaris Media er et regionalt mediehus- og trykkerikonsern

2018



Polaris Media etablerer seg i Sverige

2019



Polaris Media ekspanderer til Sør- og Sørvestlandet

2020



Polaris Media øker eierandel i Stampen Media til 70%

2021



Polaris Media er et av Skandinavias største mediehus- og trykkerikonsern

2022

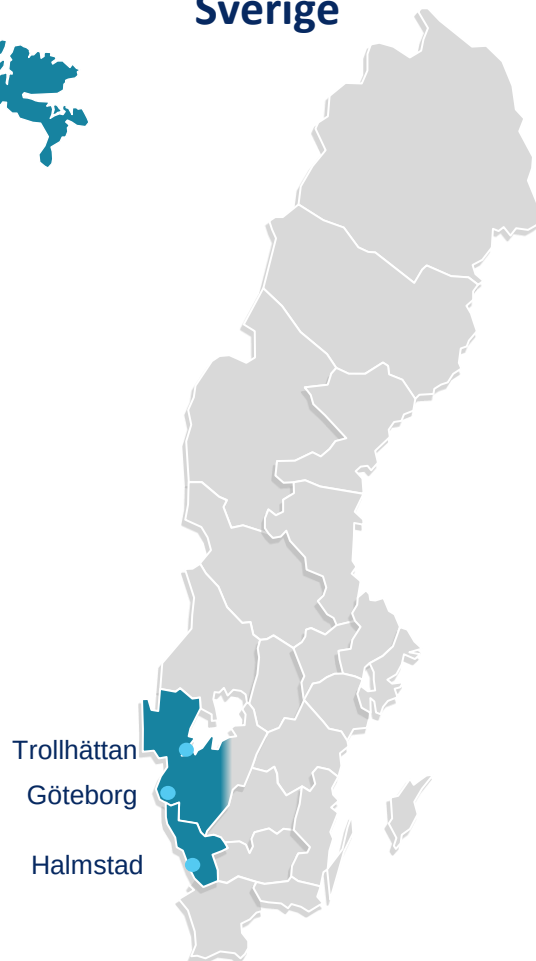




Ett av de største mediehus-konsernene i Norge



Størst på vestkysten i Sverige



Eier 64 (67) mediehus,
hvorav 5 gratisaviser



7 trykkerier og 6 regionale
distribusjonsselskaper



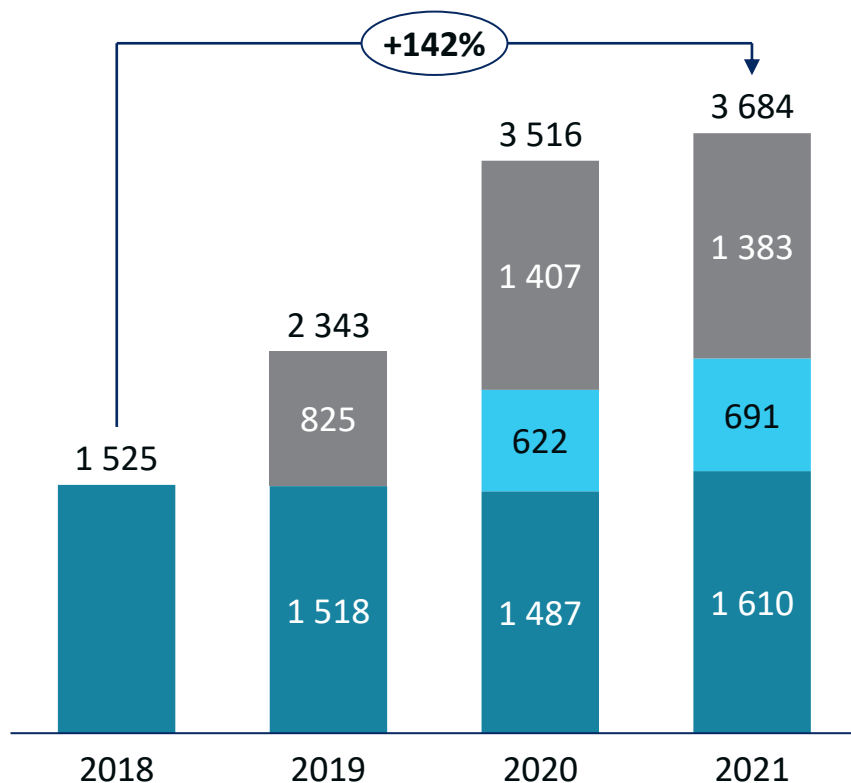
~ 600.000 abonnement,
hvorav ~ 300.000 digitale



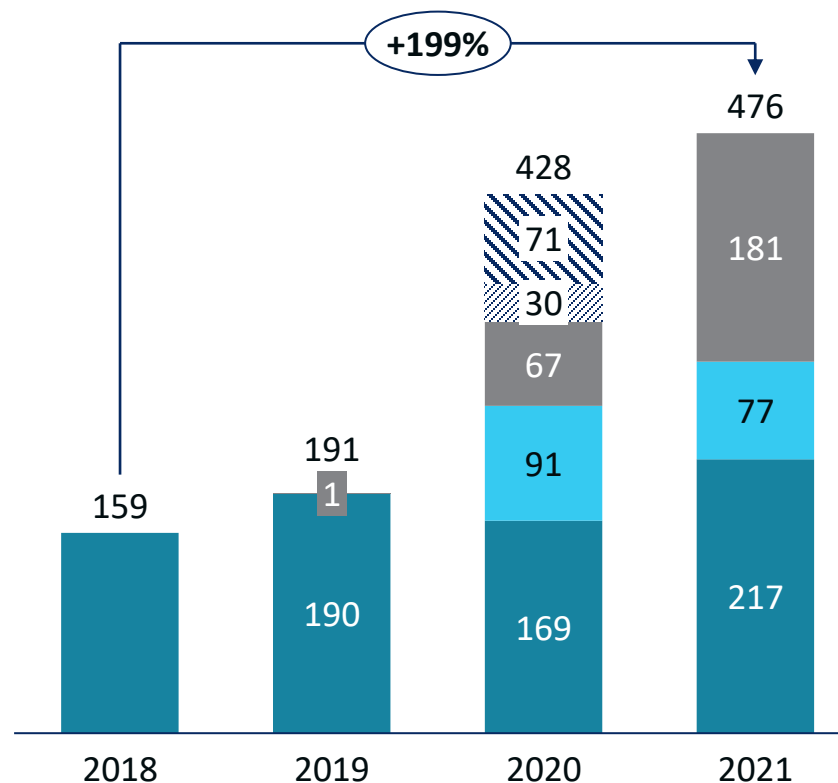
~ 3,7 mrd. i omsetning

Polaris Media har økt omsetningen med 142 % siden 2018, og EBITDA har vokst med 199% i samme tidsrom. Veksten er drevet av økte digitale inntekter, distribusjonsinntekter og oppkjøp

Utvikling i omsetning i mill. NOK¹⁾



Utvikling i EBITDA i mill. NOK²⁾

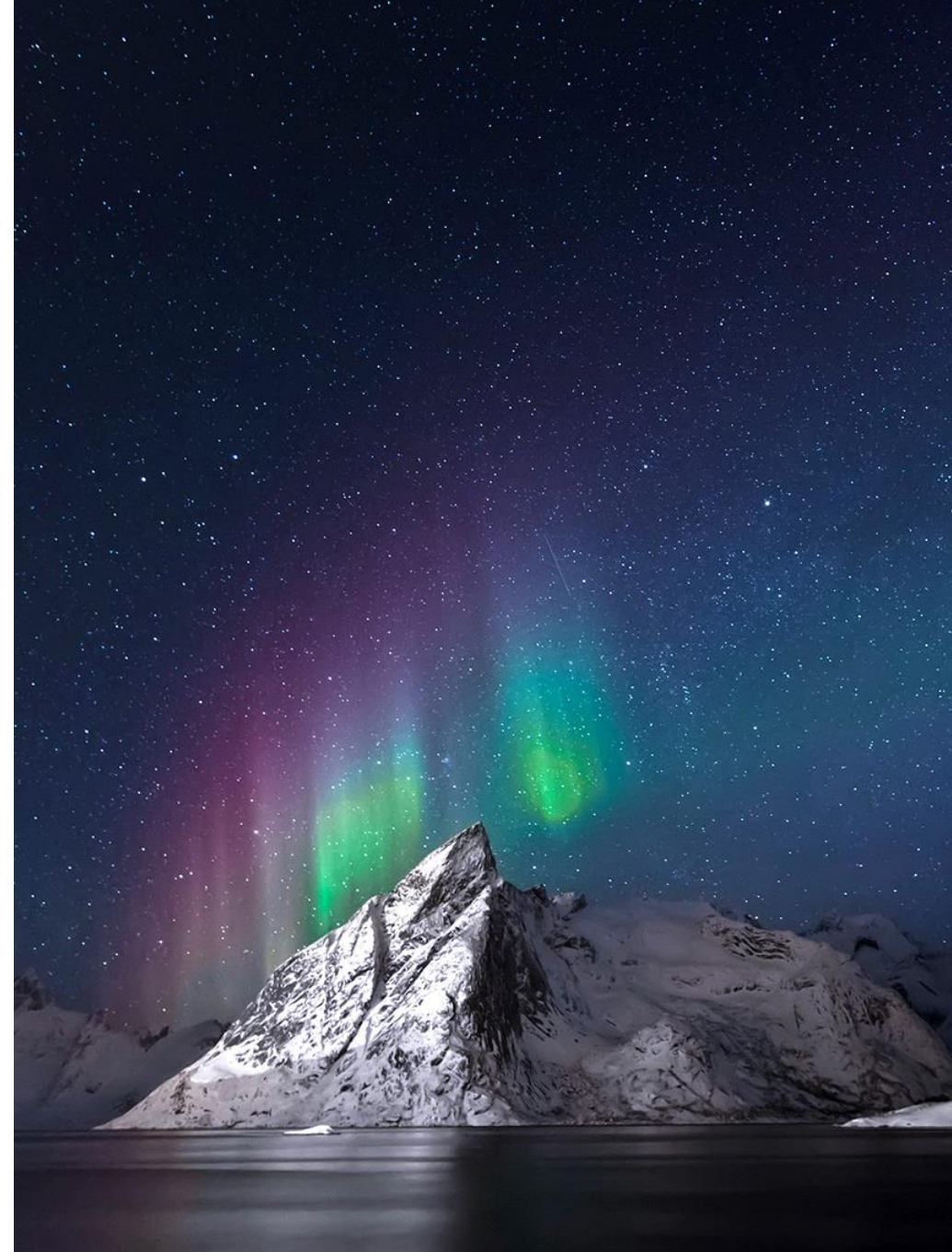


 Koronakompensasjon Sverige  Stampen Media  PM Norge uten PM Sør og PM Vest
 Koronakompensasjon Norge  PM Sør og PM Vest

PM Sør inntektsførte i 2020 MNOK 30 i forbindelse med endring av pensjonsordning, resultat uten denne engangseffekten er MNOK 61.

Hovedpunkter første kvartal 2022

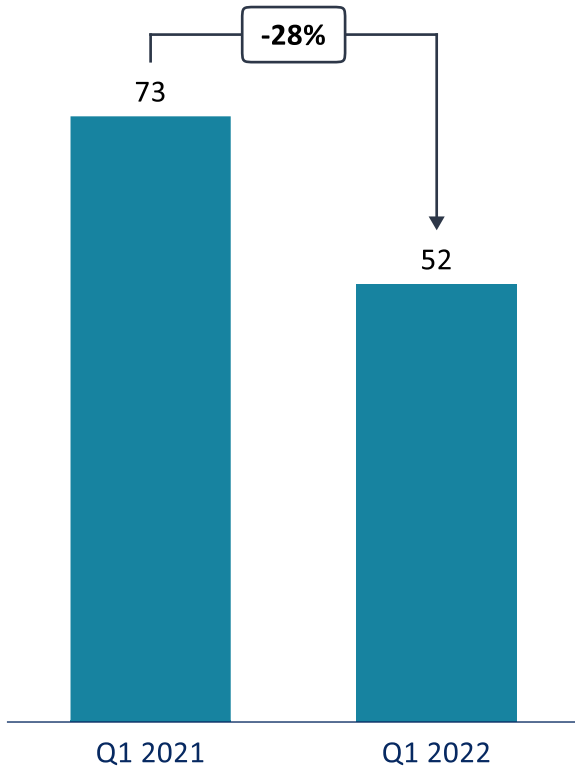
- Redusert driftsresultat
 - Effekt av bortfall av annonsesalgssavtaler med FINN.no
 - Kraftig økning i papirprisene
- Fortsatt god vekst i digitale abonnementsinntekter
- Andel heldigitale abonnement har passert 50% til over 300 000 abonnement
- Göteborgs-Posten vant nylig den prestisjetunge prisen Årets Dagstidning 2021.



Resultatnedgang sammenlignet med første kvartal 2021

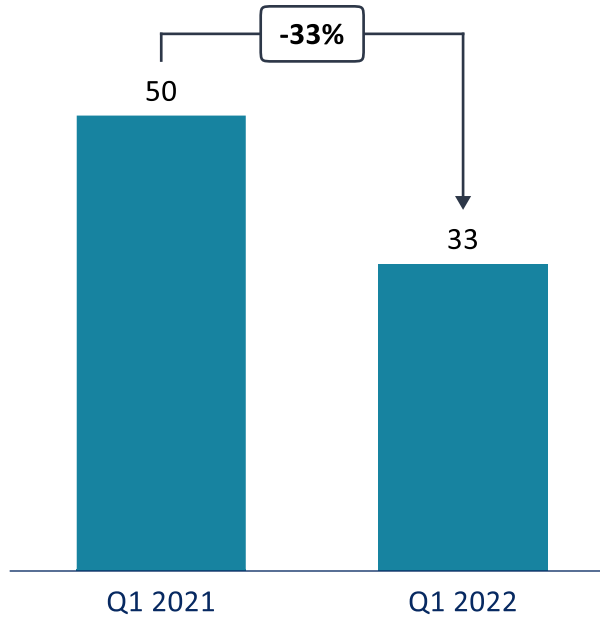
Polaris Media Konsern

EBITDA i MNOK



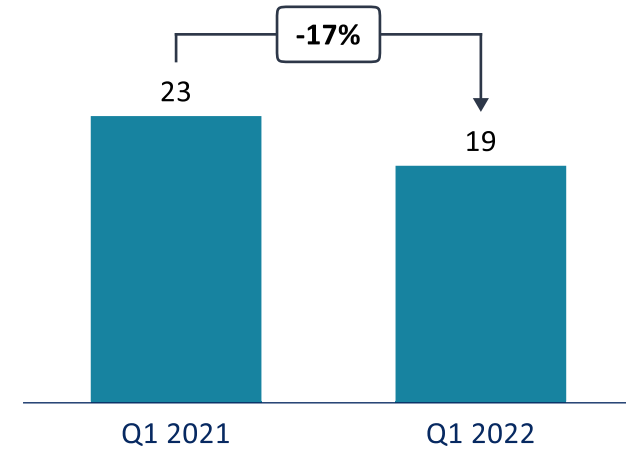
Polaris Media Norge

EBITDA i MNOK



Stampen Media, Sverige

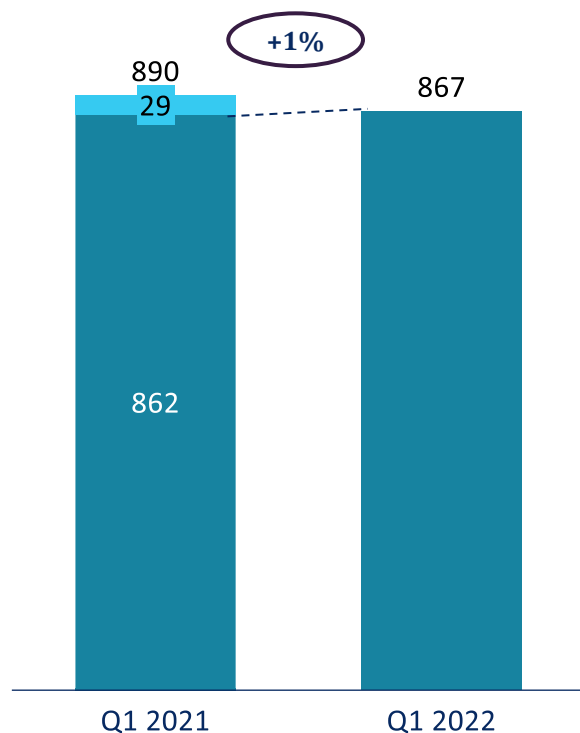
EBITDA i MNOK



Underliggende vekst i driftsinntekter som følge av god utvikling i digitale annonse- og abonnementsinntekter

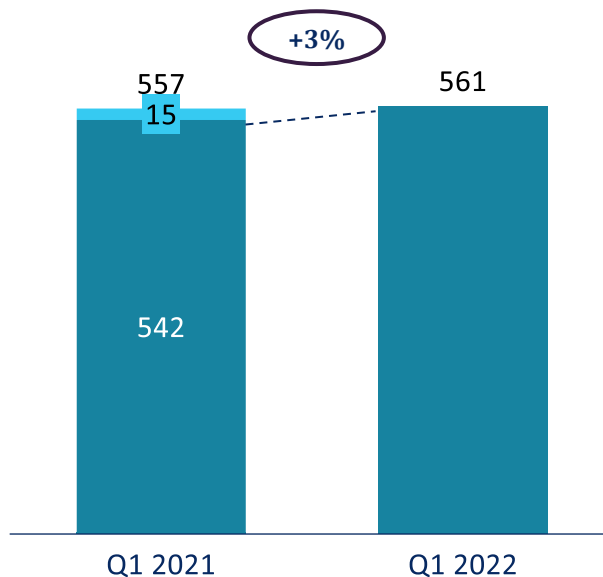
Polaris Media Konsern

Inntekter i MNOK



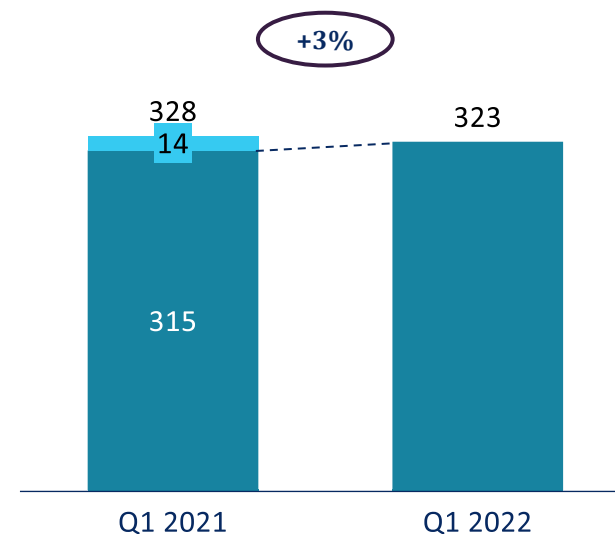
Polaris Media Norge

Inntekter i MNOK



Stampen Media, Sverige

Inntekter i MSEK



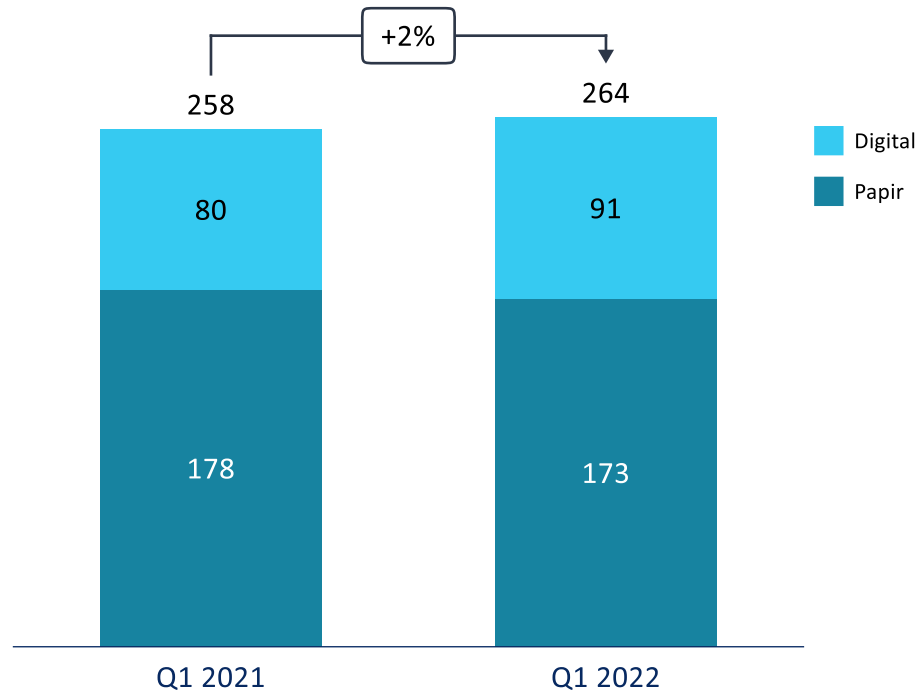
Salg av FINN.no-produkter/Wallstreet
Inntekter ekskl. FINN.no/Wallstreet

Brukerinntektene viser vekst i første kvartal



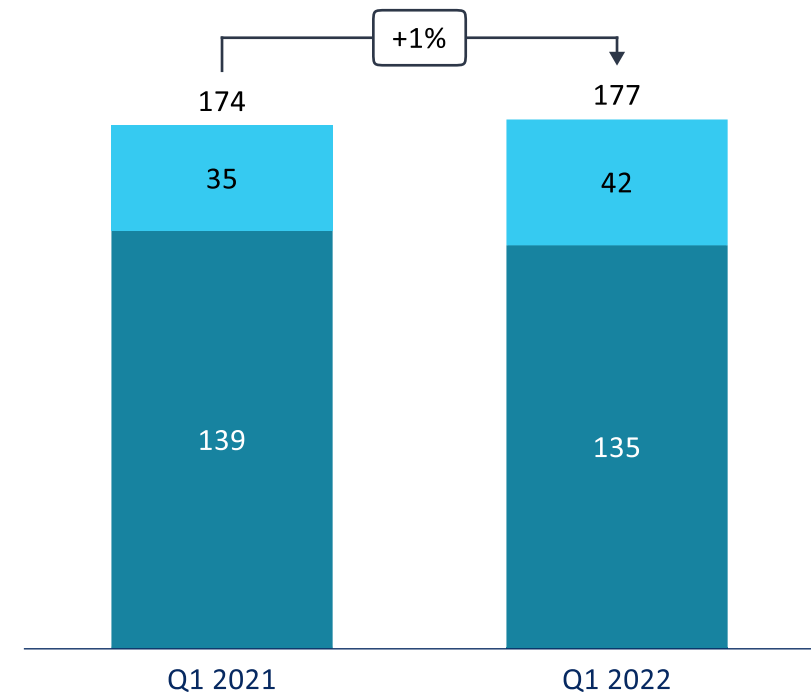
Polaris Media Norge

Brukerinntekter 1. kvartal (tall i MNOK)



Stampen Media

Brukerinntekter 1. kvartal (tall i MSEK)

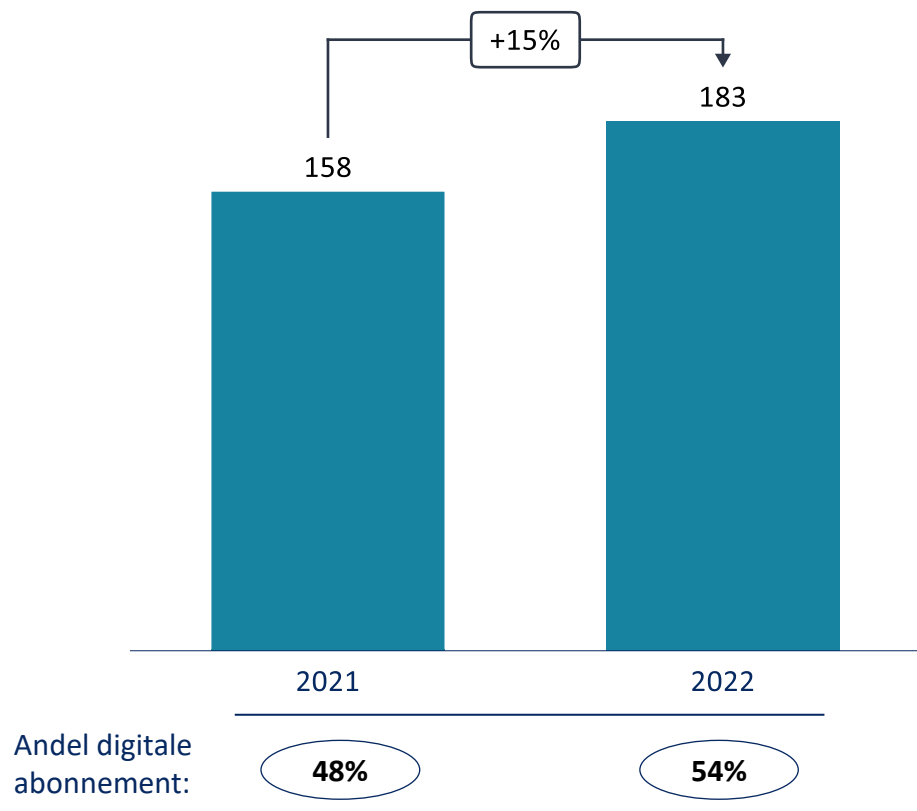


Totalt antall heldigitale abonnement har passert 300.000. Sterk vekst i både antall og andel digitale abonnement mot fjorår



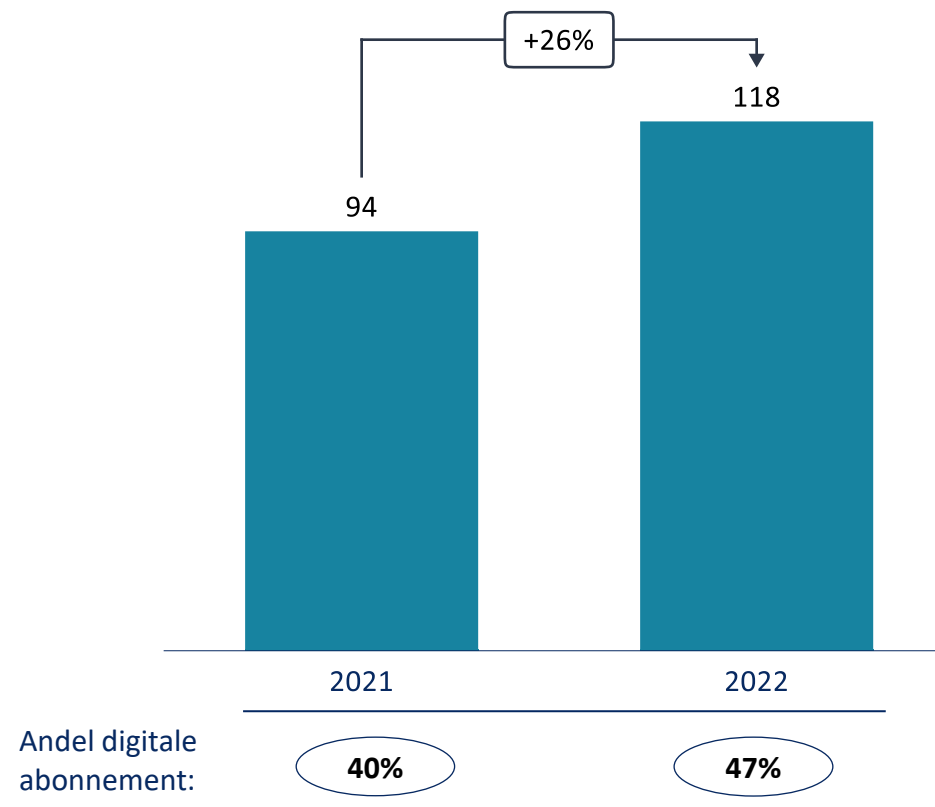
Polaris Media Norge

Antall digitale abonnement ved utgangen av året (tall i tusen)



Stampen Media

Antall digitale abonnement ved utgangen av året (tall i tusen)

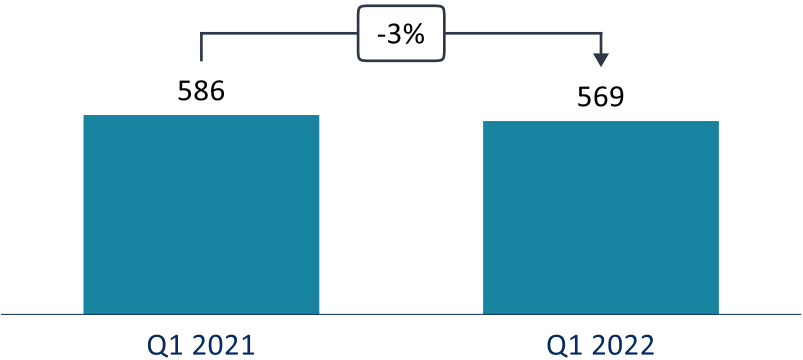


Stampen har sterk vekst i sidevisninger i kvartalet. I Norge er trafikkutviklingen preget av mindre koronanyheter, i tillegg til at regionale og lokale mediehus ikke er primærkilden til informasjon om krigen i Ukraina



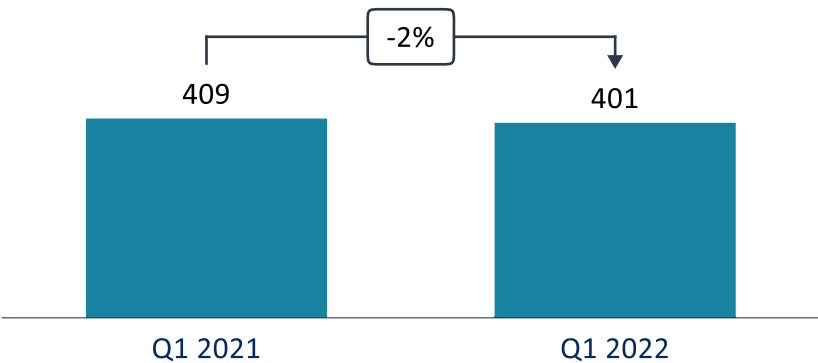
Daglige brukere mobil PM Norge

Snitt daglige brukere i kvartalet (i tusen)



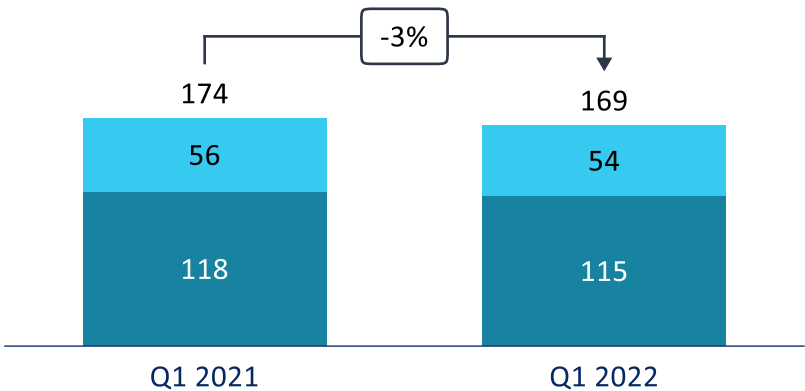
Daglige brukere mobil Stampen Media

Snitt daglige brukere i kvartalet (i tusen)



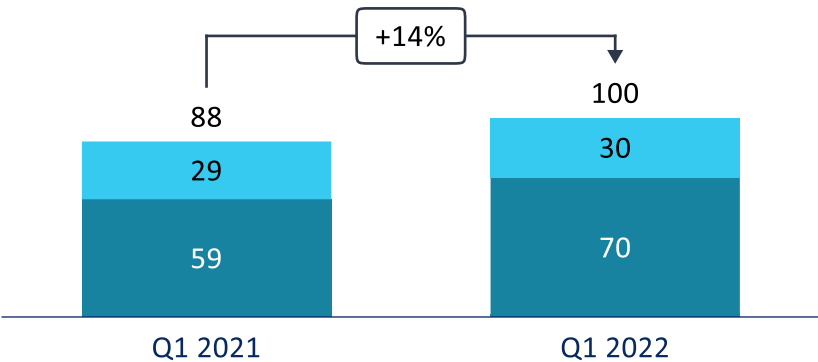
Snitt sidevisninger PM Norge

Snitt sidevisninger per måned i kvartalet (i mill.)



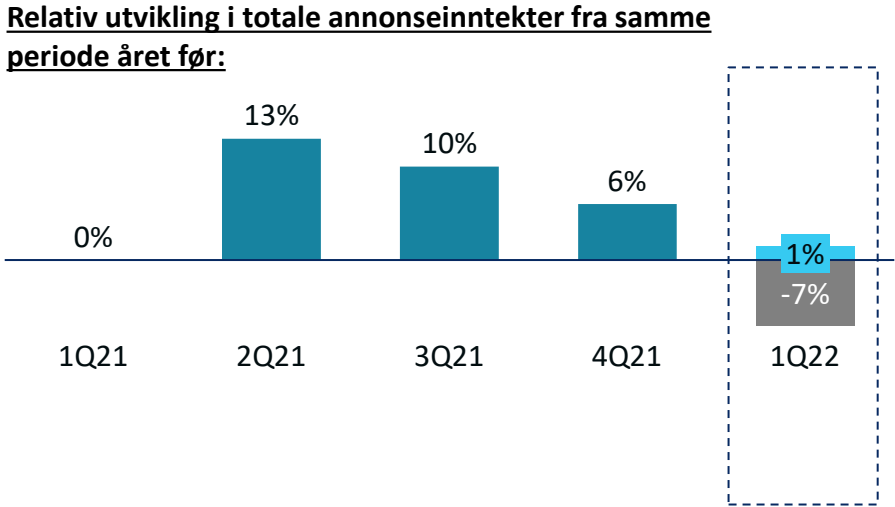
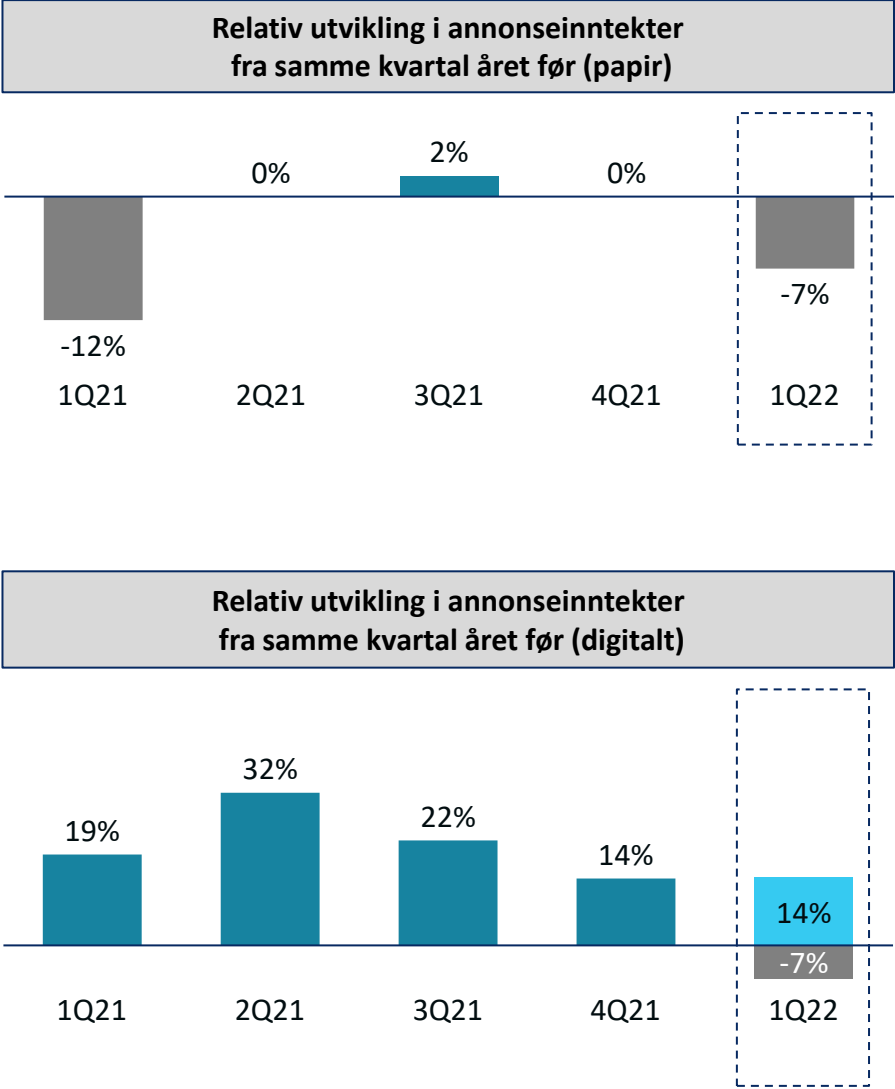
Snitt sidevisninger Stampen Media

Snitt sidevisninger per måned i kvartalet (i mill.)



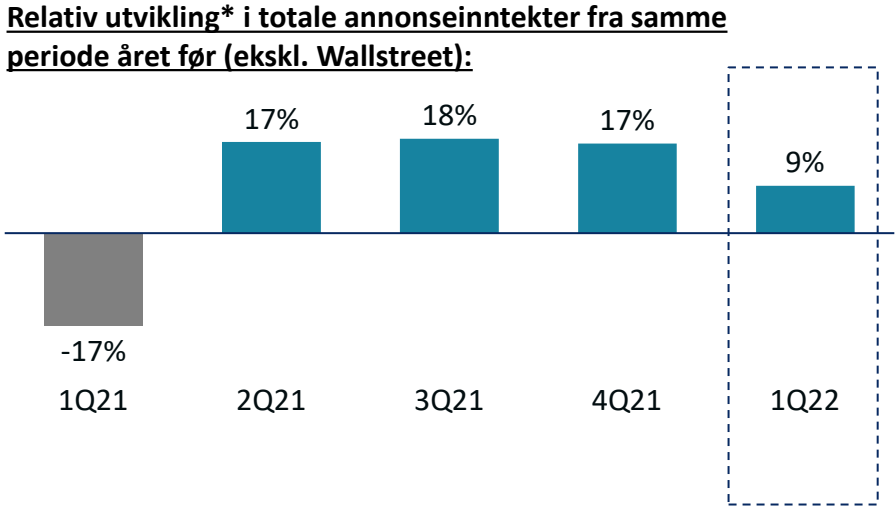
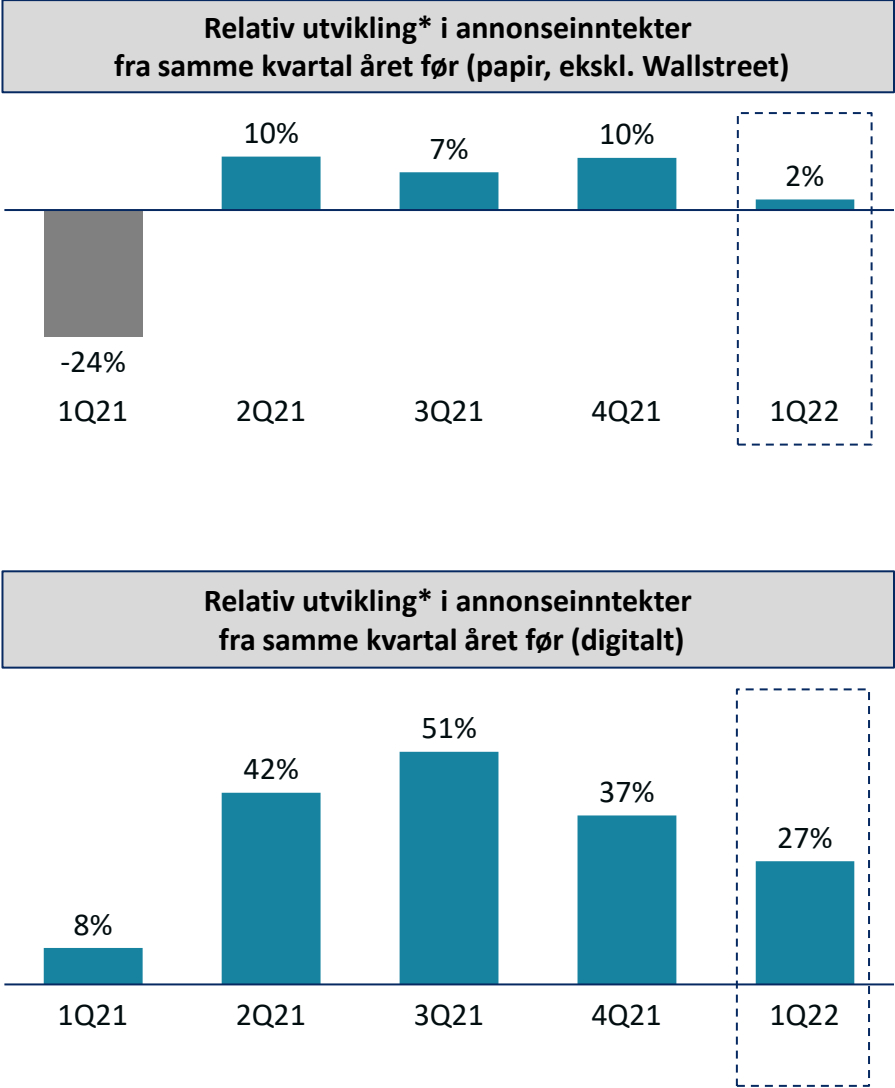
Nett Mobil

 Polaris Media Norge: Digitale annonseinntekter ekskl. salg av FINN.no-produkter har god vekst i første kvartal, også vekst i totale annonseinntekter



 Utvikling ekskl. salg av FINN.no-produkter

Stampen Media: Den gode veksten i digitale annonseinntekter fortsetter i første kvartal og gir vekst i totale annonseinntekter

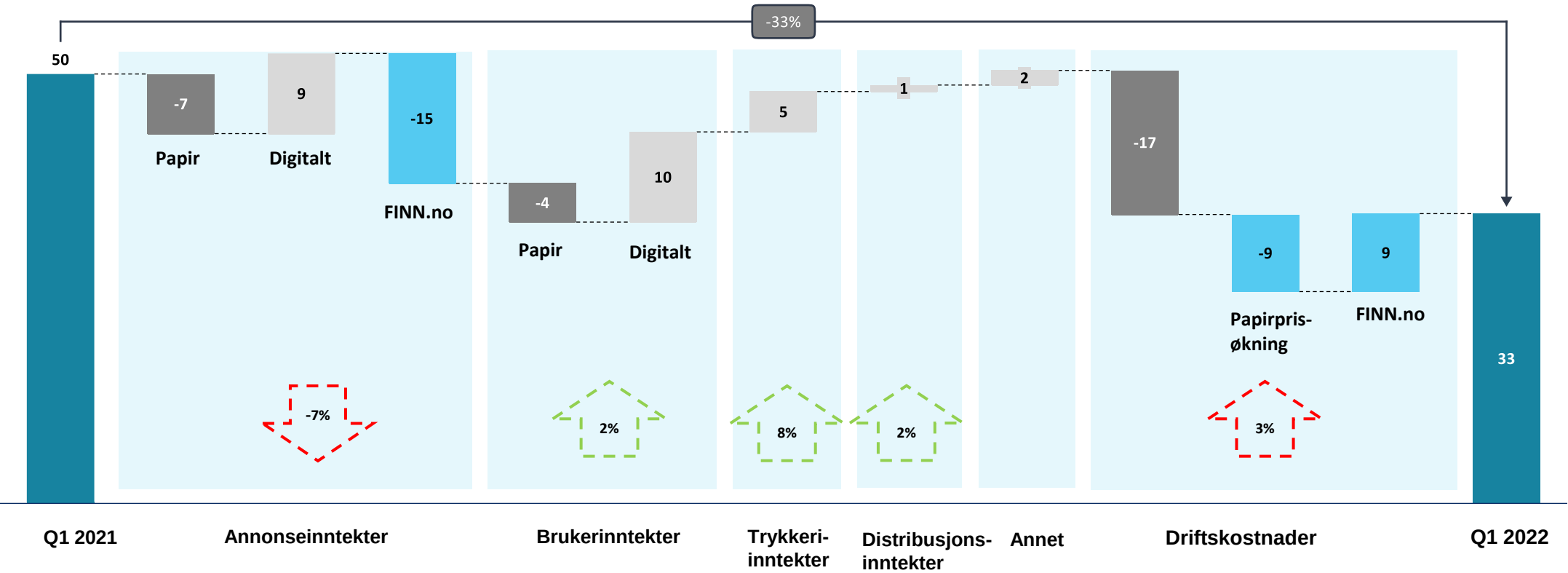


*Endring basert på nøytral valutakurs og ekskl. Wallstreet

PM Norge med resultatnedgang i første kvartal drevet av bortfall av FINN.no-salgsavtale og økte papirpriser

Utvikling EBITDA 1. kvartal 2022 vs. 2021

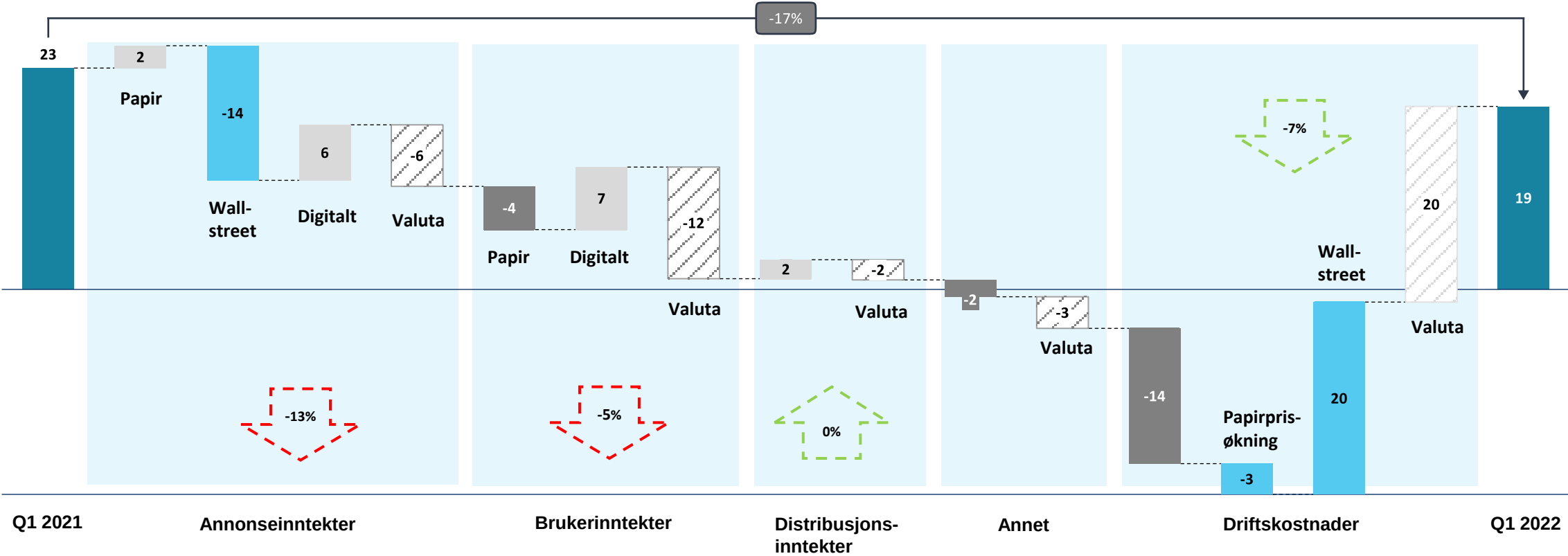
Tall i MNOK



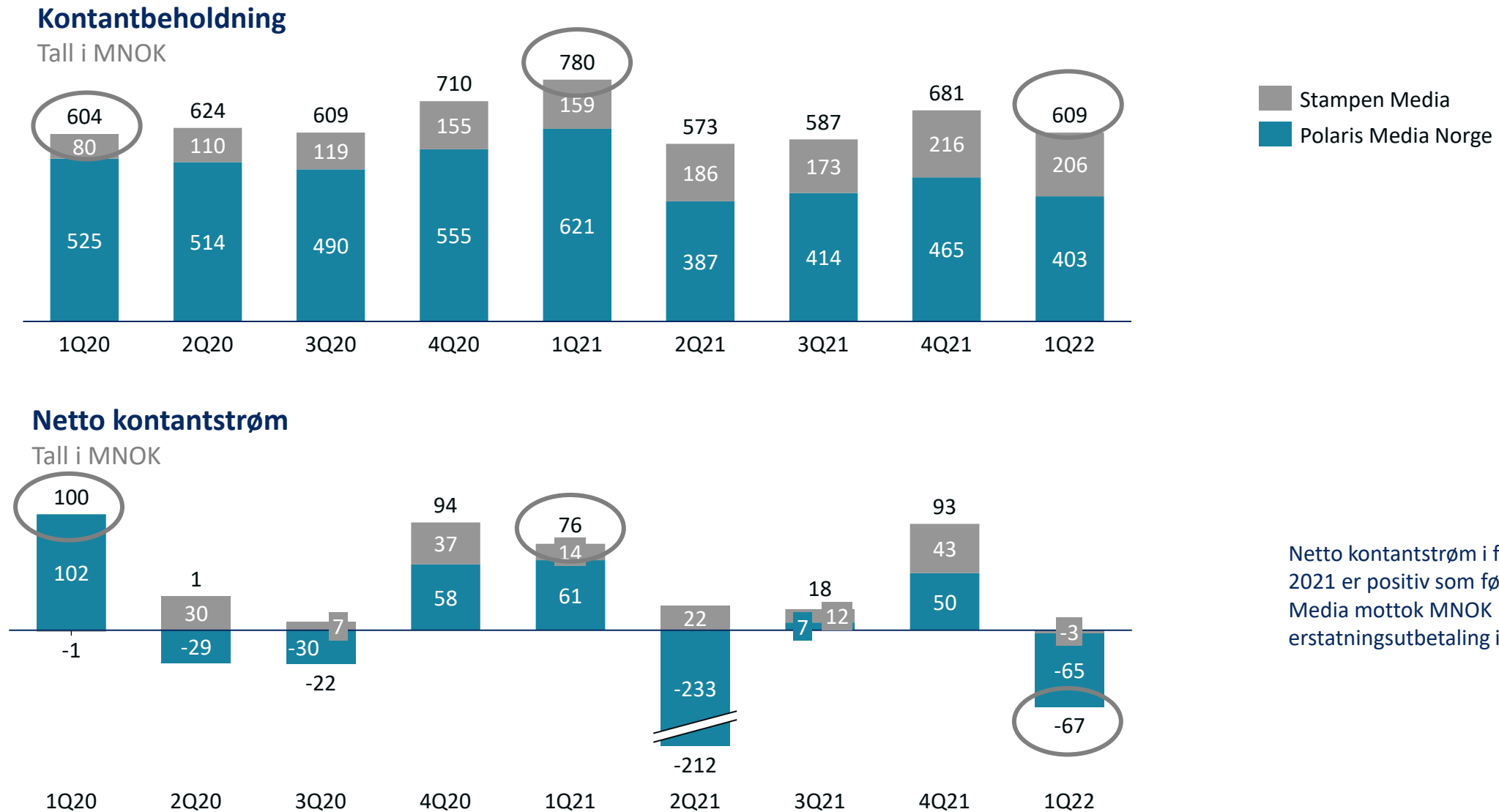
Stampen Media med svak resultatnedgang i første kvartal drevet av negative valutaeffekter

Utvikling EBITDA 1. kvartal 2022 vs. 2021

Tall i MNOK



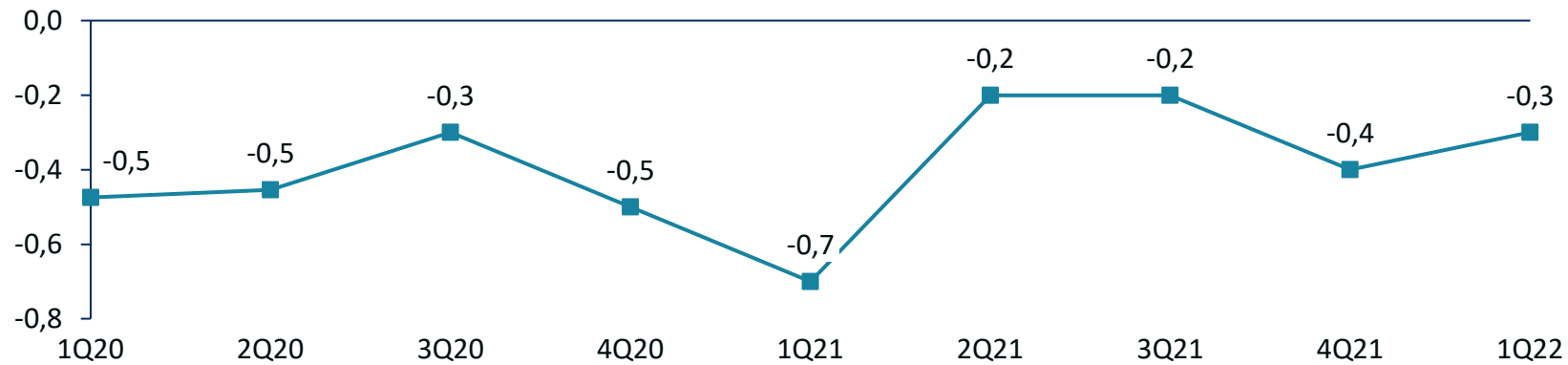
Fortsatt solid kontantbeholdning. Negativ kontantstrøm i første kvartal hovedsakelig som følge av kjøp av aksjer (38%) i Trønder-Avisa for MNOK 49,5



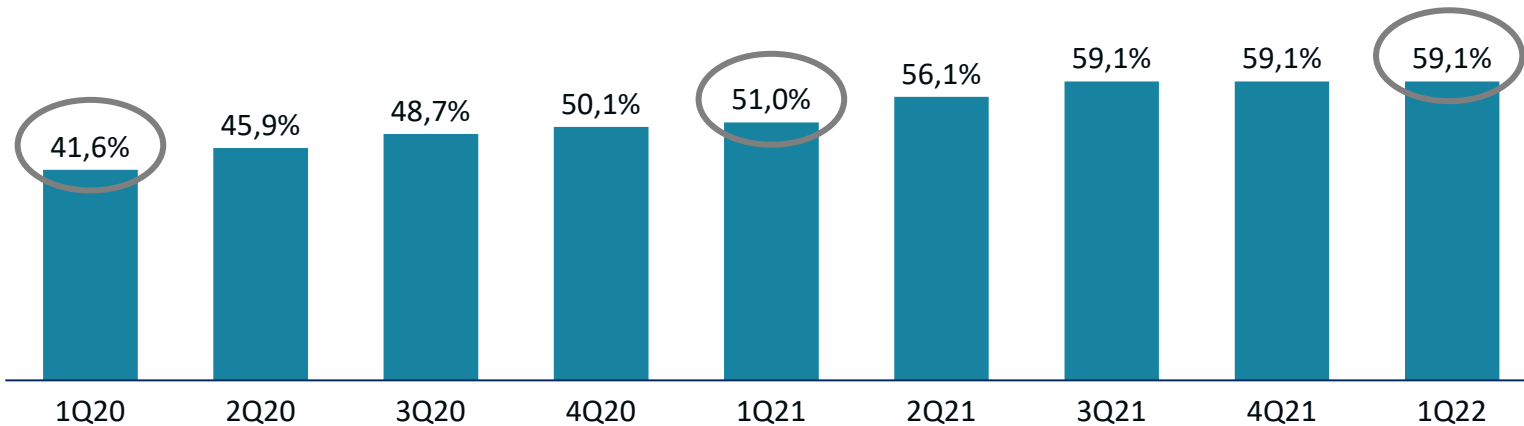
Negativ netto gjeld og solid egenkapitalandel

Lav gjeldsgrad

NIBD/EBITDA*

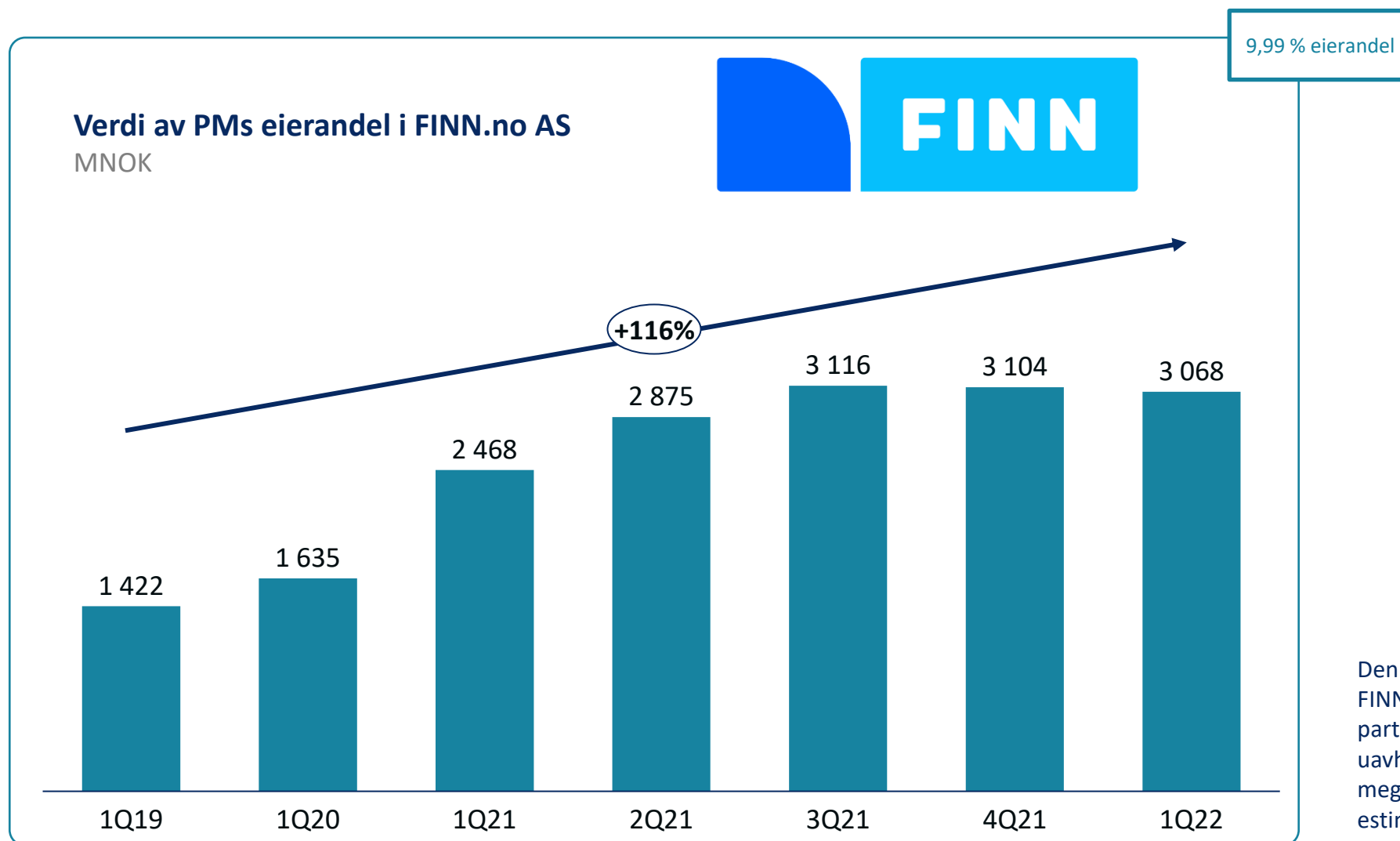


Egenkapitalandel



*EBITDA er summen av EBITDA fire siste kvartal justert for IFRS 16-effekter, engangseffekter og utbetalt utbytte fra FINN.no

Verdi eierandel i FINN.no på MNOK 3.068. Svak nedgang sammenlignet med forrige kvartal, men god vekst mot første kvartal i fjor



Den bokførte verdien av eierandelen i FINN.no er basert på «sum-of-the-parts»-verdiestimer fra fire uavhengige og høyt rangerte meglerhus. Ettersom dette er et estimat, vil det eksistere usikkerhet rundt verdien av aksjene i FINN.no

Aksjekursen har hatt en vekst på 208% siden 19. mars 2020, men nedgang i 2022

Markedsverdi Polaris Media
1.800 MNOK
(verdiestimat for PMS eierandel i FINN.no 1.925 MNOK)

Markedsverdi Polaris Media
3.900 MNOK
(verdiestimat for PMS eierandel i FINN.no 3.068 MNOK)

Gjennomsnittlig dagskurs



Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

- Brukermarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

Oppsummering

De strategiske fokusområdene driver veksten i konsernet



De strategiske fokusområdene reflekteres i bærekraftsarbeidet



Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

Oppsummering

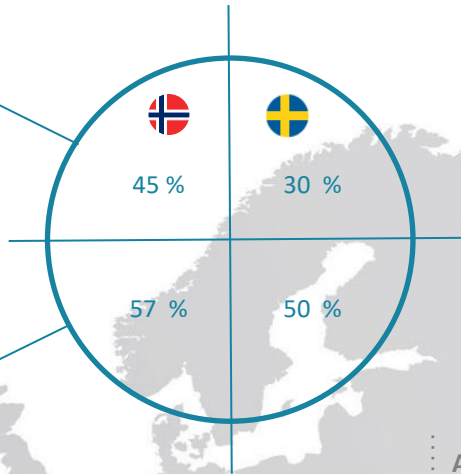
Norge og Sverige leder an i andel av befolkningen som betaler for digitale nyheter, og skårer høyt på tillit til mediene

Høy betalingsvilje for digitale nyheter

Andel som betalte for digitale nyheter siste år

Høy tillit til mediene

Andel med tillit til mediene



Andel med tillit til mediene (globale tall)

Tillit til nyheter generelt



44 % (+6)

Tillits-
gapet har
økt

Tillit til nyheter i sosiale medier

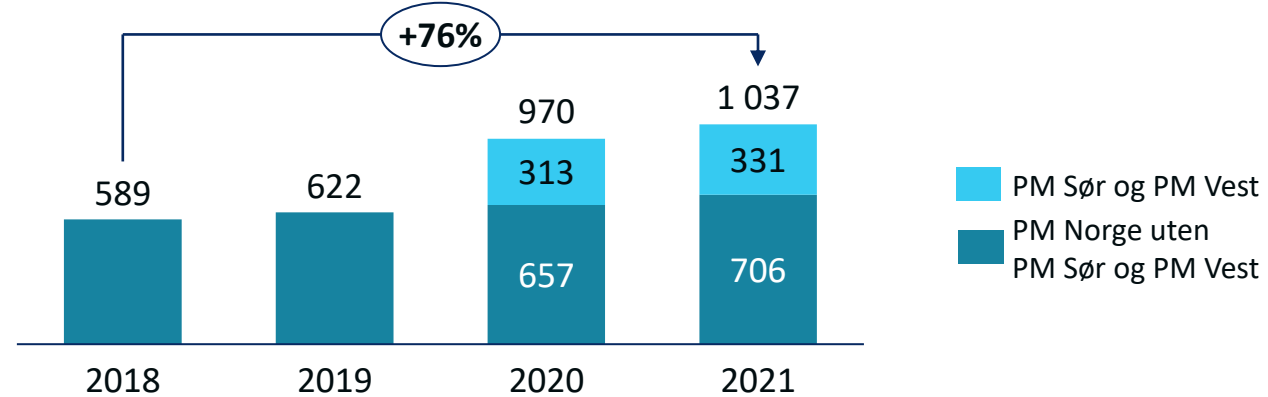


24 %

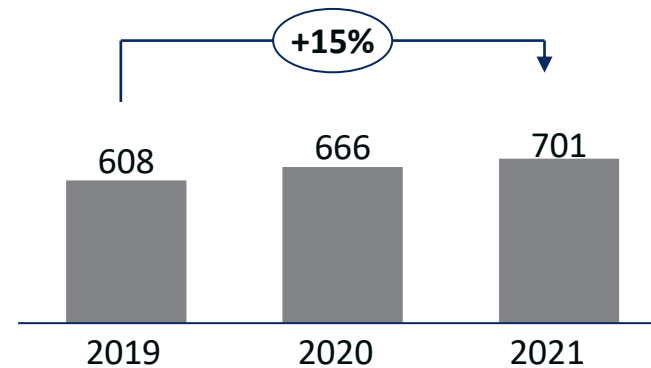
	Andel betalt for nyheter	Andel med tillit til mediene
Finland	20 %	65 %
Nederland	17 %	59 %
Danmark	16 %	59 %
Tyskland	9 %	53 %
Storbritannia	8 %	36 %
USA	21 %	29 %

Polaris Media har over 1,7 mrd NOK i brukerinntekter

Utvikling i brukerinntekter for Polaris Media Norge i MNOK

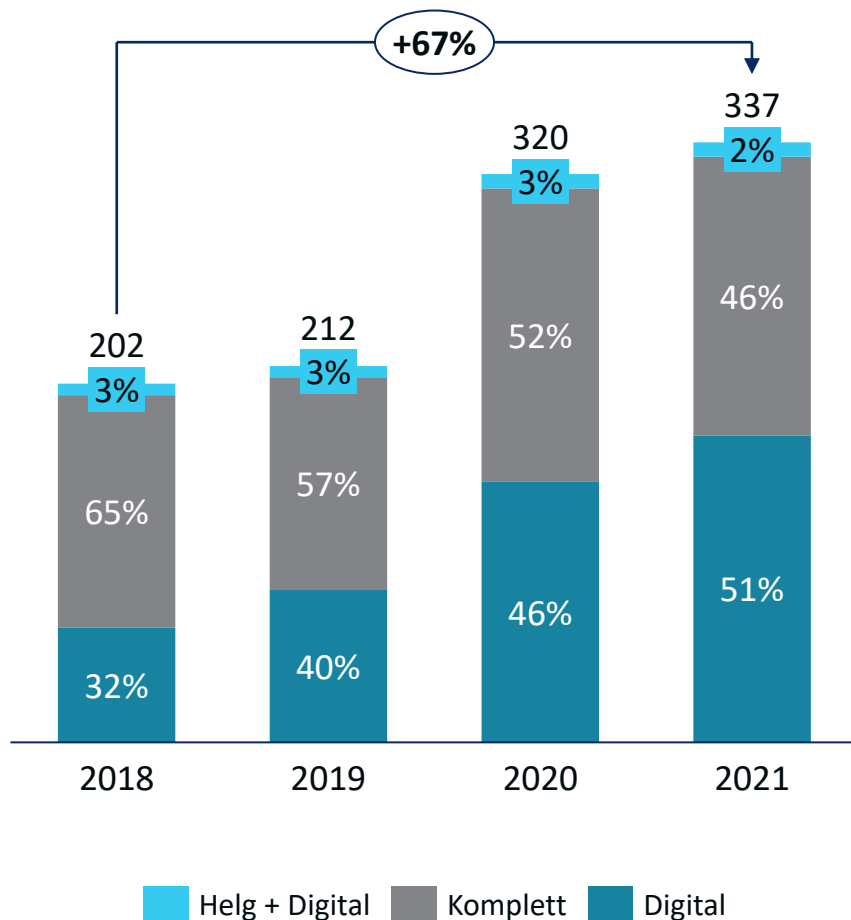


Utvikling i brukerinntekter for Stampen Media i MSEK

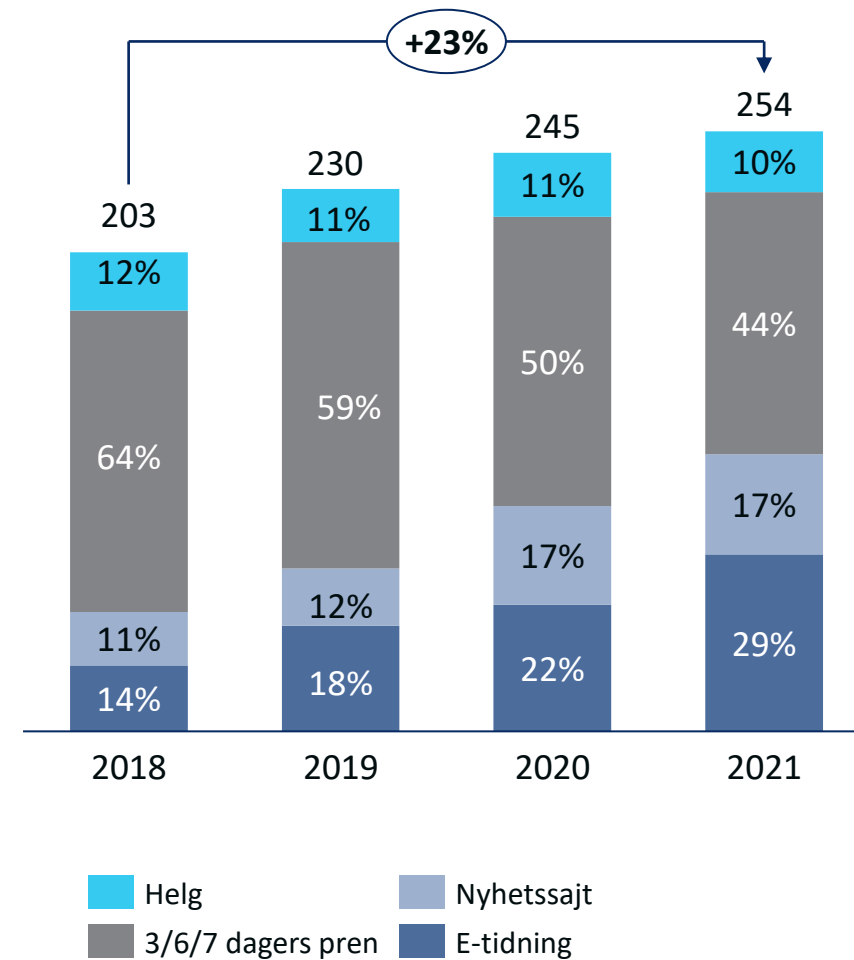


Polaris Media har kommet langt i den digitale transformasjonen med kraftig vekst for digitale abonnement i både Norge og Sverige

🇳🇴 Fordeling av ulike abonnement i Norge (i tusen)



🇸🇪 Fordeling av ulike abonnement i Sverige (i tusen)



Mediehusene leverer innhold av høy kvalitet, setter dagsorden for samfunnsdebatten lokalt, regionalt og nasjonalt, og gjør globale hendelser aktuelle lokalt

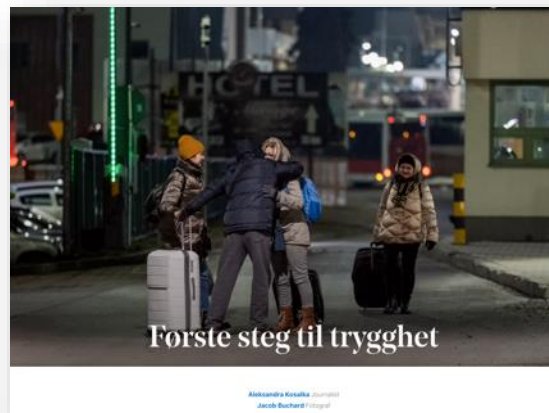
Adresseavisen

Stortingspresidenten trekker seg etter pendlerbolig-avsløring

Stortingspresident Eva Kristin Hansen (Ap) varsler torsdag kveld at hun trekker seg som stortingspresident.



Stortingspresident Eva Kristin Hansen trekker seg. FOTO: OLAV OLSEN



Aleksandra Kosalka (journalist)
Jacob Buchard (fotograf)



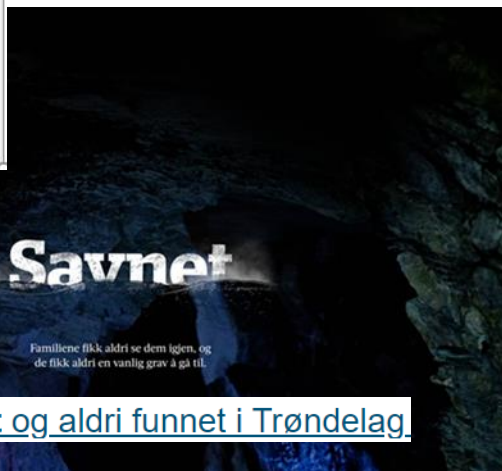
Ukrainske flyktninger i Kvinesdal: Må beskyttes mot innpåslitne menn

Kvinnelige ukrainske flyktninger i Kvinesdal må beskyttes mot innpåslitne menn som kommer langveisfra. Politiet skal nå patruljere på kvelds- og nattestid.



Hilde Watne Joakimsen
Sist oppdatert: 6 timer siden

ARTIKKELTALL	LESERFØLFØR	FOLDFØLFØR	LESSTID	SLUTT
0	23468	29 %	1m 18s	4%



Savnet

Familjene fikk aldri se dem igjen, og de fikk aldri en vanlig grav å gå til.

På 50 år ble minst 68 personer **savnet** og aldri funnet i Trøndelag.

Mediehusene leverer innhold av høy kvalitet og setter dagsorden for samfunnsdebatten lokalt, regionalt og også nasjonalt



Dødsulykkene:
Bjørn og vogntoget havnet i sjøen - slik klarte han å berge livet +



Derfor skriver vi om dødsulykkene



- Bare flaks at dette ikke har skjedd meg før +



Bjørn Inges jobb er å granske dødsulykker på vegene. Han har sett grusomme detaljer, men nettopp i detaljene finner han ofte svaret på det som skiller liv og død i trafikken.

Reportasje,
tekst, foto,
lyd, grafikk,
video

Göteborgs-Posten ble kåret til årets dagstidning og vant Guldspaden for tredje år på rad

Systrar har vunnet INMA-awards i kategorien Best way to acquire subscribers, Wendelapriset for årets socialreportage og Guldspaden i kategorien Større dagstidning (i konkurrans med DN, Svd, Aftenbladet og Expressen).



Årets Dagstidning 2021

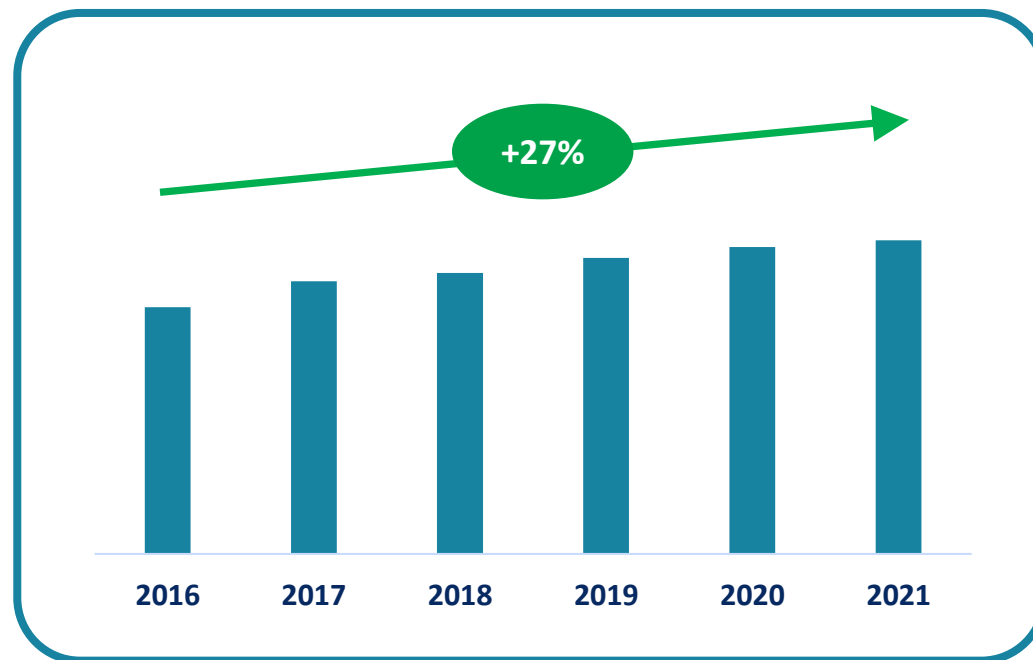


Meget sterk abonnementsvekst for våre norske mediehus over tid

– vi har et ledende brukermarkedsmiljø med høy skalerbarhet for videre vekst



Abonnementsutvikling – gruppe av mediehus fra 2016:

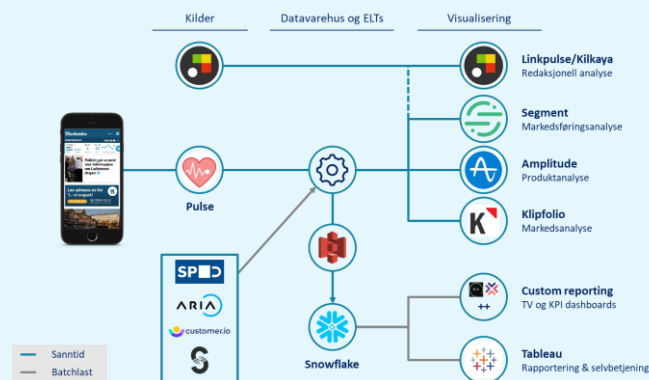


Markedsvekst (eks. riks-digital) på 9% fra 2016-2021*

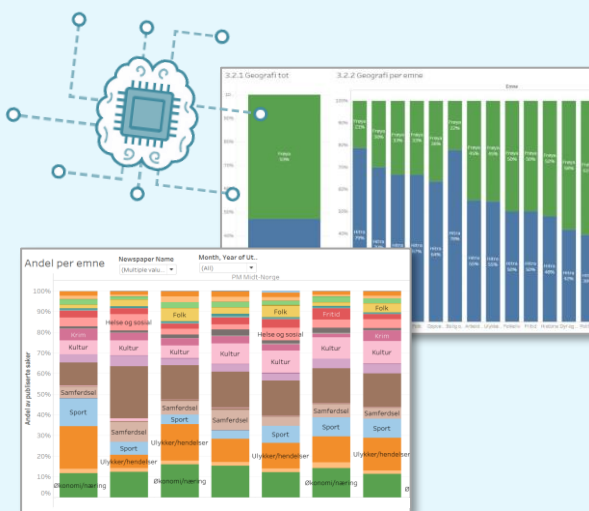
Driver videre vekst i brukerinntekter med en velprøvd tilnærming til datadrevet utvikling av redaksjonelle posisjoner

Datadrevet redaksjonell utvikling

Dataplattform med markedsledende arkitektur

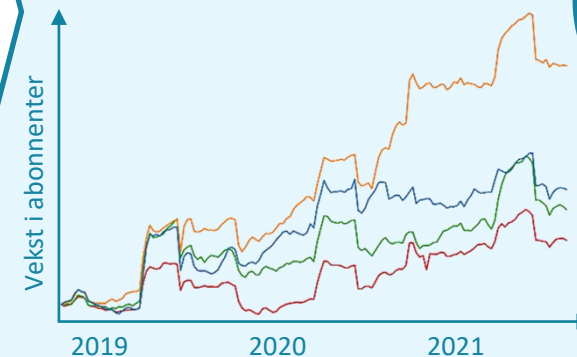


Redaksjonell analyse med utgangspunkt i ML



Redaksjonell utvikling av lokale brukerposisjoner

- Velprøvd metodikk
- Skalerbart, men lokalt tilstede
- Dokumenterbare resultater i trafikk- og abonnementsvekst



Lojalitet gjennom hele kundereisen:

Automatisert 1:1 kommunikasjonsløp gjennom kundereisen for å skape engasjement – rett innhold, i rett kanal, til rett person og til rett tid

Lojalitetstiltak



Onboarding

«Den nye kunden»

Mål: Skape vaner

Vedlikehold

«Den etablerte kunden»

Mål: Opprettholde og forsterke vaner

Anti-churn

«Kunden på vei ut døra»

Mål: Bevare kunden

Kom i gang og få nytte av abonnementet ditt

Dag 1
Velkommen

HEI!

Takk for at du abonnerer. Det gjør at vi kan fortsette å samarbeide med deg og gi deg de beste tilbudene. Vi vil gjerne høre om du har noen forslag til forbedringer, eller om du har noen spørsmål. Du kan kontakte oss på abonnent@folkebladet.no.

LES MER NYTT

Dag 2
Dette inngår i abonnement

DITT ABONNEMENT

Som abonnent har du tilgang til digital tilgang. I tillegg har du en rekke tjenester inkludert i abonnementet. De du oppsummerer under, og du finner ut av ditt abonnement.

SESSJONSTILGANG

All innhold er tilgjengelig med en gang. Du kan også se innholdet ditt på mobilen. Vi vil gjerne høre om du har noen forslag til forbedringer, eller om du har noen spørsmål. Du kan kontakte oss på abonnent@folkebladet.no.

LES MER

Dag 5
Familiedeling

GRATIS FAMILIEDELING

La hele familien holde seg oppdatert. Som abonnent har du tilgang til digital tilgang. I tillegg har du en rekke tjenester inkludert i abonnementet. De du oppsummerer under, og du finner ut av ditt abonnement.

LES MER

Dag 7
App | Pushvarsel

VARSEL NÅR NOKO HENDER

På varsel med utgående meldinger. Som abonnent har du tilgang til digital tilgang. I tillegg har du en rekke tjenester inkludert i abonnementet. De du oppsummerer under, og du finner ut av ditt abonnement.

LES MER

Bli kjent med oss + nyhetsbrev

KJÆRE ABONNENT

Jeg har vært glad av å jobbe som sportsjournalist i Sunnmørsposten siden 2011. Jeg elsker primært om fotball og har i denne perioden vært med på mange opp- og nedturen for fotballen på Sunnmøre. Det som driver meg i hverdagen, er å få muligheten til å fortelle om det som skjer, og ikke minst prøve å forklare hvorfor det skjer.

Det å skrive om fotball handler ikke bare om det som skjer på banen i 2 x 45 minutter, men i aller høyeste grad det som skjer utenfor banen også. I løpet av de siste månedene har jeg fått erfare hvordan det med alt som har skjedd i Hælsid.

Tidligere var Hælsid kjent for å være en menneskeskapt som ofte ble trukket fram som et forbilde i norsk fotball, men det glansfulle har fått seg en knekk. Siden starten av januar har både daglig leder Oddmund Ottersen og sportspett Andre Kvernstad sagt seg sine stillinger, mens Sindre End har gått seg som trener. I løpet av de siste månedene har vi brukt mye tid på å forklare hva som har skjedd med Hælsid, og det er noe vi følger opp videre fram mot årsmøtet i 1. Hælsid 12. mars.

Vinn eller forsvinn for Hælsid?

Kanskje kan Hælsid vinne nye venner på å fylle seg med markedsføring og bli mer synlig, men jeg ville ikke valgt å sette penger på det.

Viktig avklaring, riktig retning – men med museskritt

I er mye ord og for de prøver vi de nye regionene.

Hindre at kunden går i stopp

OPPDATER KORTINFORMASJON

Betalingskortet ditt har nylig utløpt eller nærmer seg utløp, og du må oppdatere dine betalingsopplysninger for å unngå å miste tilgangen til ditt abonnement.

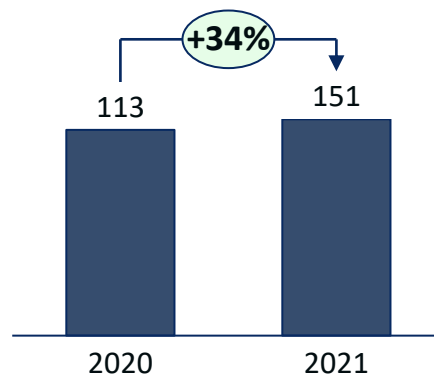
LES MER

Hei! Har du glemt oss? Vi savner betaling for ditt abonnement. Beløp: 229,-, kontonr.: 42124924 KID: 99000001166000. Hilsen Avisen Sør-Trøndelag

Stampen Media har ambisjon om fortsatt vekst i digitale brukerinntekter i 2022

**STAMPEN
MEDIA.**

Ambisjon 2022:
Fortsatt kraftig vekst i digitale
brukerinntekter



Vi skal øke ARPU på våre digitale abonnement



Vi skal øke betalingsviljen og redusere churn på våre digitale abonnenter



Vi skal ha størst rekkevidde i alle digitale kanaler i de geografiske områdene der vi opererer

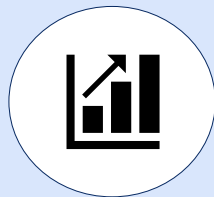


Vi skal være førstevalget for lokal og regional journalistikk

Stampen Media har flere fokusområder som samlet skal sikre målrealisering i 2022



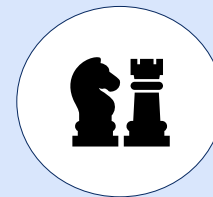
Styrke organisasjonen med **ny utviklingskompetanse**



Løfte konsernets regionale mediehus gjennom sterkt samarbeid med GP gjennom Stampen United og utrulling av GPs analysehub til øvrige medkehus



Forbedre mediehusenes kapitaliseringsevne
skalere positive erfaringer fra TTELAs prispilot til øvrige mediehus



Ytterligere styrke innsatsen for salg, markedsføring og churn-reducerende tiltak rettet mot å øke nettoveksten av nye abonnenter



Største pågående initiativ i Stampen Media for 2022:
Styrke Stampen Medias tekniske forutsetninger for effektivt samarbeid, bedre analyser, raskere produktutvikling med en **ny abonnementsplattform**

Nytt abonnementssystem skal forenkle arbeidsprosesser, forbedre datakvaliteten og styrke selskapets forutsetninger for salg- og lojalitetsarbeid

Hovedprosjektet: Implementere Aria/AMPS som nytt abonnementssystem

*Data fra dagens abonnementssystem
overføres til Aria*

PAYWAY **infosoft**



Som en del av prosjektet skal seks systemkomponenter byttes

- Nytt kundeserviceverktøy
- Ny "Single Sign-On"
- Ny betalingsleverandør
- Nytt distribusjonssystem
- Utvidet erstatningshåndtering og økt automatisering av TM-filer
- Forbedret økonomisk tilknytning

Prosjektet skal muliggjøre forbedringer på flere områder



Forenklet arbeidsflyt for kundeservice, produkt- og kampanjeoppsett



Redusert «time-to-market» gjennom raskere produktutvikling



Forbedre datakvalitet for analyse, oppfølging og rapportering



Utvidet omfang innen selvbetjening, mindre kostnader til kundeservice



Bedre muligheter til å drive salg, skape kundelojalitet og utvikle selvbetjening på nett

Iverksatt initiativ i regi av GP: Analysehuben. Under 2021 har huben bidratt til gode resultater i to av titlene i Stor-Göteborg...

Analysehuben arbeider med ulike nivåer av redaksjonell data og analyser som i 2022 skal anvendes til de lokale og regionale mediehusene

Teamet støtter KP og MP under oppstarten med workshops og rekkeviddemål som ga tilvekst i sidevisninger

Måloppfølging av mediehusenes prestasjon på KPI-er



- Fokus på de viktigste målbare parameterene – ikke mål alt
- Kontinuerlig oppfølging

Realtidsanalyse av digitale nyhetsartiklar



- Linkpulse anvendes for å måle artikler i realtid
- Innsikt anvendes til «live» styring av digitale artikler

Personlig prestasjonsanalyse for redaksjonsmedarbeidere



- Journalister kan følge opp personlige prestasjoner med eget styringsverktøy
- Styringsverktøyet kan måle prestasjoner på individnivå

KP og MP økte antall sidevisninger etter støtte fra GPs analysehub



+ 130 %
vekst i sidevisninger
etter støtte fra hub



+ 70 %
vekst i sidevisninger
etter støtte fra hub

Beste praksis analyser, anvendelser og oppfølging tas ut til de lokale titlene og arbeides med én etter én

Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

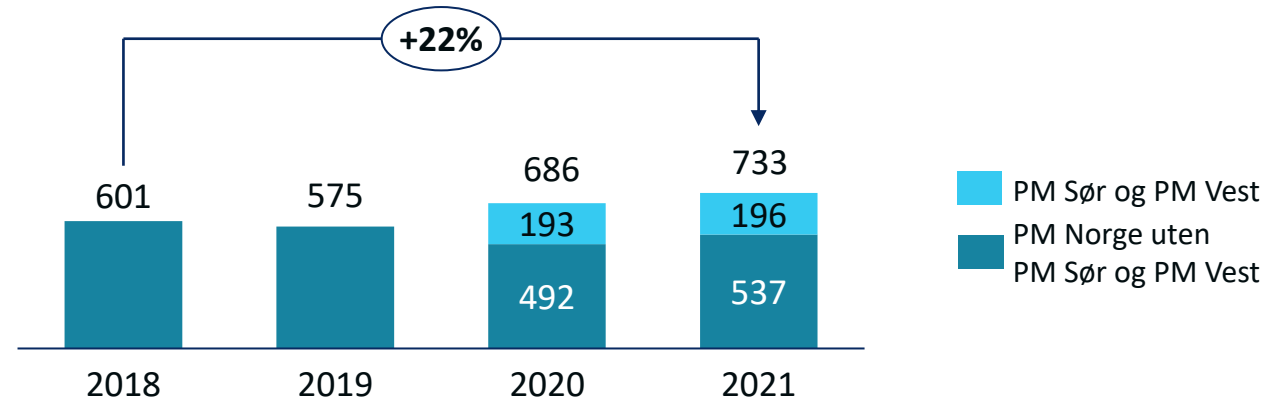
- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

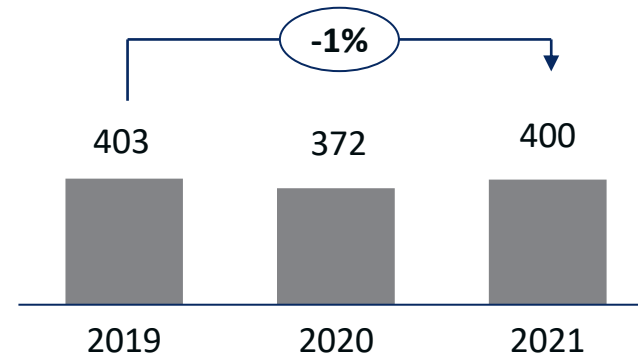
Oppsummering

Polaris Media har økt annonseinntektene til over 1,1 mrd NOK

🇳🇴 Utvikling i annonseinntekter for Polaris Media Norge MNOK



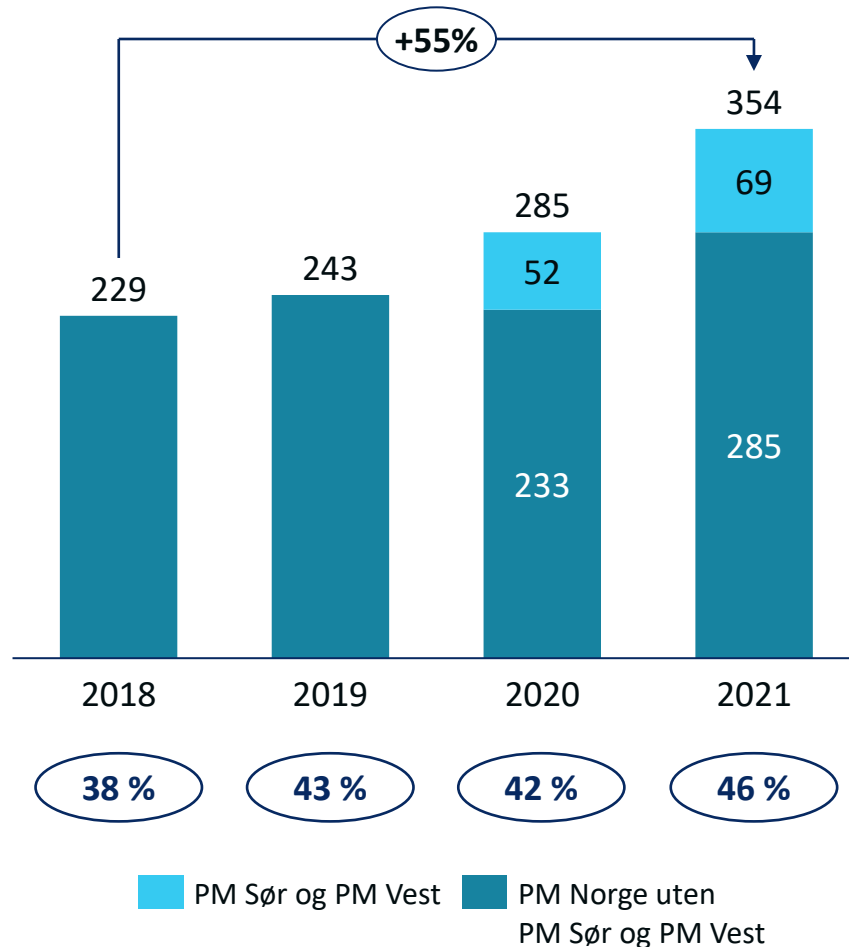
🇸🇪 Utvikling i annonseinntekter for Stampen Media i MSEK



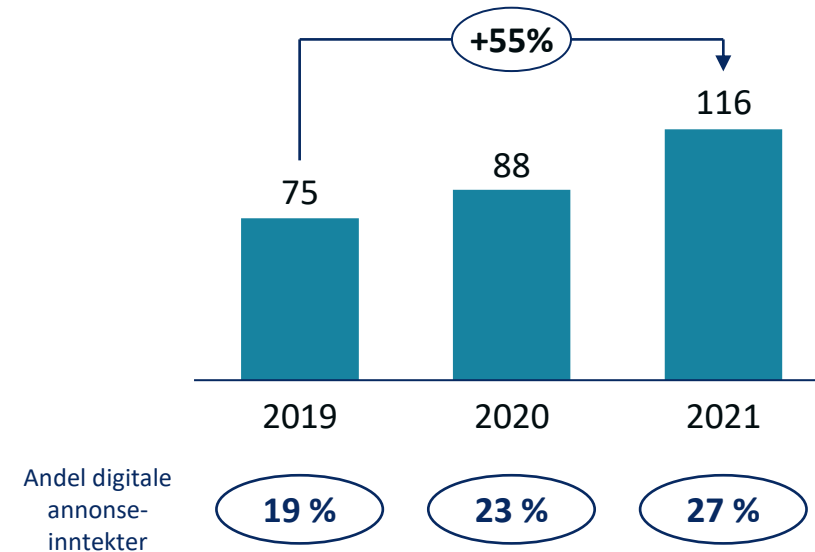
Polaris Media har økt de digitale annonseinntektene de siste årene. Polaris Media Norge har kommet lengst i skiftet fra papirannonser til digitale annonseprodukter



Utvikling av digitale annonseinntekter i MNOK i Norge



Utvikling av digitale annonseinntekter* i MSEK i Sverige



*) Annonseinntektene for Stampen Media er eksklusiv Wallstreet. Tall for 2019 gjelder for hele året.

Polaris Media i Norge har gjort satsinger innen annonse som har gitt gode resultater



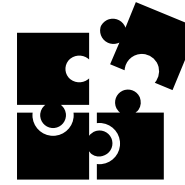
Økt dekning gjennom felles annonseplattform, fellesprodukter og samarbeid



Felles annonseenhet etablert for å samle kompetanse knyttet til annonseteknologi



Økt innsikt og styrket konkurransekraft gjennom satsing på data og analyse

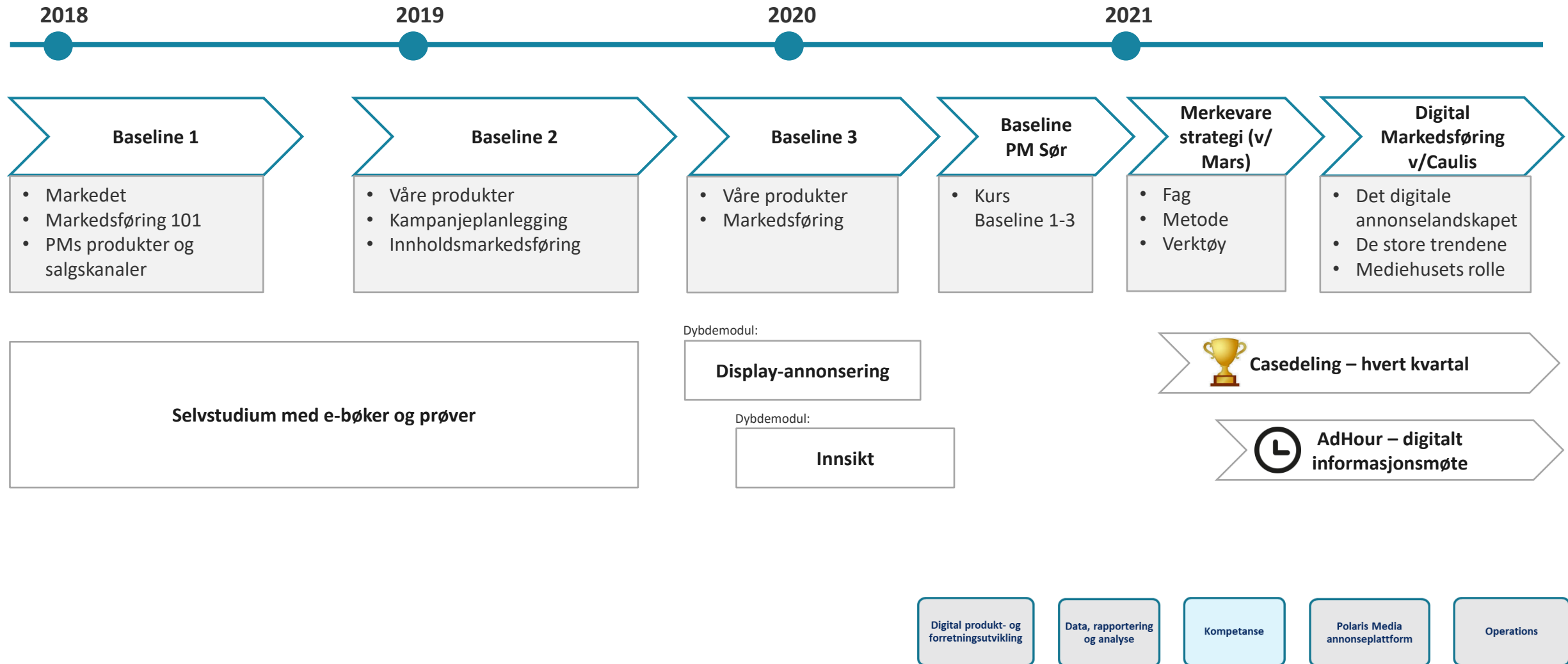


Posisjon som den viktigste markedsføringspartneren ved tydelige studiosatsinger



Felles kompetanseløft for å sikre at vår kunnskap bidrar til økt verdiskapning for våre kunder

Systematisk arbeid med kompetanseutvikling, felles informasjonsmøter for salg og case-delning på tvers, bidrar til vekst i annonseinntektene



Alle regioner i Polaris Media Norge tar en tydeligere posisjon som rådgivere, og har ulike satsninger på byråttjenester og annonsørinnhold



Innoverer stilling og eiendom

Vi utvikler markedet for annonsering av stilling og eiendom med produkter på toppen av rubrikken.

Slik fyller vi rollen som markedsføringspartner for våre kunder.



Verdipolis | 29. august 2024 | 15

ANNONSER | 15

SCENERISERT: INGVLILD FILLI ADRESSEAVISENS ANNONSEAVDELING



Ingvild vil hjelpe deg med employer branding

I dagens stillingsmarked er det viktig å tørre å skille seg ut for å tiltrekke seg de rette personene og beholde nøkkeltalentene i bedriften. Nettopp det kan Ingvild Reinskou, Adresseavisens nye rådgiver innen employer branding, hjelpe deg med.

Adressavisens nettside gir en oversikt over de mest populære og viktigste arbeidene for de ulike bransjene i Norge. Dette er en viktig ressurs for bedrifter som ønsker å finne de rette personene til sine stillinger.

For å være en attraktiv arbeidsgiver, er det viktig å ha en god employer branding. Dette betyr å kommunisere med potensielle ansatte om bedriftens verdier, kultur og muligheter. Dette kan gjøres gjennom ulike kanaler, som nettsider, sosiale medier og arbeidstakerintervjuer.

Ingvild Reinskou er en erfaren rådgiver innen employer branding. Hun har hjulpet mange bedrifter med å utvikle sin employer branding og finne de rette personene til sine stillinger. Hun er også en aktiv deltaker i ulike konferanser og seminarer innenfor dette området.

Hvis du ønsker å lære mer om employer branding og hvordan du kan bruke Adresseavisens nettside til din fordel, kan du kontakte Ingvild Reinskou på telefon 90 12 34 56 eller via e-post på ingvild@adresseavisen.no.

Polaris Media har utviklet og styrket produktene for stillingsmarkedet, herunder konsept, effektiv produksjon og distribusjon, i tillegg til å ta en aktiv rolle for kompetansedeling



EMPLOYER BRANDING
REKRUTTERING

Skal du rekruttere?
Her kan du lese
Adresseavisens
oppdaterte
undersøkelse om
kandidatmarkedet i
Trøndelag



STILLINGSANNONSER

Slik skriver du
stillingsannonser som
vekker interesse og
gir effekt



EMPLOYER BRANDING

Employee Value Proposition
tilby?

Stillingsmarkedet

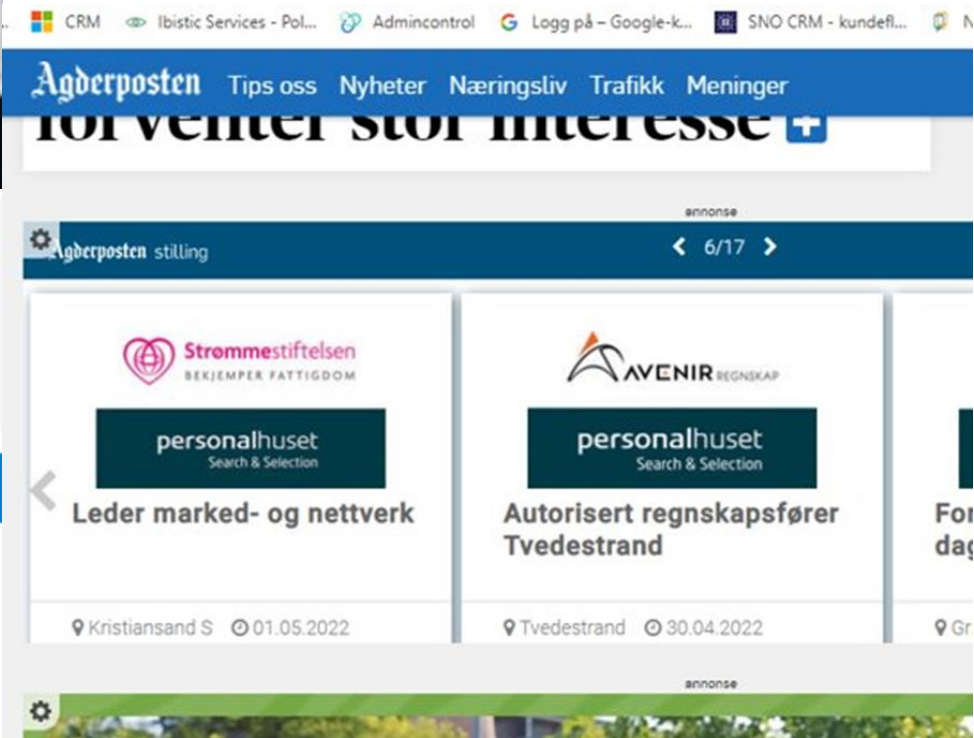
Kompetanseløp, inkludert sertifisering



Annonserte rekrutteringsprosesser og...



Stillingsmarkedet for salgsledelsen

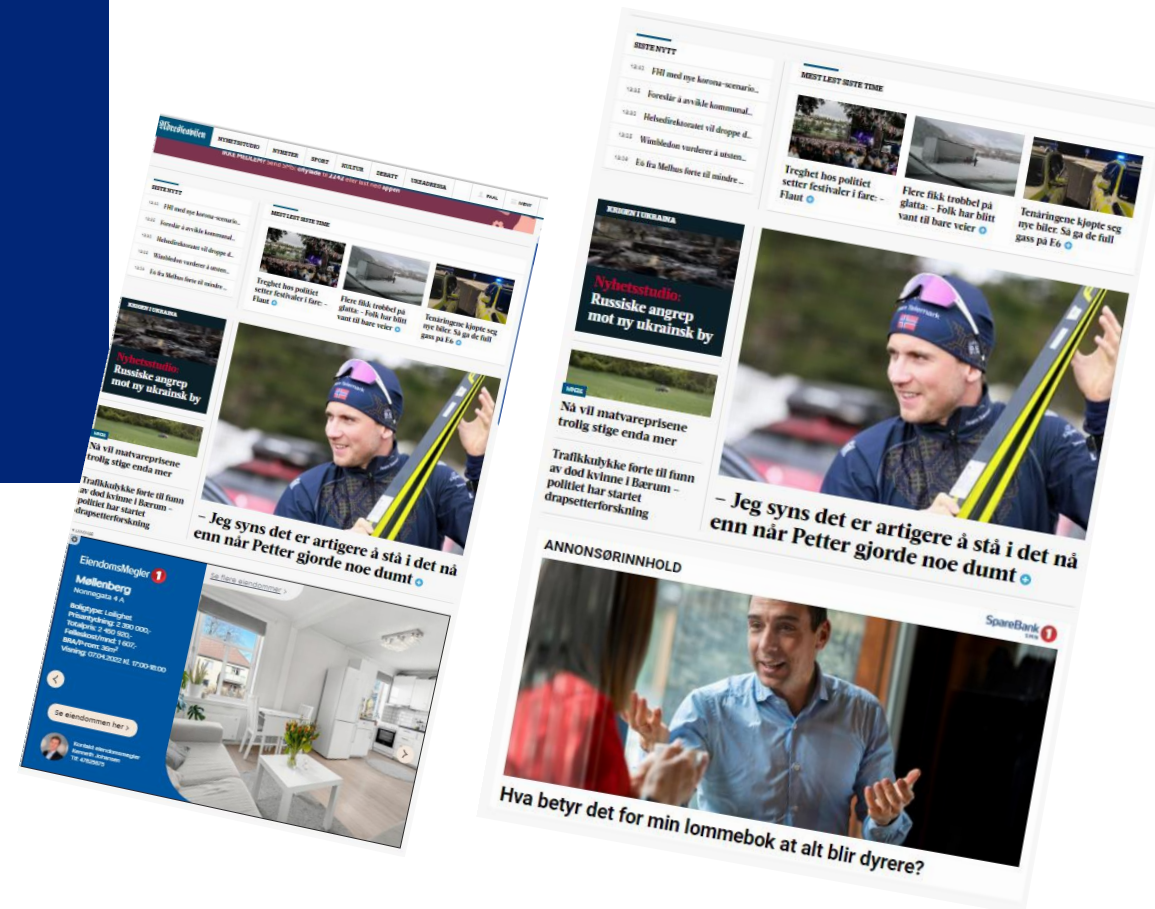


Polaris Media har utviklet og styrket produktene for eiendomsmarkedet, en løsning med sterk synlighet og bred distribusjon egnet både for merkevare og objekt

EiendomsMegler 1 SpareBank 1 SMN

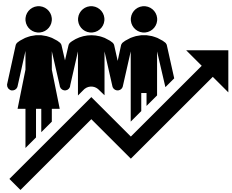
Adresseavisen

En NY og
helautomatisk
boligløsning
på adressa.no



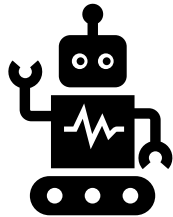
Stampen Medias drivere for den positive annonseutviklingen på 8% fra 2020 til 2021

1



Samtlige mediehus har styrket sine dekningsposisjoner som gir større varelager

2



Programmatisk annonsesalg har sterk vekst fra 2020 til 2021

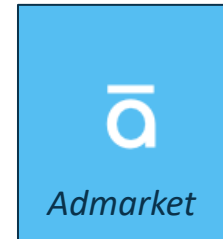
3



citypakettet

Citypakettet har økt annonseomsetning på papir det siste året

4



Admarket som verktøy for å øke ECPM har gjort det enkelt å booke tilpassede annonser

5



Stampen Sales Academy har bidratt til å gi salgstyrken et solid kompetanseløft

Ambisjon og fokusområder i 2022

Viktigste produktene å fokusere på



Admarket

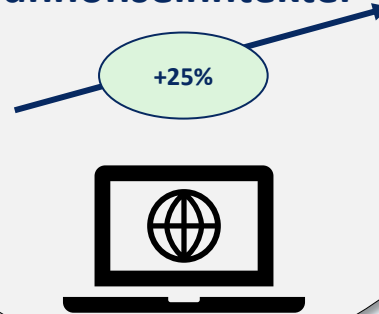


Native



Levende bilder

Ambisjon om å
fortsatt ha sterk
økning i digitale
annonseinntekter



Viktigste kompetanseområdene å fokusere på



Innsiktsbasert og konseptuelt salg



Segmentering



Stampen Sales Academy

Viktigste systemene å fokusere på



Marketing Automation

Vi ruller ut dette i alle mediehus etter fremgangen med GP & Stampen Medias salg nasjonalt.



Rendyrket markedsfokus på B2B

Styrke markedskompetansen og knytte den direkte til B2B-virksomheten

Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

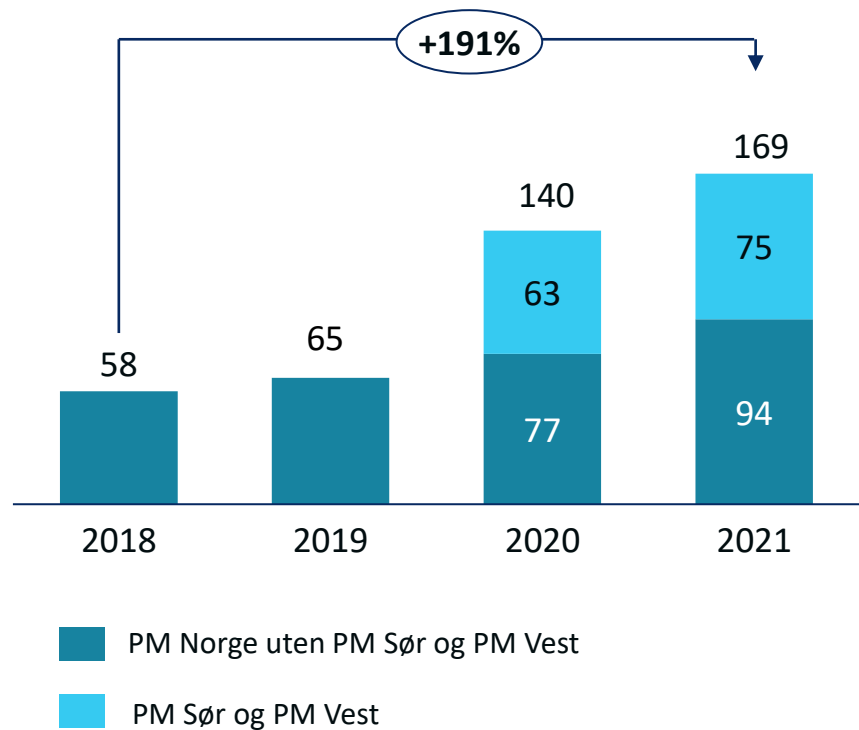
- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

Oppsummering

Distribusjonsselskapene i Polaris Media har opplevd en markant vekst i omsetning

Utvikling eksterne distribusjonsinntekter i MNOK



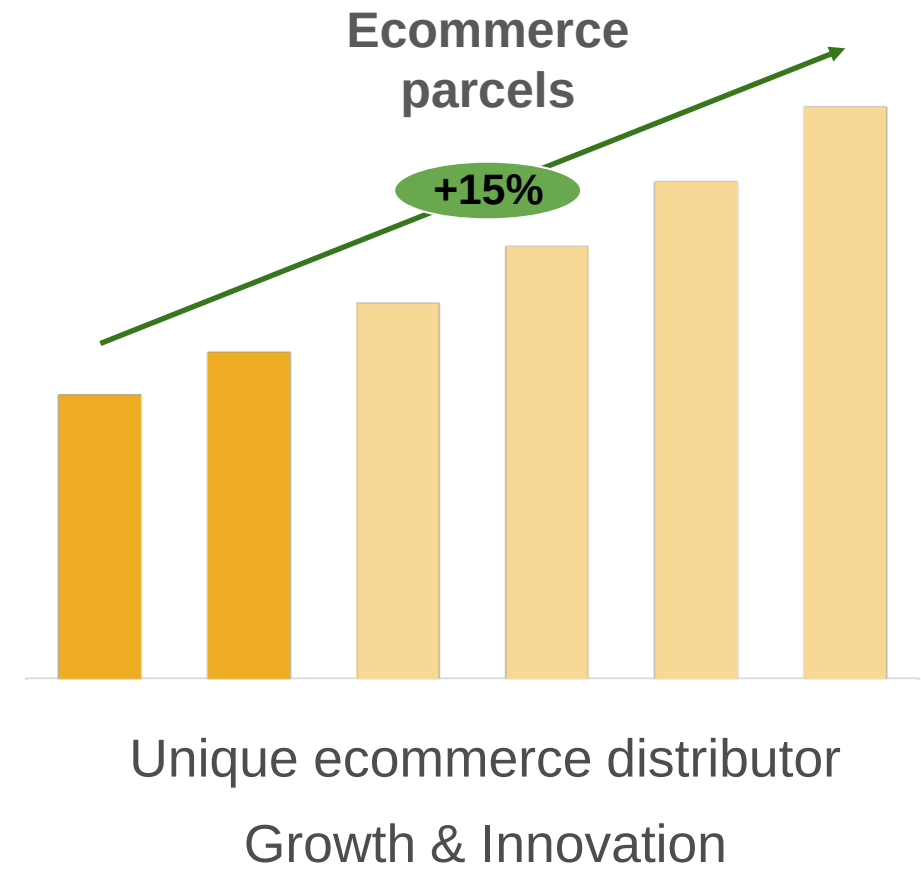
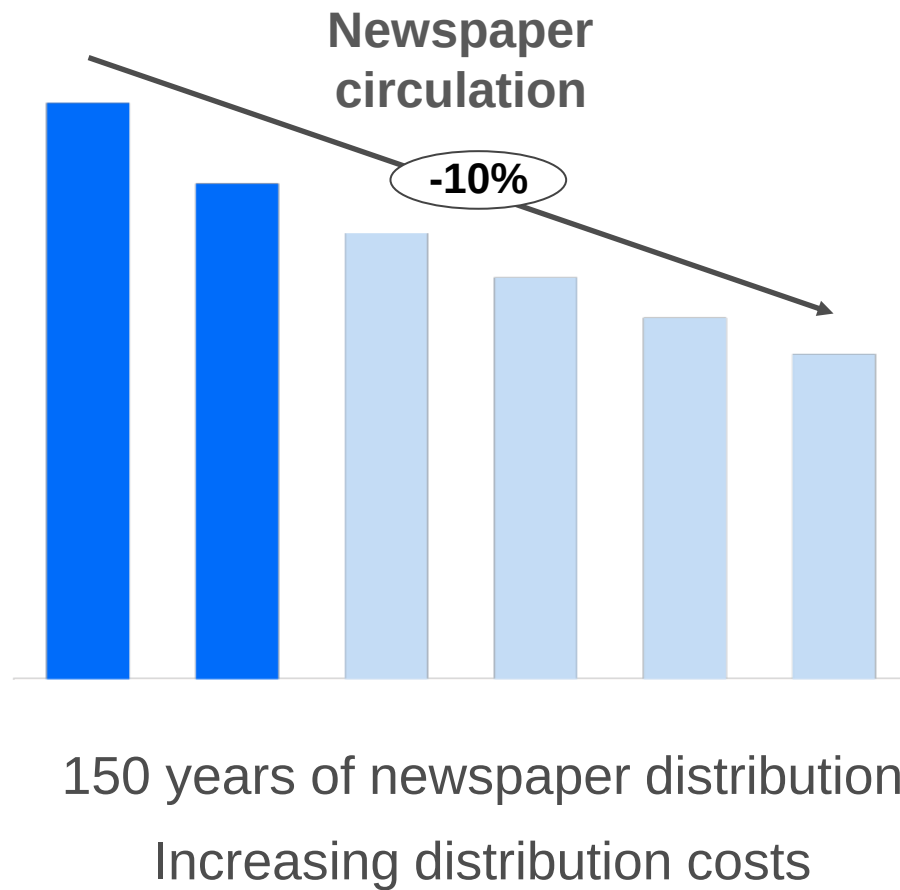
Presentation of Helthjem Netthandel

By Anders Lunde Angen, CEO

Polaris Capital Markets Day, Oslo 02.05.22



Helthjem Netthandel (34% Polaris and 66% Schibsted) founded in 2015 to address a growing eCom market and generate new income to media distribution



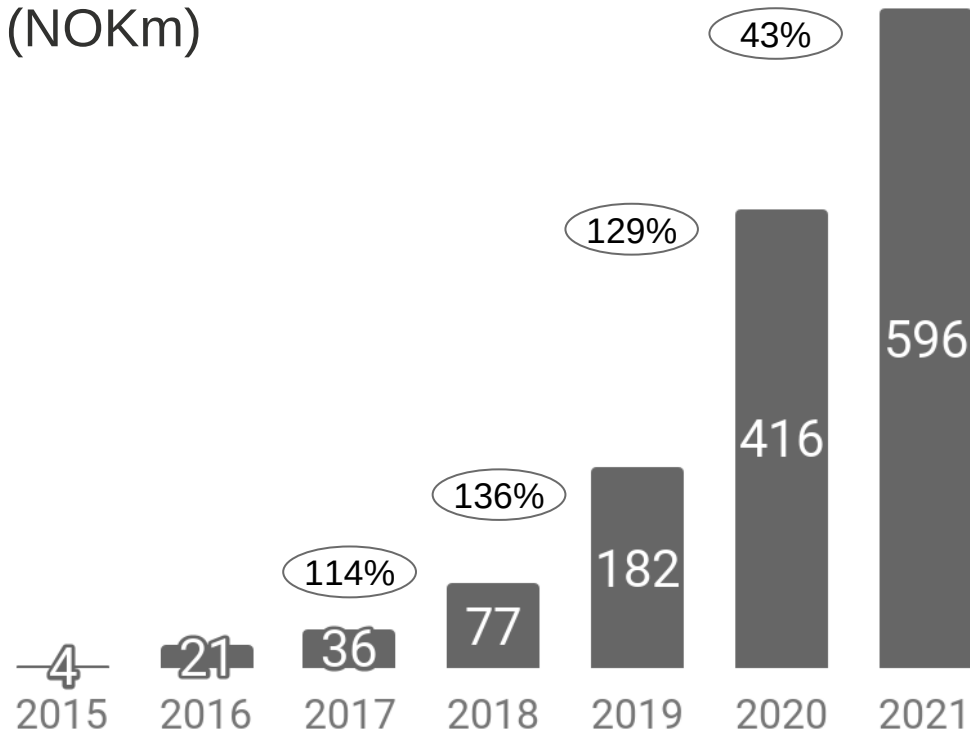
The foundation of Helthjem Netthandel's business is Norway's media distribution network

- ★ **Convenient and contactless:** Parcels delivered home on your doorstep / mailbox during the night
- ★ **Predictable and hassle free:** Every day before you wake up
- ★ **Fast delivery:** Distribution both weekdays and weekends with express turnaround at early morning (use same day)
- ★ **Scale of operation:** Media distribution has great geographical reach, capacity to handle big volumes and deep logistics know-how
- ★ **Environmentally friendly starting point:** High density distribution “carpooling” with other products, distribution at night (produce less CO2/NOx) and 20% emission free routes



Strong growth and a market share of ~15% in 2021

Revenues*
(NOKm)



Our prioritised positions



Convenient, hassle free and fast home delivery



Returns made easy



Enable Recommerce with C2C and C2B2C freight

We offer a complete logistics portfolio for eCommerce with the hassle free home delivery (with return) as core



Contactless home delivery before breakfast



Home delivery selected 2 hour window



Pickup Points with long opening hours



Return solutions from home or pickup point



Recommerce freight solutions for eCommerce



Fulfilment by helthjem for top sellers from Oslo, Bergen, Trondheim and Harstad

In addition we enable circular economy by friction free C2C and C2B2C freight

How it works



Book pick-up with no need for label



Place your parcel before 23:00



Parcel is picked up 6 days a week

How it enables

93%

used our C2C service to send second hand

58%

have sold/ bought second hand because of our service

75%

are going to buy/sell more second hand

Who it enables

Resell



Rent



PARKDRESSEN.NO

Repair

Repair -
- - - a b l e



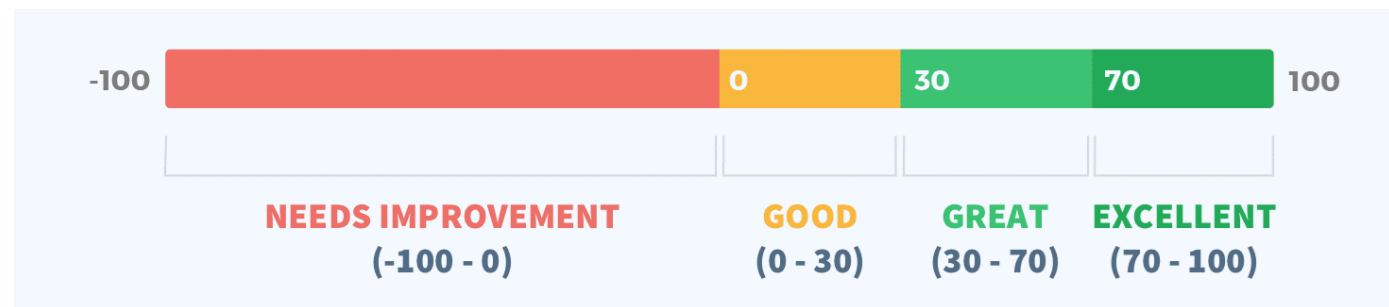
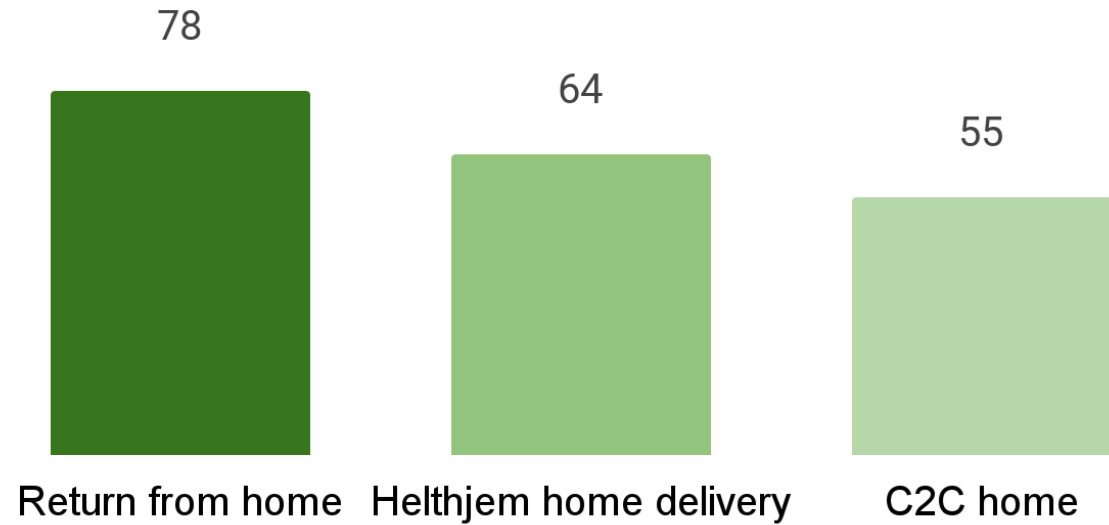
Recycle



Returhuset

Loved by the customers!

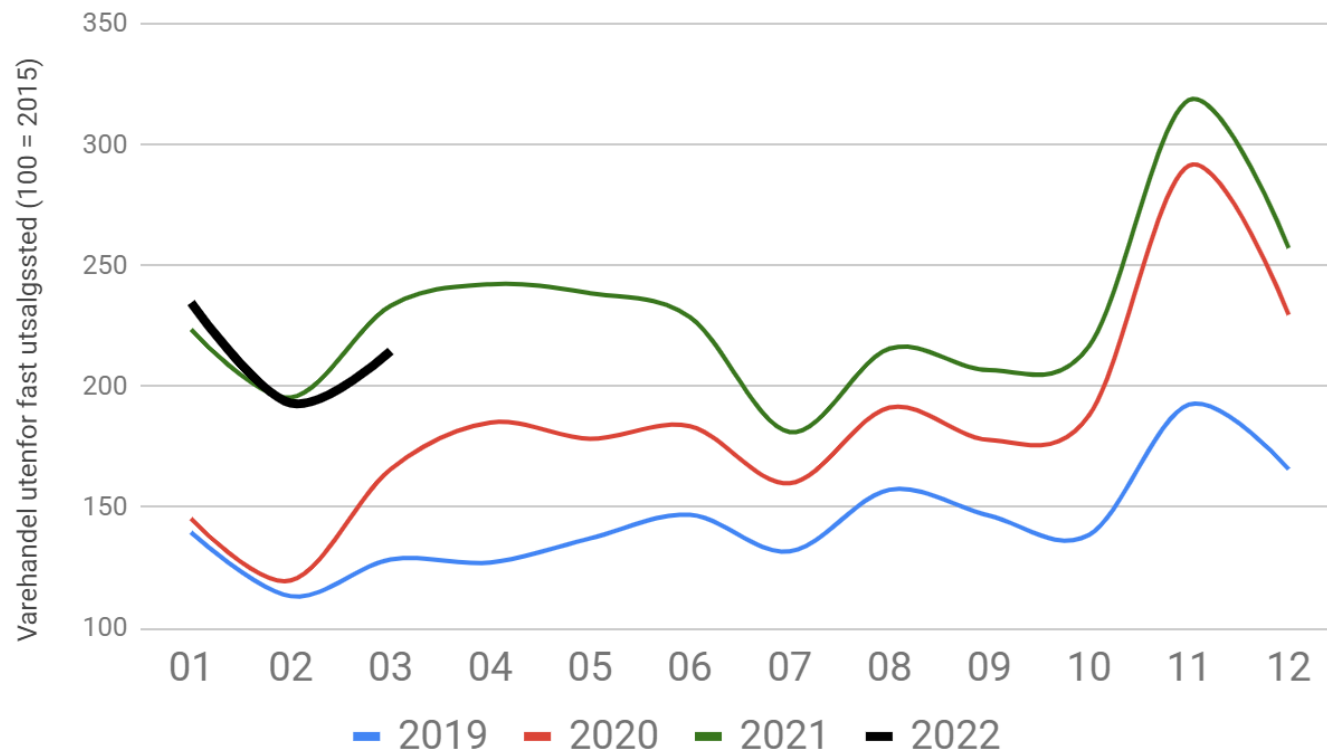
Net promoter score



Helthjem are well positioned to capture market shares in an attractive market expected returning to growth in 2023

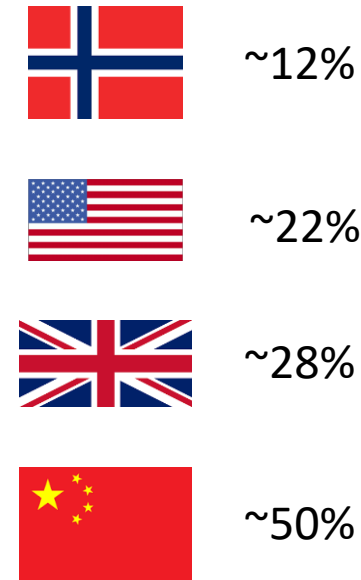
2022 market growth are expected flat..

SSB Norwegian eCommerce volume Index (2015:100)



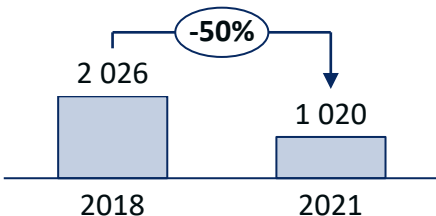
...but there is a strong megatrend towards ecommerce

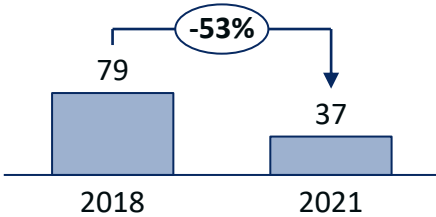
Share of retail done online 2021



VTD har lykket med en betydelig omstilling de siste årene – fra ~-71 MSEK EBITDA i 2018 til ~36 MSEK EBITDA i 2021

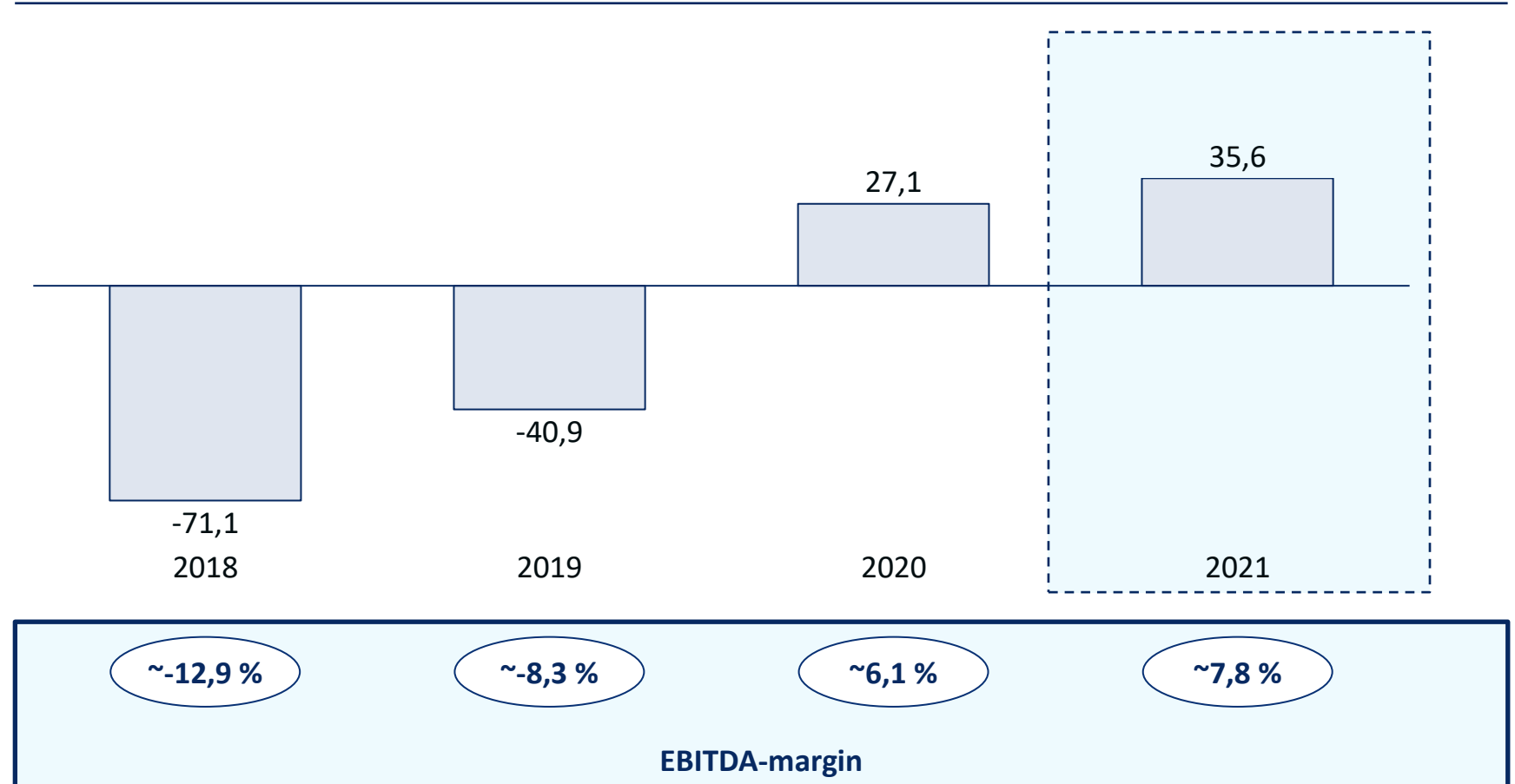
3 avgjørende faktorer

- 1 Redusert antall timer**
Antall arbeidstimer i distribusjonen – tall i 1 000


År	Antall arbeidstimer (i 1 000)
2018	2 026
2021	1 020
- 2 Effektivisert administrasjon (Antall ansatte)**


År	Antall ansatte
2018	79
2021	37
- 3 Fjernet ulønnsomme produkter og satset hardt på distribusjon av pakker/E-handel og aviser**

EBITDA-utvikling 2018-2021 - i MSEK

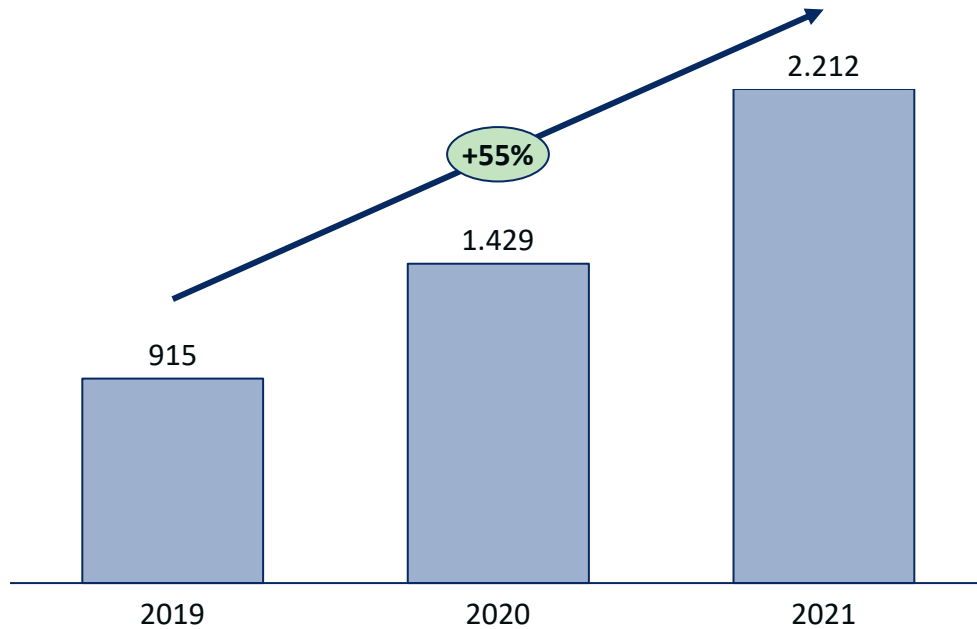


VTD har lyktes godt med pakkevirkksomheten

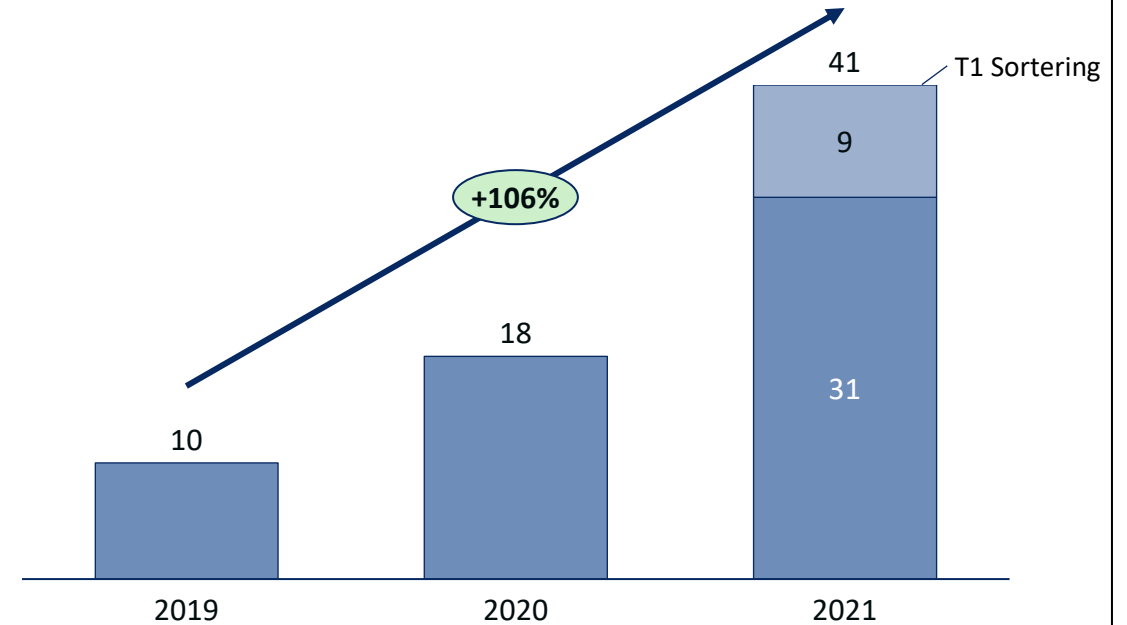
Pakkevirkksomheten gjennom Early Bird har vokst betydelig og utgjorde i 2021 en vesentlig del av VTDs samlede virksomhet – ~9 % av VTD



Volum i 1 000



Inntekter i MSEK



Mediebransjen har gått sammen for å satse på et felles nasjonalt selskap – Early Bird

En samlet satsing blant Sveriges største aktører

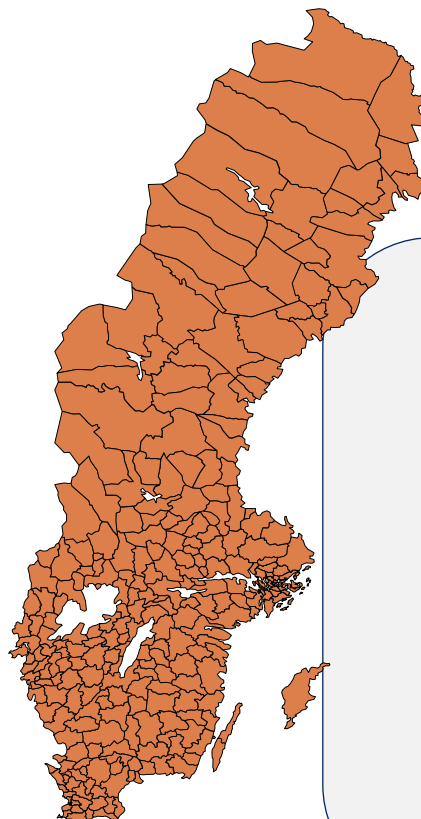


	Eierandel
 BONNIER News	31,3%
 Premo	20,0%
 NTM	16,2%
 STAMPEN MEDIA.	14,9%
 Gota Media	10,0%
 NWT media	5,6%
 VK MEDIA	1,9%

Forvaltningen av selskapet er formalisert i et nytt aksjeselskap under varemerket Early Bird

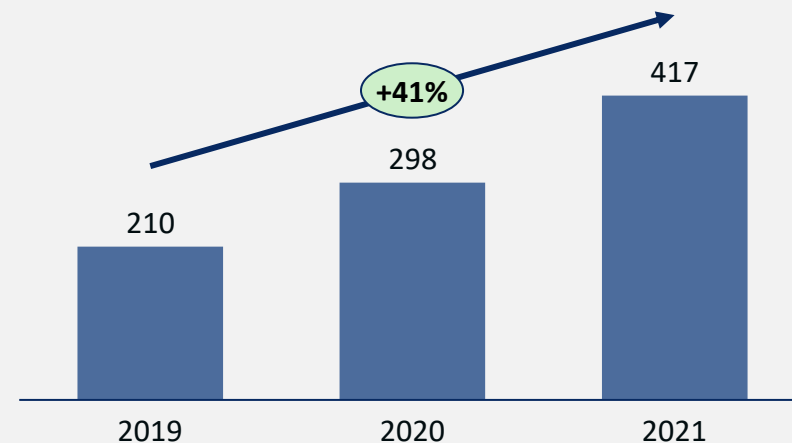


Early Bird dekker **95 %** av alle Sveriges hushold



Omsetningsutvikling Early Bird

Tall i MSEK



Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

- PM Sør
- Stampen Media
- PM MN
- PM NN
- PM NV
- Polaris Trykk

Oppsummering

Polaris Media Sør – Sørlandets ledende mediehuskonsern



Nøkkeltall for Polaris Media Sør



8
MEDIEHUS



~161.000 DAGLIGE
LESERE DIGITALT OG
~129.000 PÅ PAPIR

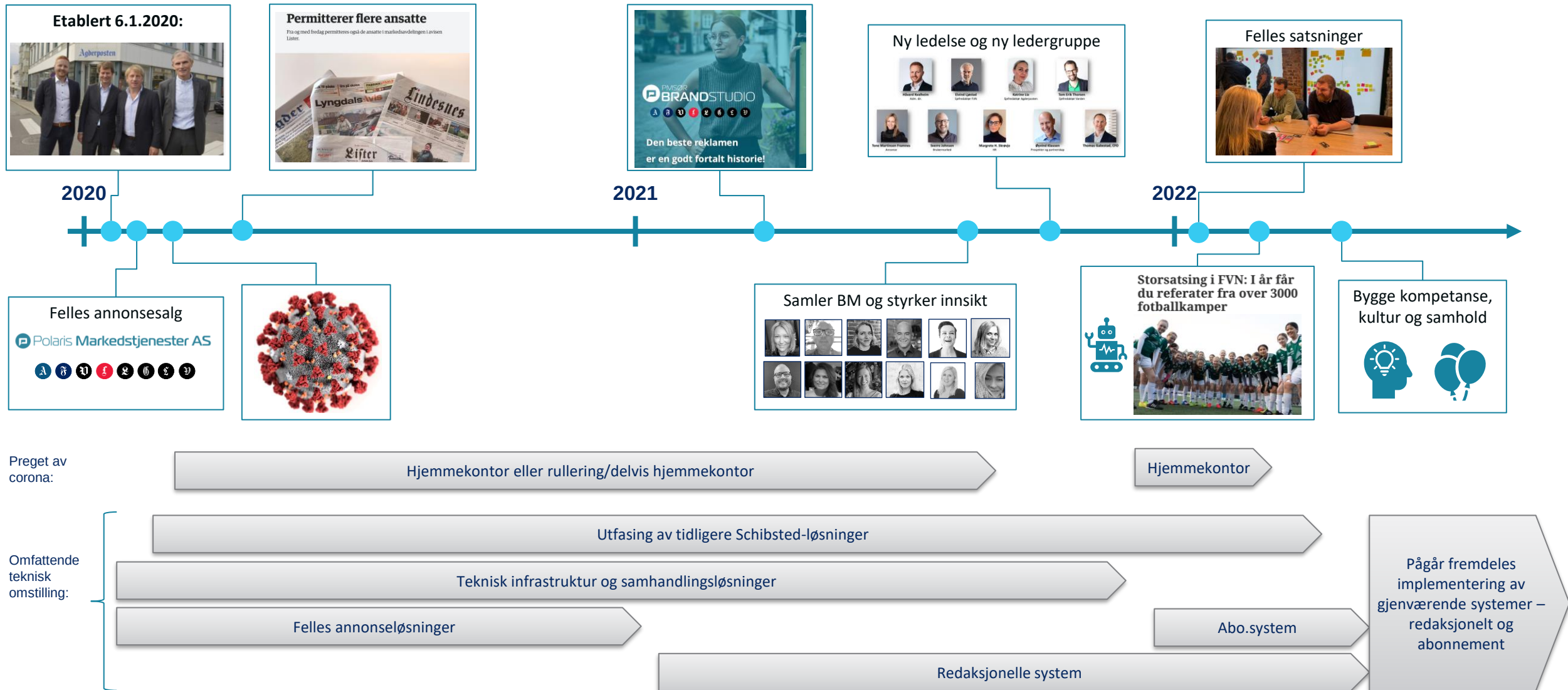


~93.000
ABONNEMENT,
HVORAV HALVPARTEN
HELDIGITALE



~590 MNOK I
OMSETNING (2021)

Polaris Media Sør har hatt en krevende start med pandemien. Snart vil systemer og infrastruktur være harmonisert, som muliggjør mer samarbeid på tvers



Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

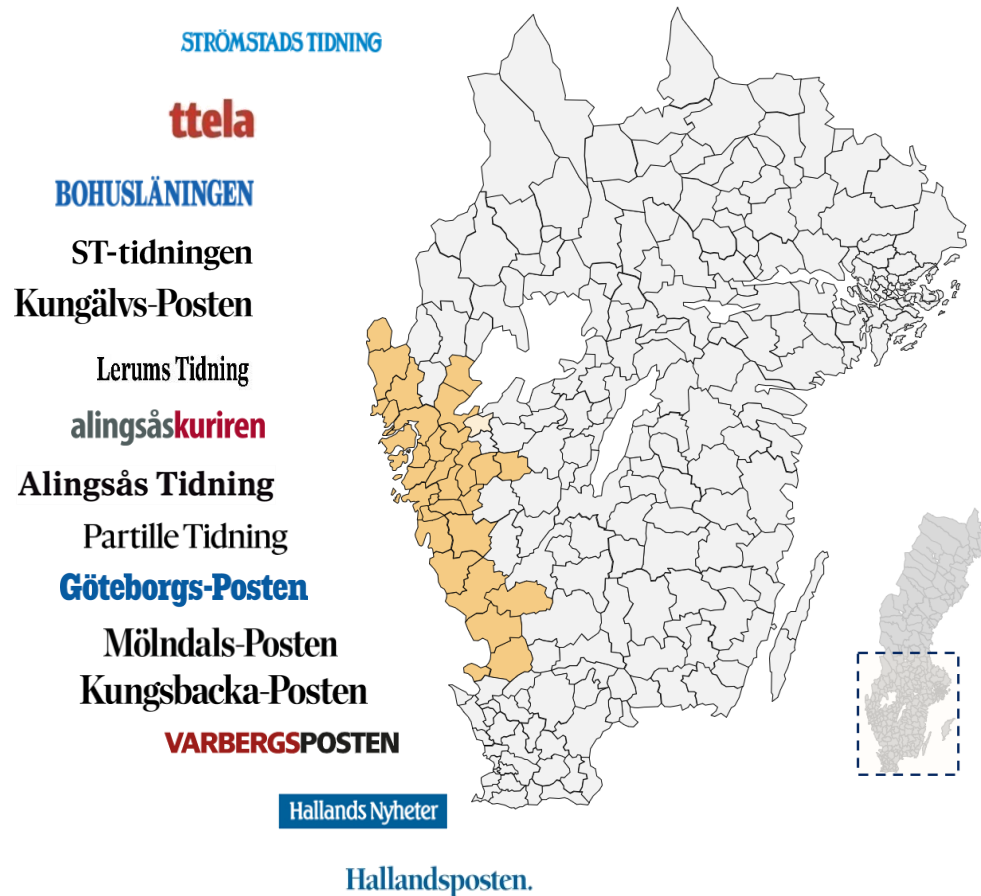
Presentasjon av hoveddatterselskap

- PM Sør
- Stampen Media
- PM MN
- PM NN
- PM NV
- Polaris Trykk

Oppsummering

Stampen Media har 15 mediehus på vestkysten av Sverige med ~254 000 abonnementer hvorav ~118 000 er digitale

Nedslagsområde til Stampen Media er Sveriges vestkyst, fra Strømstad til Halland



Nøkkeltall Stampen Media



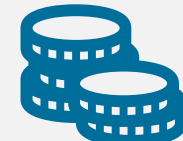
15 MEDIEHUS
HVORAV 3 GRATISAVISER



~576.000 DAGLIGE LESERE
DIGITALT OG ~609.000 PÅ
PAPIR



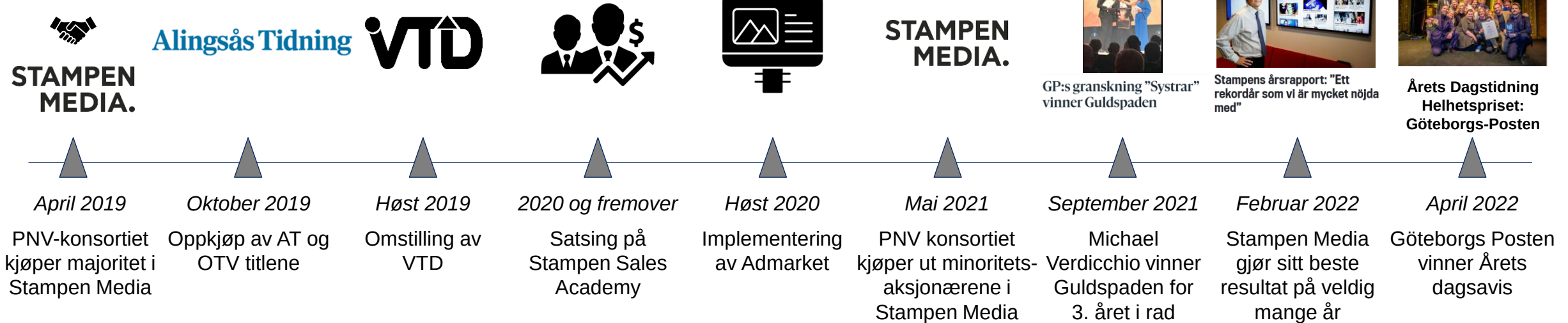
~254 000
ABONNEMENT,
~118 000 HELDIGITALE



~1 410 MSEK I
OMSETNING (2021)

Tidslinje for Stampen Media fra Polaris Medias oppkjøp til dagens dato

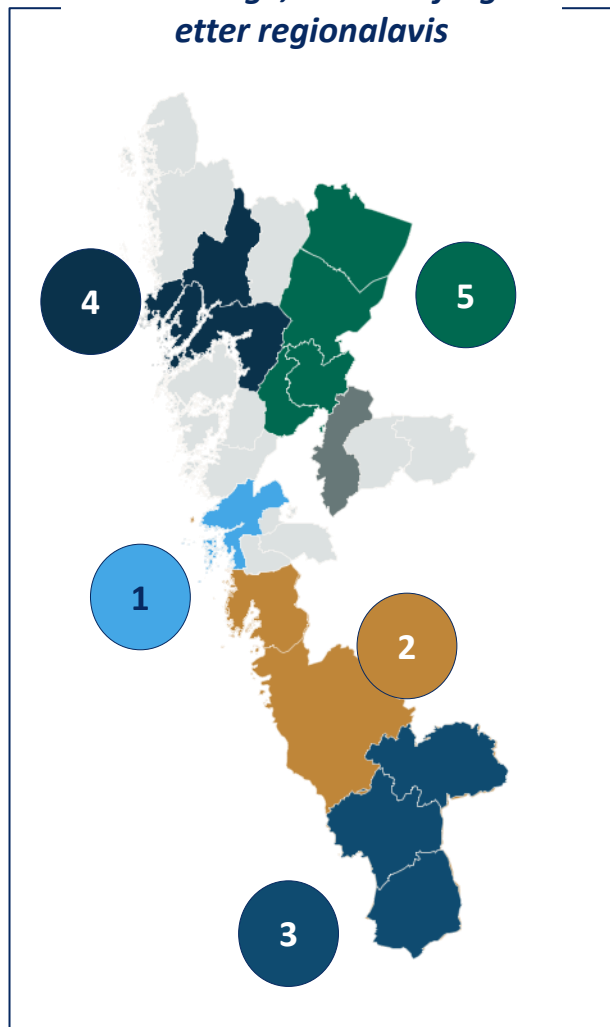
 POLARIS MEDIA



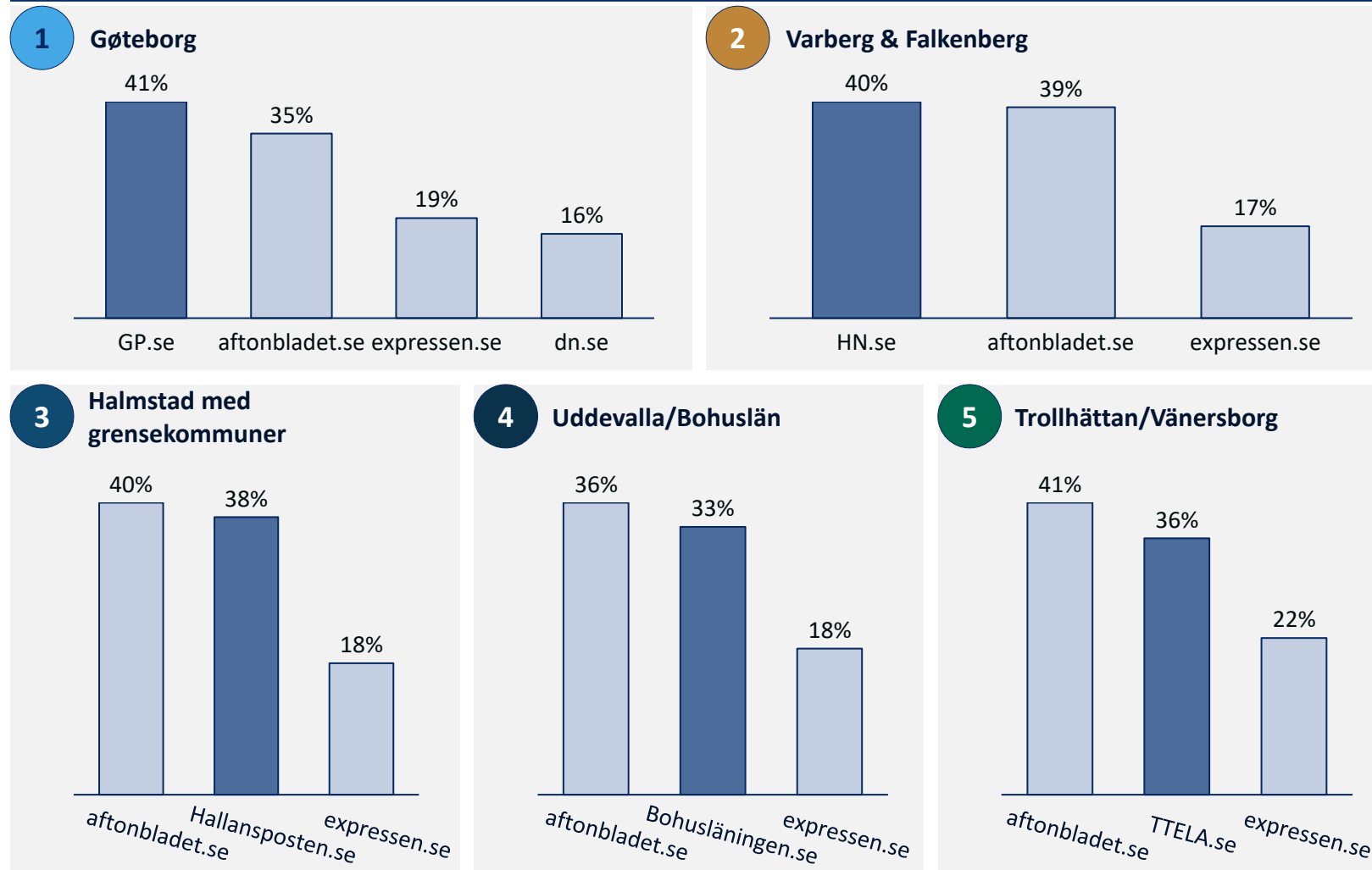
	2018	2019	2020	2021	
Antall abonnenter	203'	230'	245'	254'	
Digital andel	25 %	30 %	39 %	46 %	
Digitale annonseinntekter [MSEK]	83	75	88	116	

Dekning: Stampens regionale mediehus utjevner dekningsdifferansen mot Aftonbladet i alle områder

Vest-Sverige, inndelt i farger etter regionalavis



Vi har gått fra å være mindre enn [expressen.se](https://www.expressen.se) i 2018/19 til å være ledende digitalt i to av våre fem største markeder og tar raskt innpå de øvrige tre (Novus måtning per februar 2022)



Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

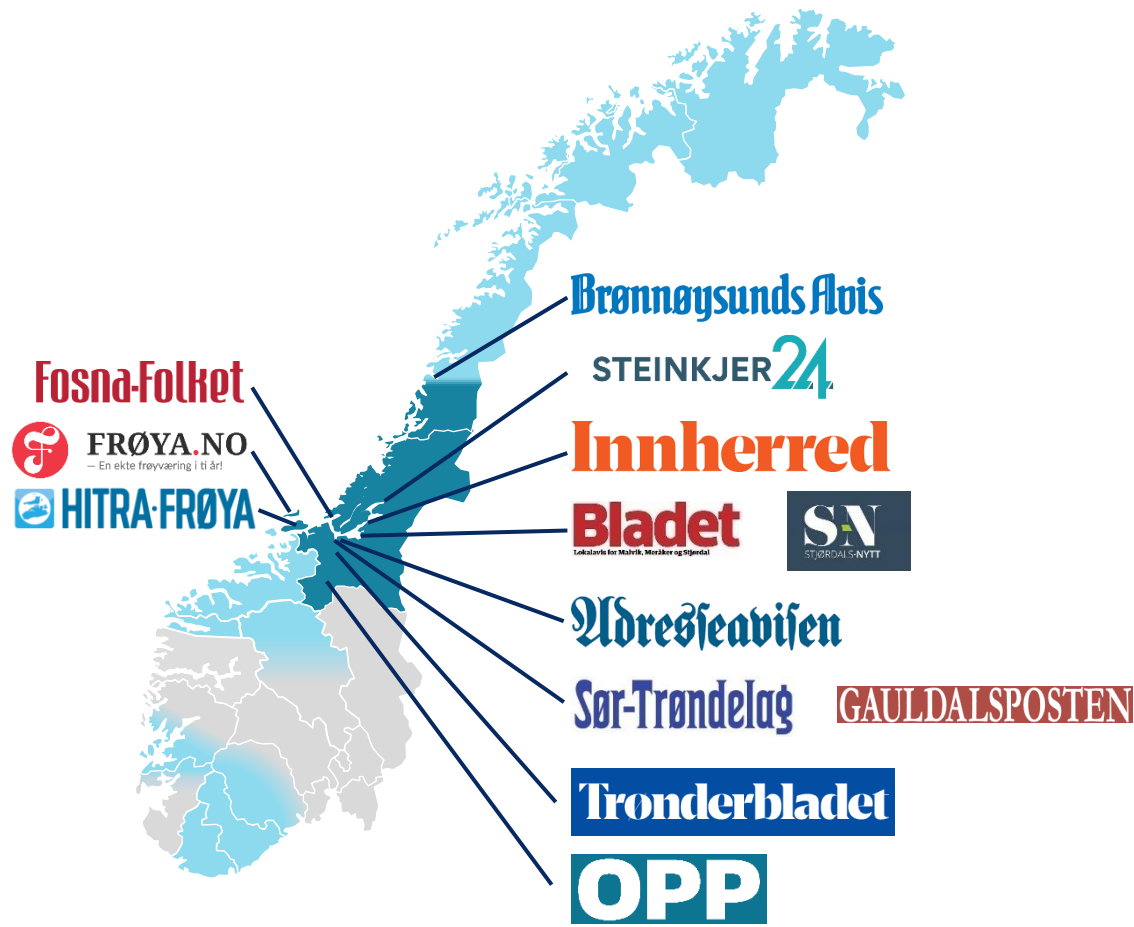
- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

- PM Sør
- Stampen Media
- PM MN
- PM NN
- PM NV
- Polaris Trykk

Oppsummering

Polaris Media Midt-Norge



Nøkkeltall for Polaris Media Midt-Norge



13
MEDIEHUS
HVORAV 1 GRATISAVIS



~231.000 DAGLIGE
LESERE DIGITALT OG
~153.000 PÅ PAPIR



~119.000
ABONNEMENT,
~ 66.000
HELDIGITALE



~751 MNOK I
OMSETNING (2021)



Avistitler med størst økning

Avistittel	Første halvår 2018	Andre halvår 2021	Endring
VG+	152,034	262,459	110,425
Dagbladet Pluss (første tall fra 2019)	58,557	83,303	24,746
Nettavisen	2,264	19,817	17,553
Adresseavisen	64,241	76,803	12,562
Bergens Tidende	81,164	89,053	7,889
Klassekampen	26,379	34,036	7,657
Bergensavisen	20,707		
Romerikes Blad	28,832		
Dagsavisen	18,712		
Finansavisen	25,348		

[Get the data](#) • Created with [Datawrapper](#)

Avistittel	Første halvår 2018	Andre halvår 2021	Endring	Endring i prosent
Nettavisen	2,264	19,817	17,553	775.3%
Vesterålen Online	3,335	6,107	2,772	83.1%
VG+	152,034	262,459	110,425	72.6%
Nordstrands Blad	4,130	6,788	2,658	64.4%
Sandnesposten	5,920	9,035	3,115	52.6%
Fiskeribladet	5,060	7,560	2,500	49.4%
Dagen	9,804	13,342	3,538	36.1%
Kyst og Fjord	1,818	2,470	652	35.9%
Fosna-Folket	5,828	7,843	2,015	34.6%
Øyposten	1,294	1,740	446	34.5%
Hitra-Frøya	3,912	5,245	1,333	34.1%
Nationen	13,673	17,839	4,166	30.5%
Bergensavisen	20,707	26,917	6,210	30.0%
Klassekampen	26,379	34,036	7,657	29.0%
Trønderbladet	3,953	5,066	1,113	28.2%
Lyngdals Avis	1,329	1,685	356	26.8%
Dagsavisen	18,712	23,311	4,599	24.6%
Tvedestrandsposten	4,279	5,305	1,026	24.0%
Innherred	7,031	8,716	1,685	24.0%
Vest-Agder Tidende	2,411	4,214	1,803	22.5%

Foto: Even Hye T. Barka

Disse avisene har økt mest siden 2018: Flere lokalaviser med 50 prosent økning

VG og Dagbladet tar både topp-plass og bunn-plass på listen over opplagstallene.



Torill Henriksen
JOURNALIST

Vi har gjort en rekke grep for å utvikle og styrke posisjonen i Midt-Norge

Adresseavisen skal ansette ti nye journalister

Sjefredaktør Kirsti Husby og administrerende direktør Tove Nedreberg kom med nyheten om at mediehuset nå skal lyse ut ti nye journaliststillinger under et allmøte klokken ti onsdag.



Kjøper 80%



MN24
Midtnorsk Næringsliv

STEINKJER 24

Overtatt 100% av:



Kjøper majoritet i OPP og lanserer nytt sammenslått mediehus 1.1.21 (75%):



Kjøp av:



Kjøp av:

GAULDALSPOSTEN



Jan 19 Nov 19

2020

Okt.2020

2020/1.1.21

Aug 2021

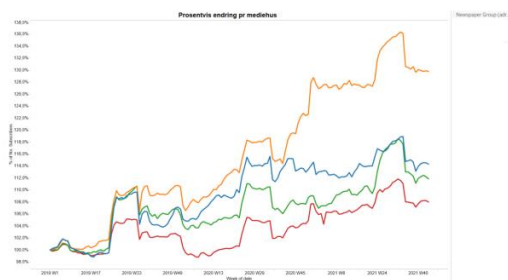
2022

Lokale mediehus etablerer



Pilot redaksjonell innsikt, start feb 19, har gitt sterk abonnementsvekst

Prosentvis vekst i antall abonnenter per region:



Organisk styrket kjerneposisjon:

Innherred

Forsterke og utvikle produkter på Stjørdal:

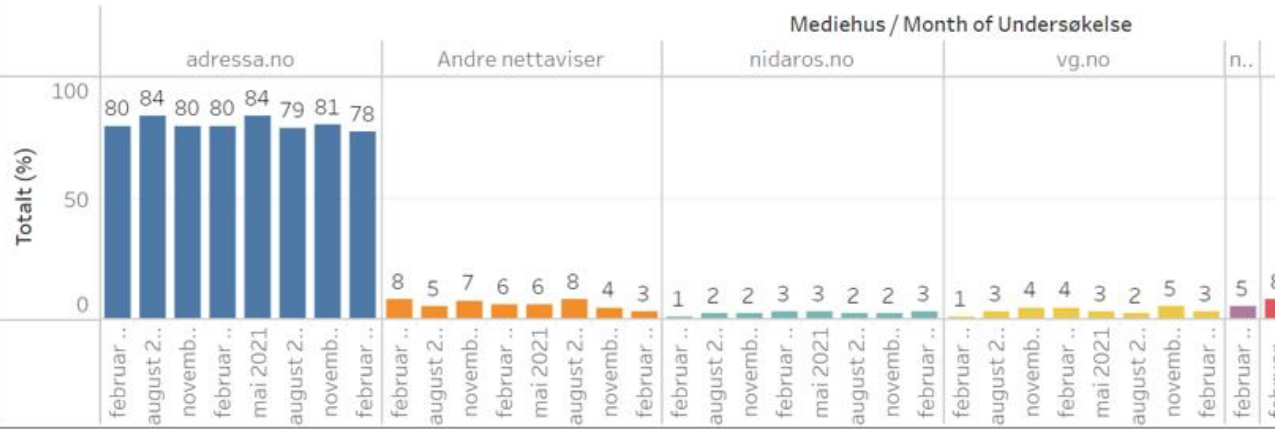
Bladet



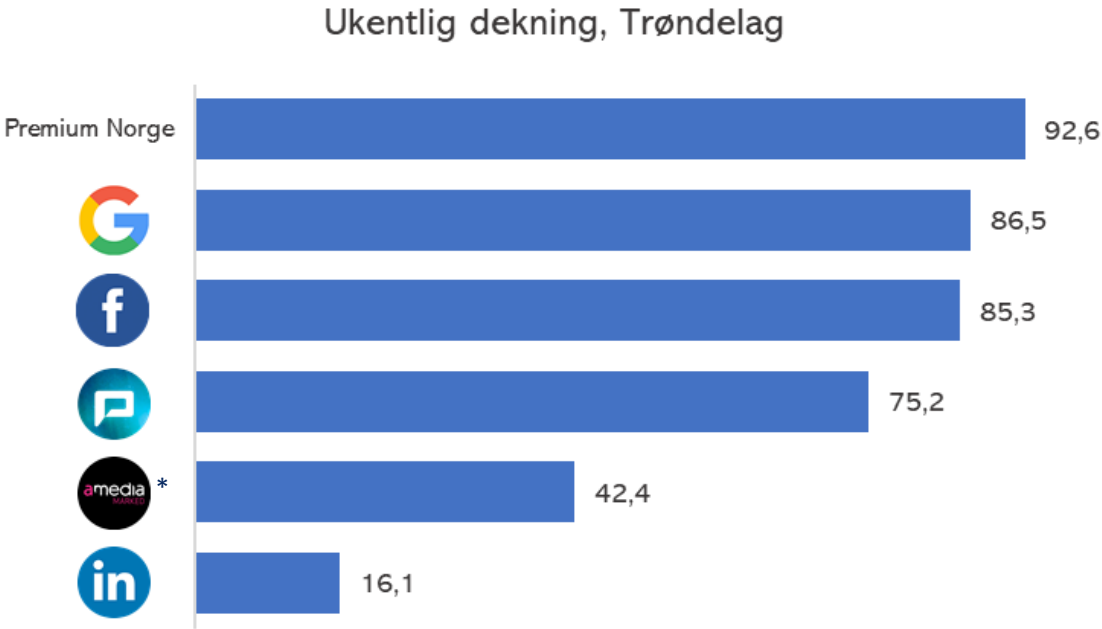
Polaris Media Midt-Norge har opprettholdt en sterk posisjon



Besøke først (når noe spesielt skjer i Trondheim)



Ukentlig dekning, Trøndelag



Kilde: Kantar MGI 22.1 18 år+
*) Amedia Salg inkl. T-A

Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

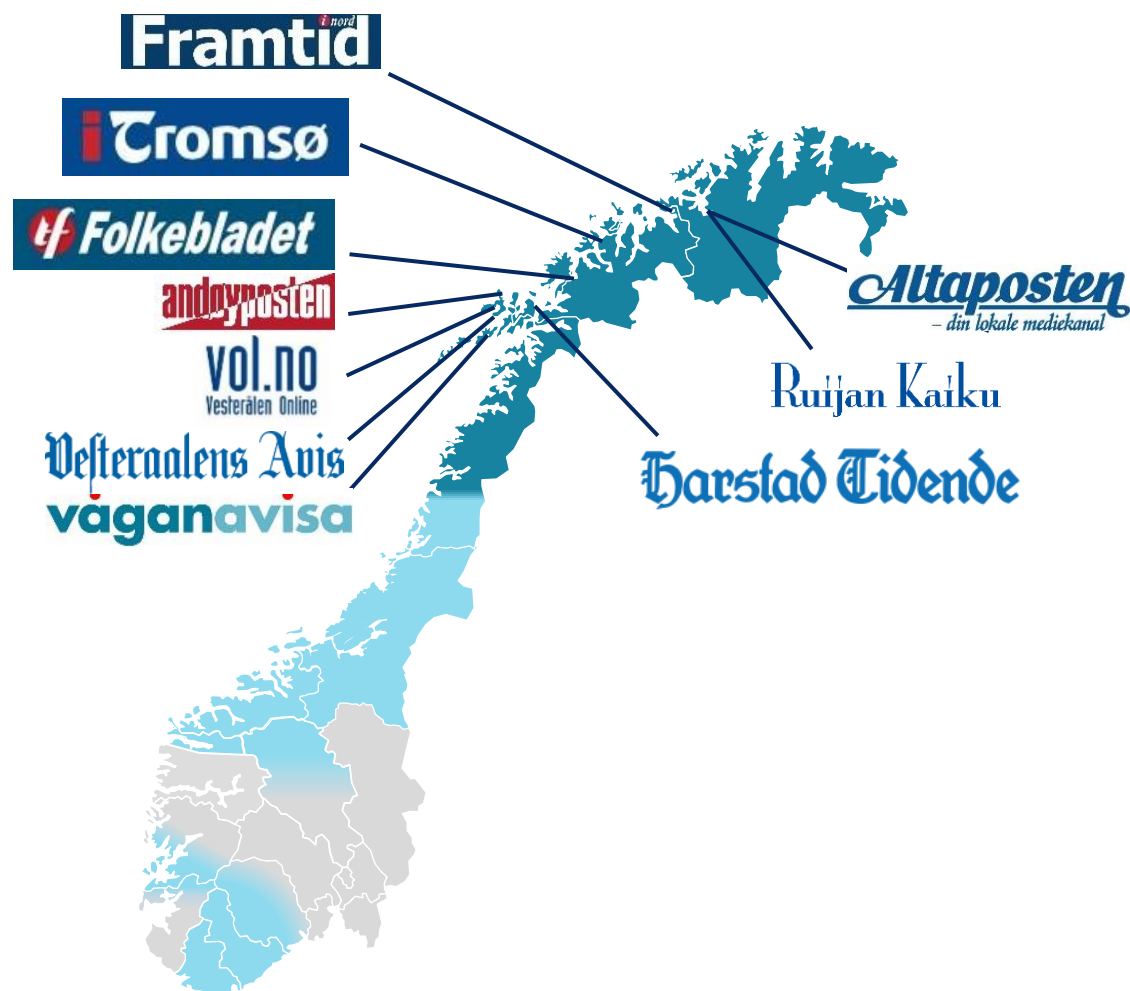
- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

- PM Sør
- Stampen Media
- PM MN
- PM NN
- PM NV
- Polaris Trykk

Oppsummering

Polaris Media Nord-Norge



Nøkkeltall for Polaris Media Nord-Norge



10 (11)
MEDIEHUS



~82.000 DAGLIGE LESERE
DIGITALT OG ~52.000 PÅ
PAPIR



~37.000
ABONNEMENT,
~24.000 HELDIGITALE

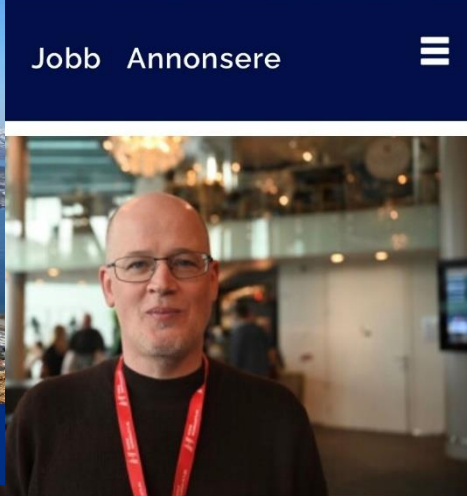


~235 MNOK I
OMSETNING (2021)

Flere mediehus i spissen for digital transformasjon



VOL Vesterålen Online AS er den ledende nettavisen i Vesterålen – og er blant landets sterkest voksende mediehus de siste årene.



Rune Ytreberg gleder seg til å ta fatt på den nye datasatsingen i iTromsø. Foto: Isak Egge Brønseth

iTromsø ansetter utvikler og starter verdens nordligste data-satsing

Rune Ytreberg skal stå for det journalistiske, mens Nicolai Bakkeli skal være utviklingssjef.

Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

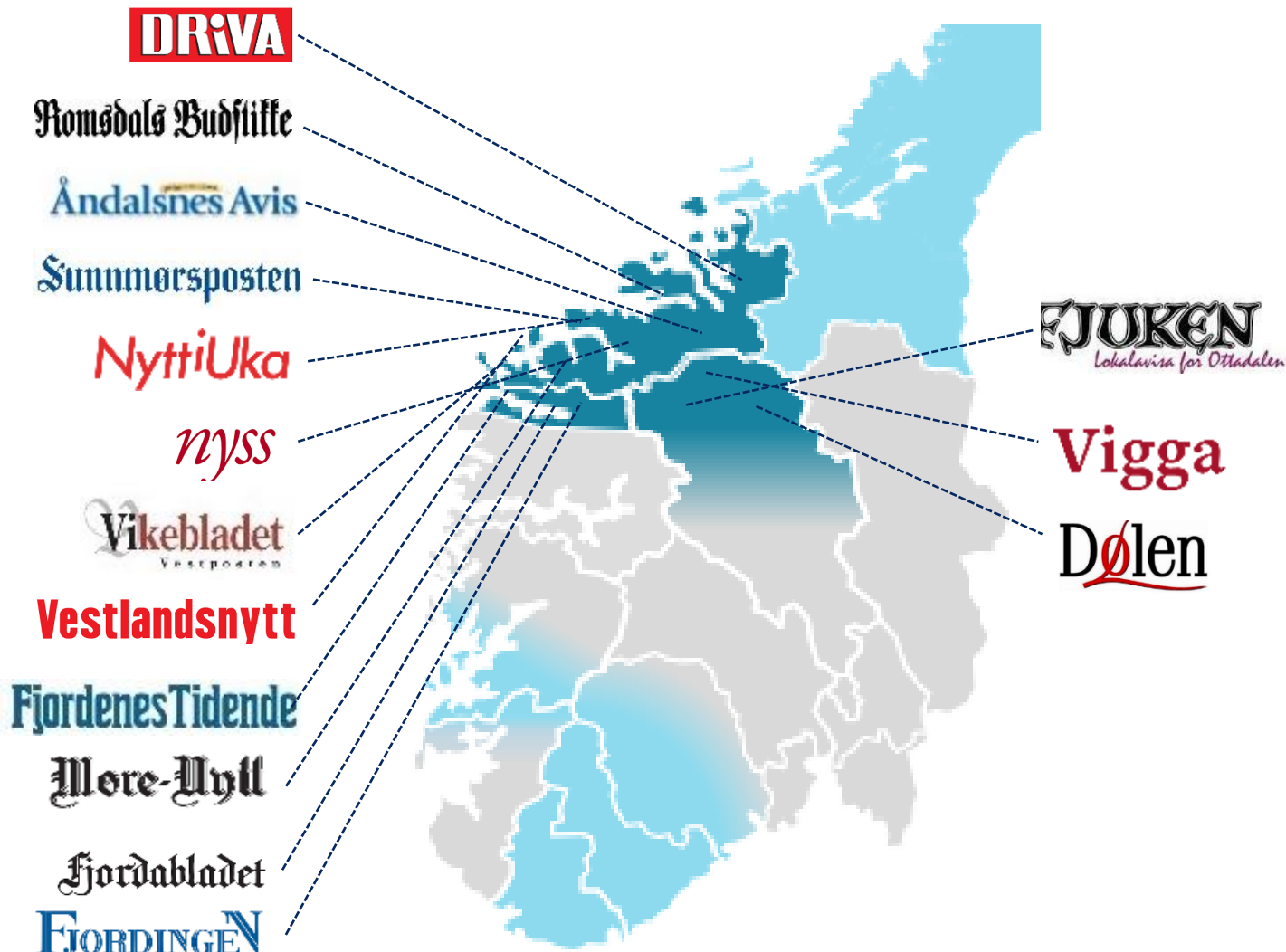
- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

- PM Sør
- Stampen Media
- PM MN
- PM NN
- PM NV
- Polaris Trykk

Oppsummering

består av 15 mediehus



Nøkkeltall for Polaris Media Nordvestlandet



180
ÅRSVERK



- 178.000 DAGLIGE LESERE TOTALT
- 116.000 DAGLIGE LESERE DIGITALT
- 110.000 DAGLIGE LESERE PÅ PAPIR

Kilde: Forbruker & Media 22/1, brutto



~375 MNOK I
OMSETNING (2021)

Lokale mediehus er en svært viktig del av PMNV. Stadig flere kommer til – og samlet resultat er firedoblet i løpet av fire år

Vestlandsnytt



Metizport møter Wizard i
Telialigen - direkte kl: 18

nyss

Avgjør Harams framtid

Byggeplaner?
Ta en titt på vår nye nettside soksa.no

ONSDAG 2. MARS 2022 • NR. 8 • ÅRGANG 58 • OPPLAG: 38.000

Nytt i Uka

Frykter stenging vil gi ulykke Side 16-17

Treffsikker med ultralyd Side 6

Hedvig til T2 og ID-huset Side 35

Prisvinnende IONIQ 5.
Elektrisk SUV med innst. 481 km rekkevidde.

Power your world.
Uansett hva fremtiden blir er priset av fremtiden. I dette eller i det neste bilabonnementet, gjør IONIQ 5 ditt litt enklere. Bli med et smart internt med smartt godt plass og er tilgjengelig med fremtidsrettet. Med en rekkevidde på innst. 481 km får IONIQ 5 de fleste trill. Dette er bare en smakebit på hva IONIQ 5 har å by på. hyundai.no

Auto 88

HYUNDAI

Nyhende

- No orkar eg ikkje meir!

- No orkar eg ikkje meir, seier syriske Moa som har budd på Stranda i seks år. Han fortel at han gjennom desse åra har tatt imot det meste av ukvemsord frå både bygdefolk og handlande.



I følge Randi Tandstad lever rasismen i beste velgående på Stranda. Moa fortel at han kvar dag bit tennene saman, smiler og seier «ver så god neste».

FOTO: RITA SVORKÅS

Rita Svorkås
46764038

For mediehus:

Opplæring teknisk

Support teknisk

Publisering

Distribusjon

Analyse



For konsern:

Kompetanseløft

Felles systemer/Analyse

Samarbeidsprosjekt

Felles rettigheter

Utvikling/Forskning

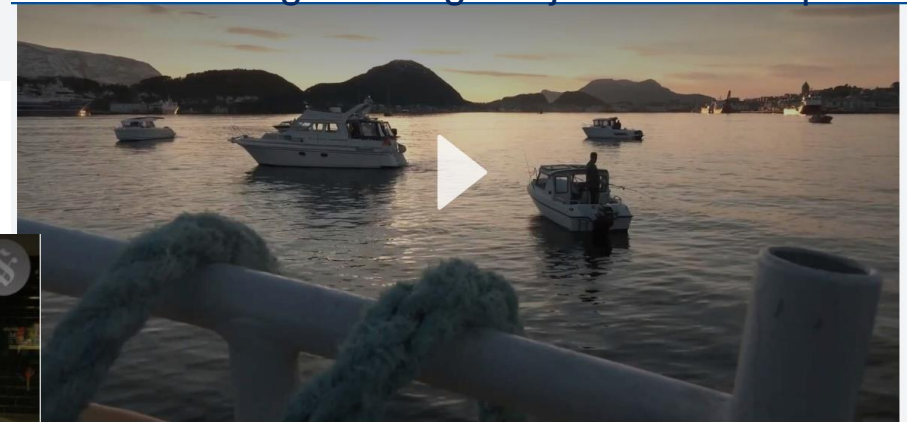


Sunnmørsposten sender fem timer direkte fra Ålesund Maraton

Ekspert, gjester og direktebilder fra løpene er bare noe av det du har å glede deg til på SMP.no.



Direktesending fra Borgundfjordfiske #smptorsk



Sunnmørsposten sendte direkte fra årets Borgundfjordfiske i 3,5 timer på mandag 21.03. Ombord i to båter og med flere kameraer fulgte vi fisket minutt for minutt. Med oss

Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon

Presentasjon av hoveddatterselskap

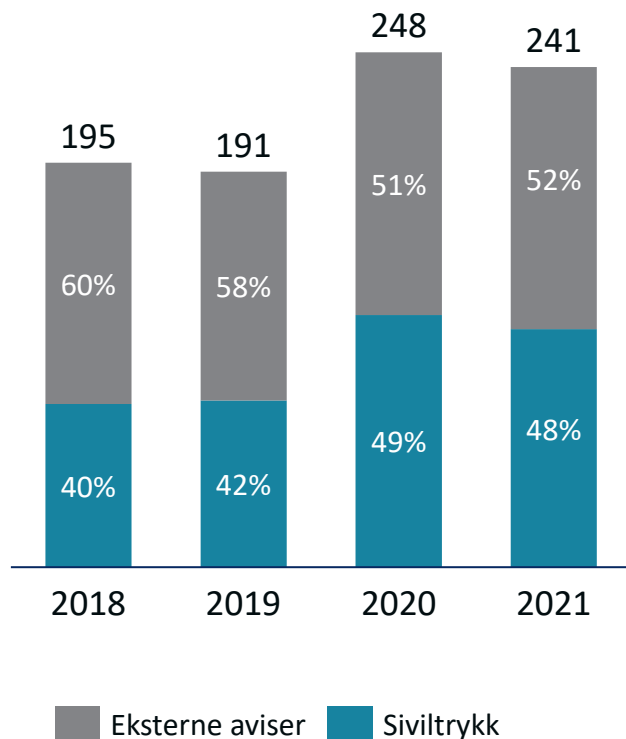
- PM Sør
- Stampen Media
- PM MN
- PM NN
- PM NV
- Polaris Trykk

Oppsummering

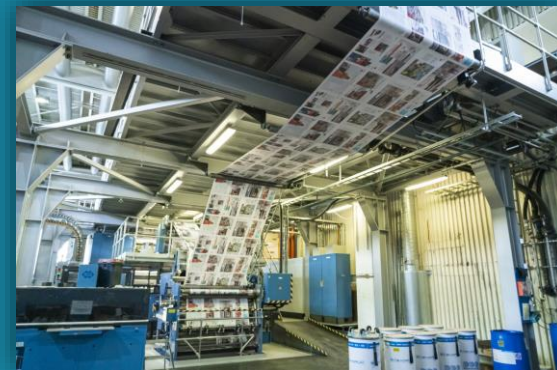
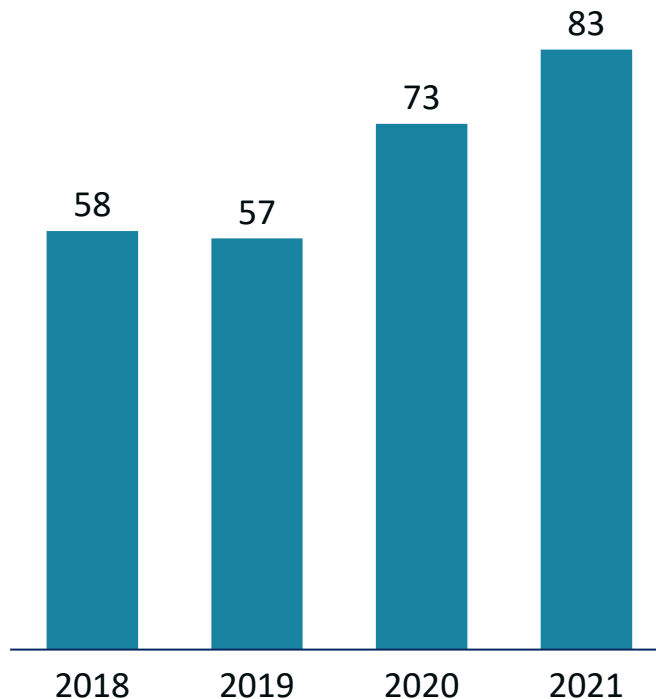
Nedgangen i trykkeriinntekter drevet av reduserte inntekter fra eksterne aviser. Fortsatt solid resultatbidrag fra trykkerivirksomheten

Fra 1. juli 2021 har Polaris Trykk hatt 100 prosent eierandel i trykkeriet Polaris Trykk Orkanger

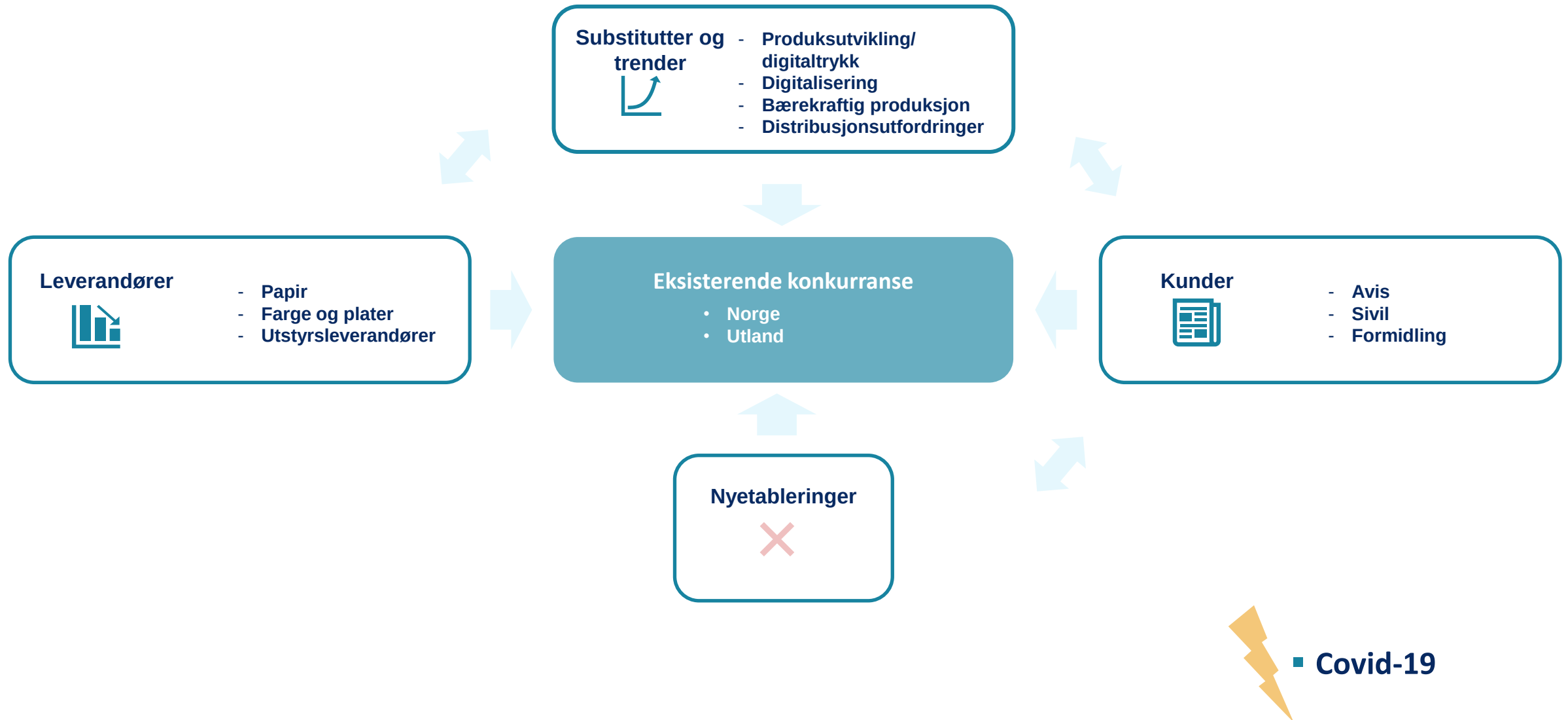
Fordeling av eksterne trykkeriinntektene i MNOK



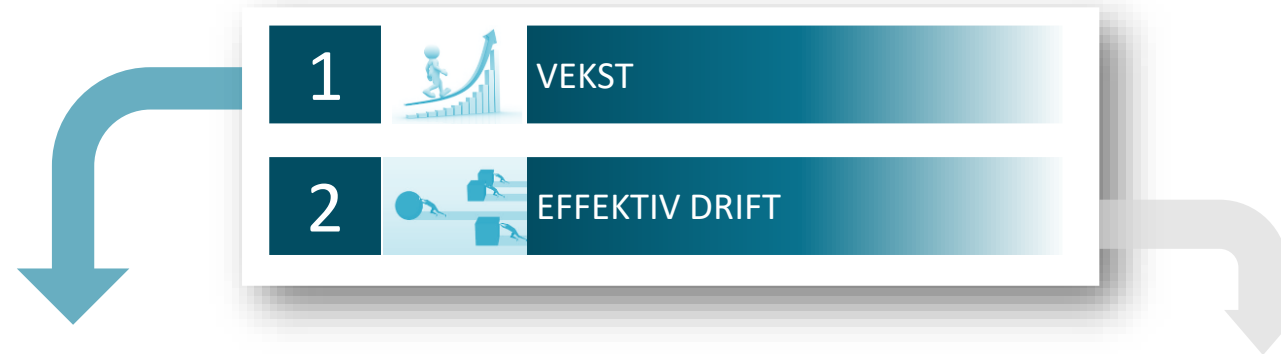
EBITDA i MNOK



Eksterne rammebetingelser tilsier at vi opererer i et krevende marked



«Polaris Trykk skal være Norges ledende og mest fremtidsrettede trykkerigruppering»

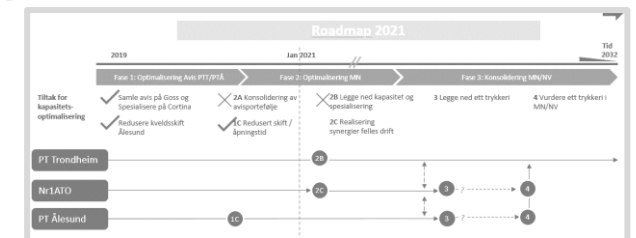


Strategiske satsningsområder

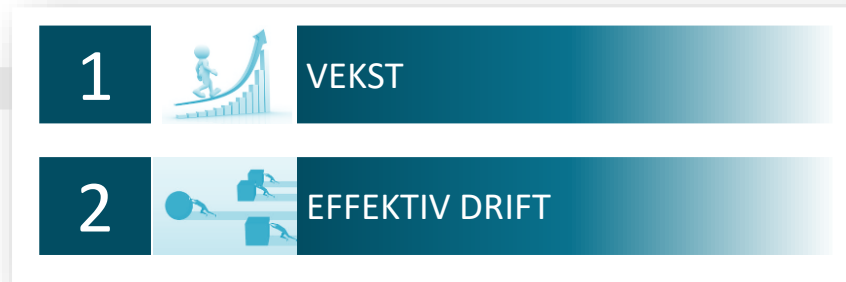
- 1 Øke markedsandel riks- og nisjeaviser
- 2 Styrket lønnsomhet nasjonal siviltrykk
- 3 Bli nasjonalt ledende innen bilagsproduksjon, inkl. økte formatmuligheter
- 4 Utvidet produktspekter

Tiltak effektiv drift

- ▶ KBA Cortina og F2 investering – realisering ambisjoner
- ▶ Oppkjøp Orkanger og felles drift – realisering synergier
- ▶ Benchmark og tiltak i trykkeri



«Polaris Trykk skal være Norges ledende og mest fremtidsrettede trykkerigruppering»

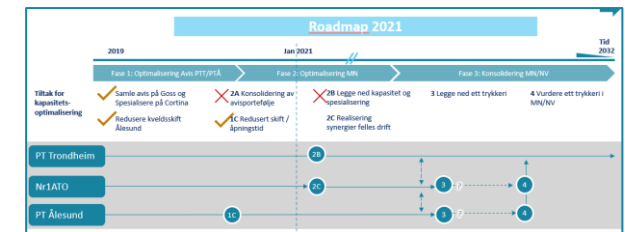


Strategiske satsningsområder

- 1 Øke markedsandel riks- og nisjeaviser
- 2 Styrket lønnsomhet nasjonal siviltrykk
- 3 Bli nasjonalt ledende innen bilagsproduksjon, inkl. økte formatmuligheter
- 4 Utvidet produktspekter

Tiltak effektiv drift

- KBA Cortina og F2 investering – realisering ambisjoner
- Oppkjøp Orkanger og felles drift – realisering synergier
- Benchmark og tiltak i trykkeri



Polaris Media – hvor er vi nå?

- Resultater første kvartal 2022

Strategiske fokusområder

- Brukemarked
- Annonse
- Distribusjon
- Trykk

Presentasjon av hoveddatterselskap

- PM Sør
- Stampen Media
- PM MN
- PM NN
- PM NV
- Polaris Trykk

Oppsummering

Godt posisjonert for videre vekst både organisk og strukturelt

**Sterke digitale
posisjoner**

**Anerkjente
merkevarer**

**Solid finansiell
posisjon**

**Vellykkede
omstillinger i
distribusjon- og
trykkerienhetene**

Bærekraft i fokus