



POLARISMEDIA

Presentasjon av resultater 2. kvartal 2022

24. august 2022

Konsernsjef Per Axel Koch

Administrerende direktør Stampen Media Johan Hansson

CFO Hege Aasen Veiseth

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Hovedpunkter andre kvartal 2022

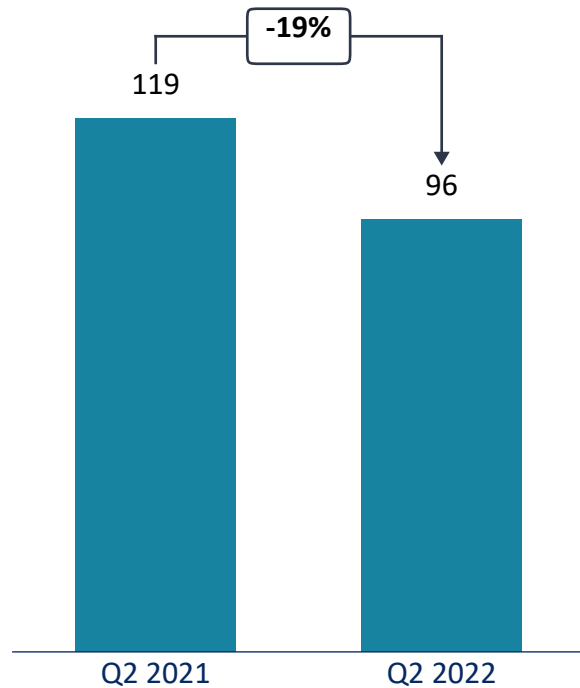
- Fortsatt underliggende vekst i digitale inntekter
- Redusert driftsresultat
 - Kostnader knyttet til betydelige satsinger på teknologi og redaksjonell utvikling
 - Effekt av bortfall av annonsesalgsavtaler med FINN.no
 - Kraftig økning i papirprisene
- Utbytte på NOK 3,00 per aksje utbetalt i mai (inkl. ekstraordinært utbytte på NOK 1,00 per aksje)
- Avtale om å øke eierandel i Polaris Media Sør fra 51% til 65%



Resultatnedgang sammenlignet med andre kvartal 2021

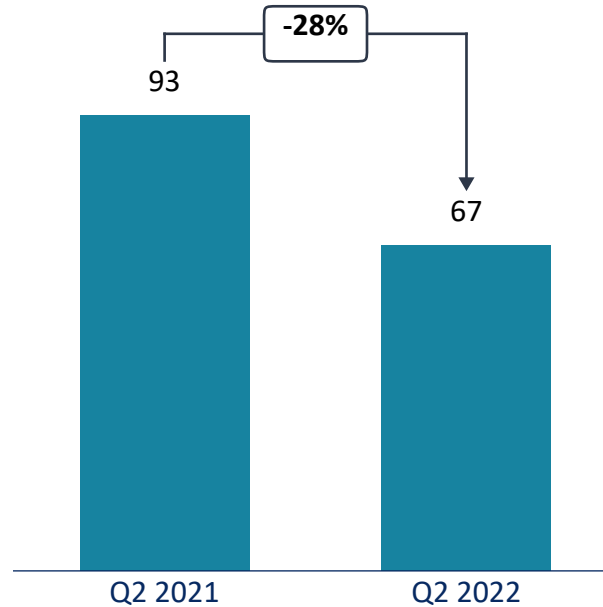
Polaris Media Konsern

EBITDA i MNOK



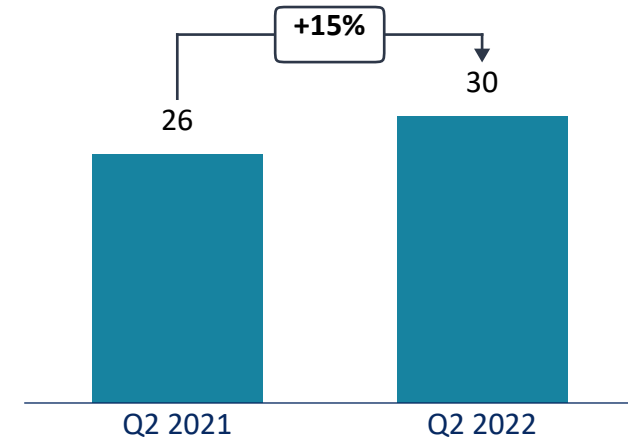
Polaris Media Norge

EBITDA i MNOK



Stampen Media, Sverige

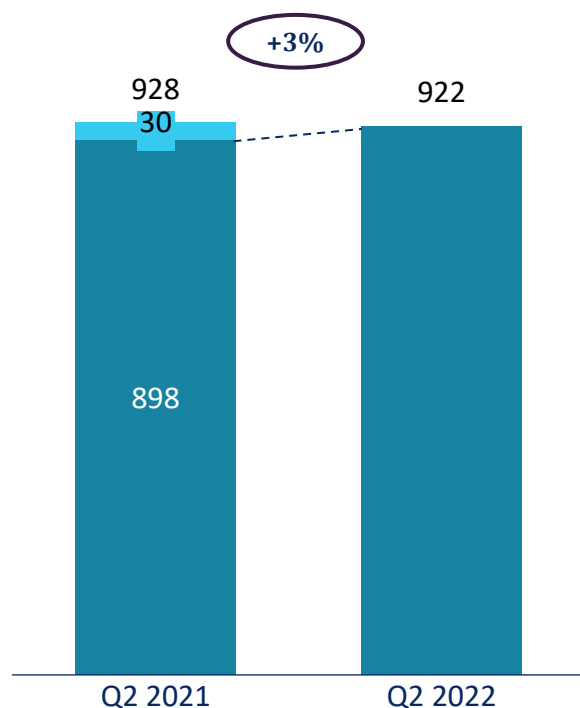
EBITDA i MNOK



Underliggende vekst i driftsinntekter som følge av god utvikling i digitale inntekter

Polaris Media Konsern

Inntekter i MNOK

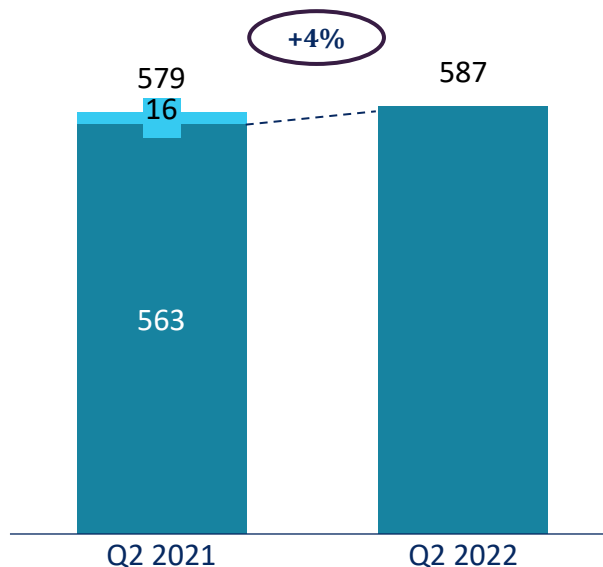


Salg av FINN.no-produkter/Wallstreet
Inntekter ekskl. FINN.no/Wallstreet



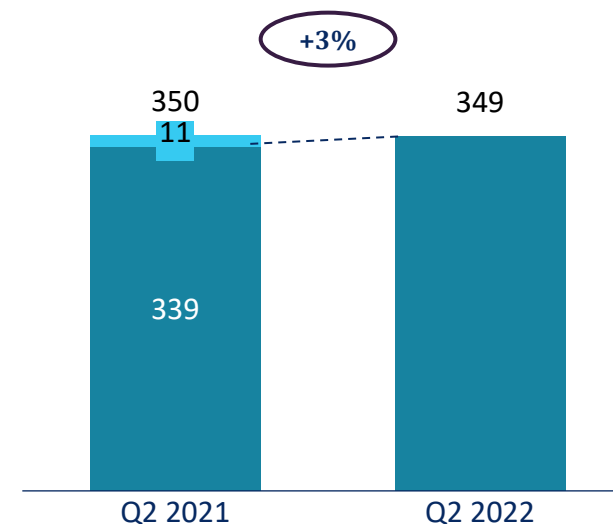
Polaris Media Norge

Inntekter i MNOK



Stampen Media, Sverige

Inntekter i MSEK

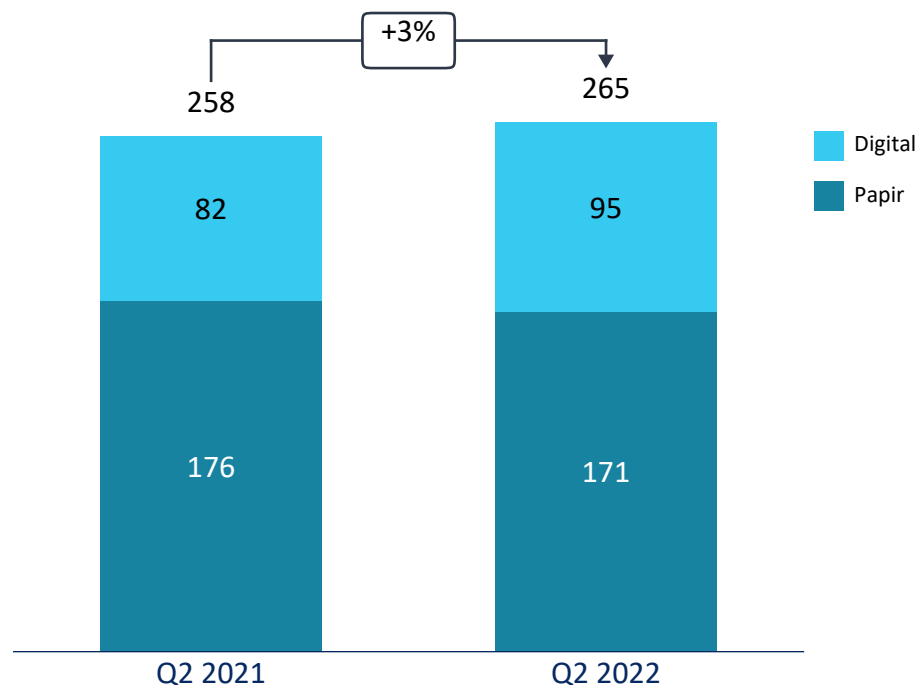


Brukerinntektene viser vekst i PM Norge og stabil utvikling i Stampen Media



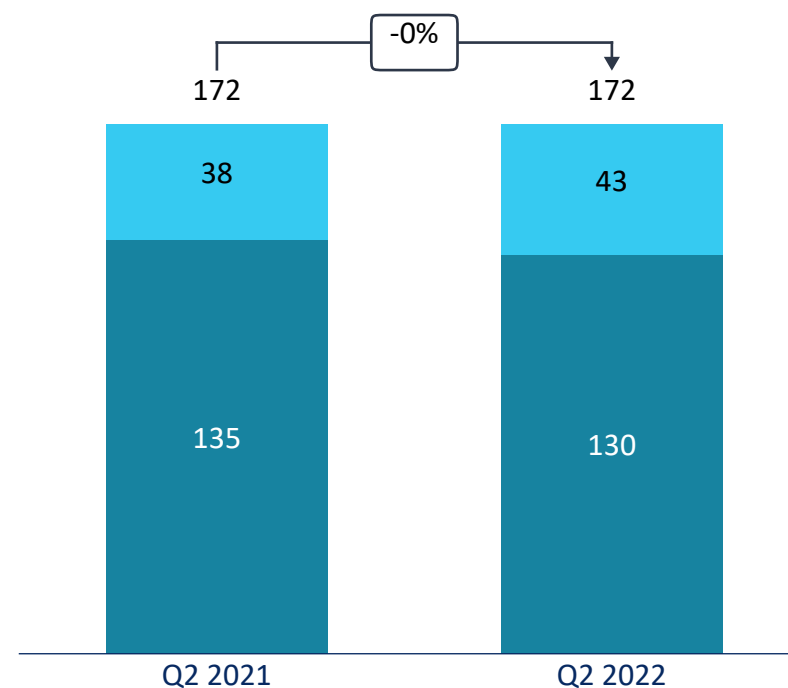
Polaris Media Norge

Brukerinntekter 2. kvartal (tall i MNOK)



Stampen Media

Brukerinntekter 2. kvartal (tall i MSEK)

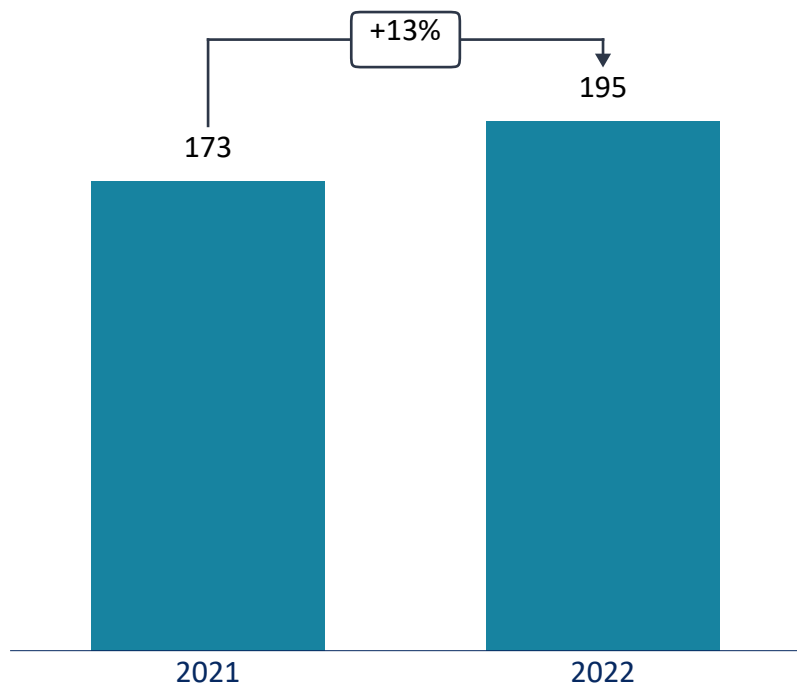


Sterk vekst i både antall og andel digitale abonnement mot i fjor. Polaris Media har nå ~314.000 heldigitale abonnement



Polaris Media Norge

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



Andel digitale abonnement:

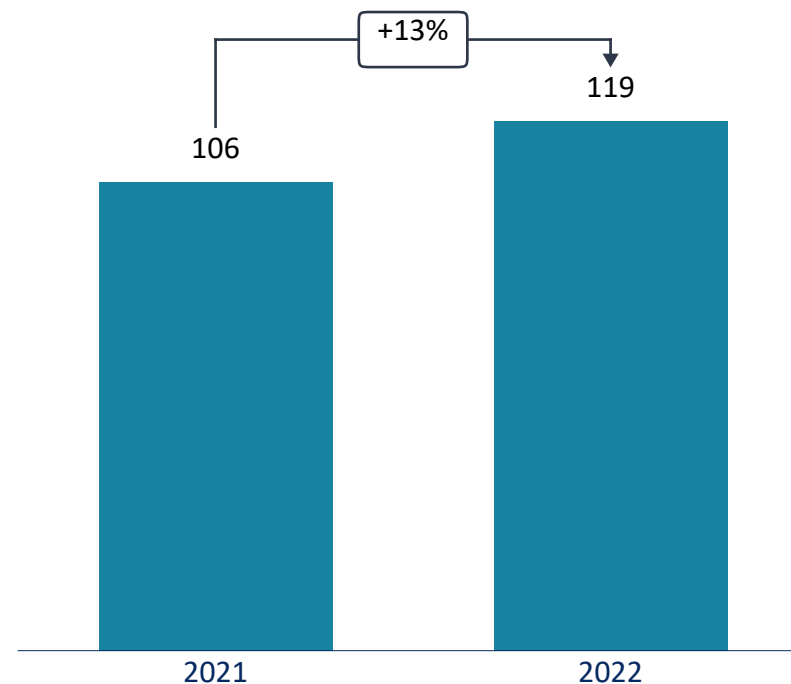
50%

55%



Stampen Media

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



Andel digitale abonnement:

43%

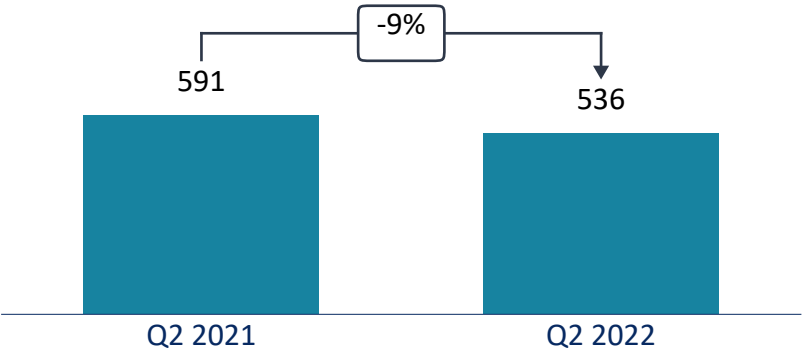
48%

Stampen Media har god vekst i sidevisninger i kvartalet. I PM Norge er trafikkutviklingen preget av mindre korona-nyheter og større dreining mot nasjonale medier som følge av globale nyheter



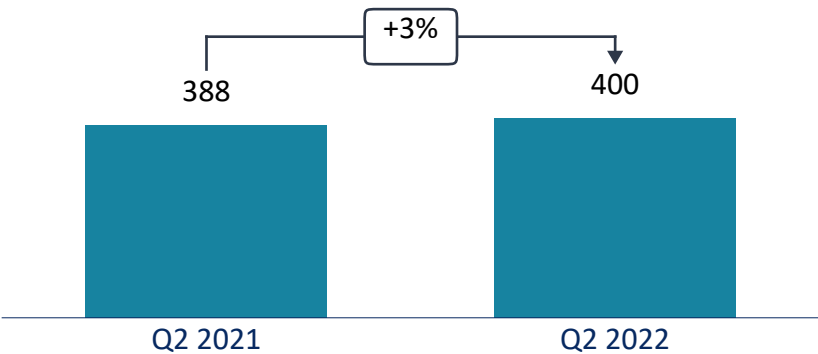
Daglige brukere mobil PM Norge

Snitt daglige brukere i kvartalet (i tusen)



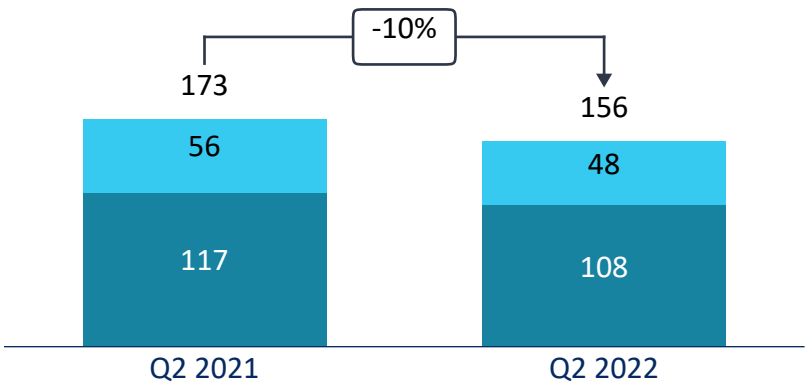
Daglige brukere mobil Stampen Media

Snitt daglige brukere i kvartalet (i tusen)



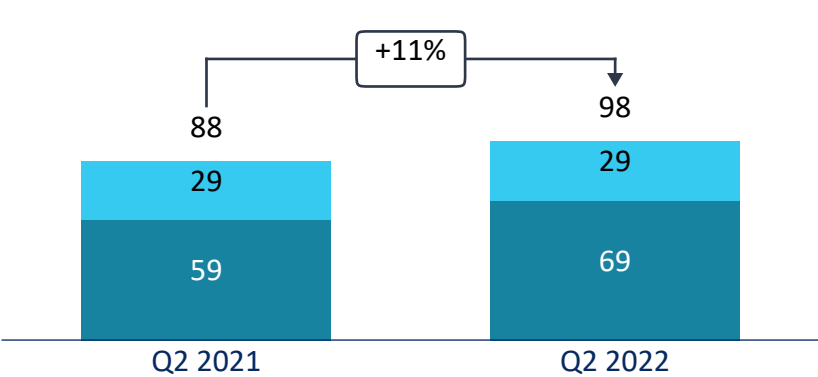
Snitt sidevisninger PM Norge

Snitt sidevisninger per måned i kvartalet (i mill.)



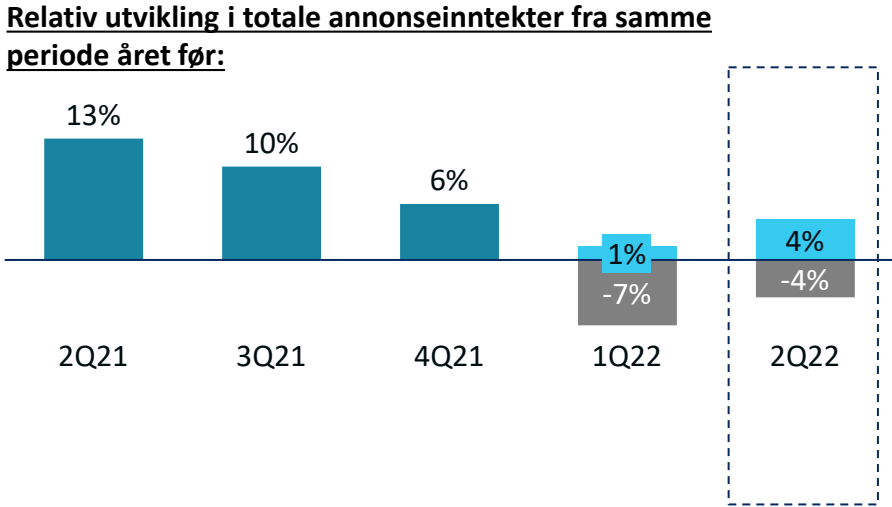
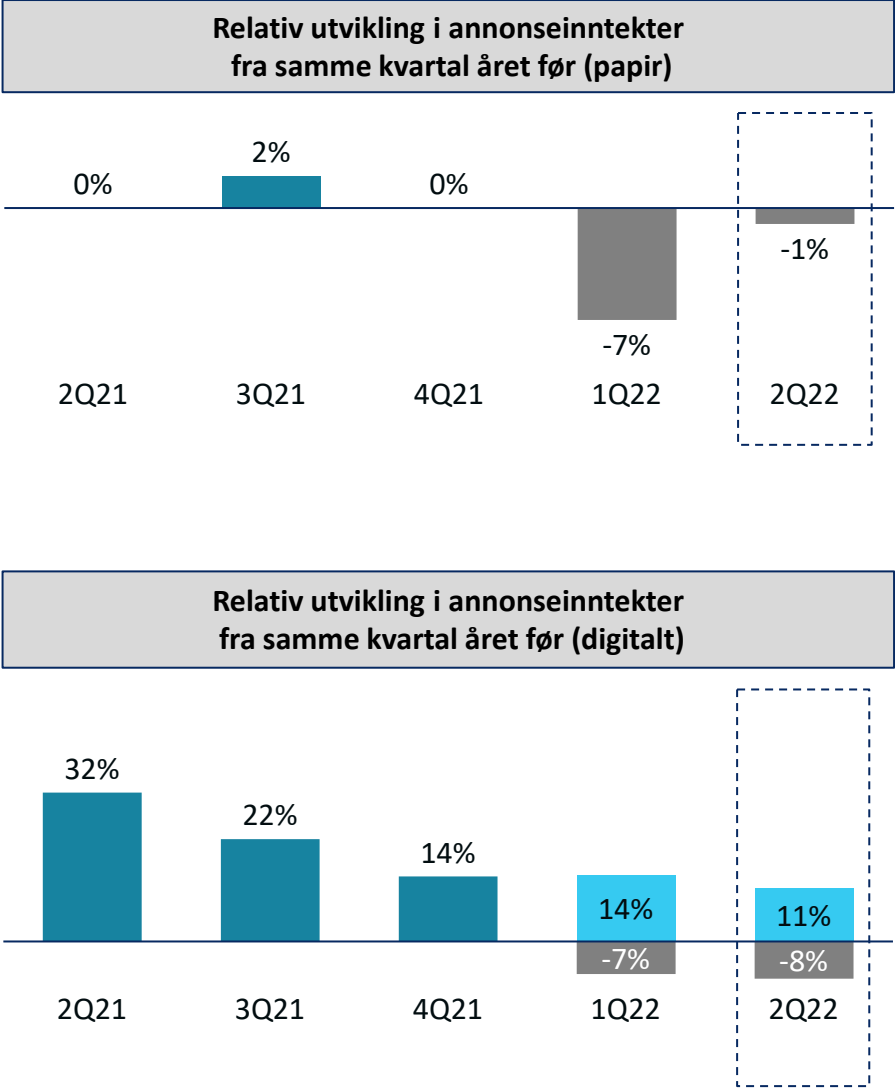
Snitt sidevisninger Stampen Media

Snitt sidevisninger per måned i kvartalet (i mill.)



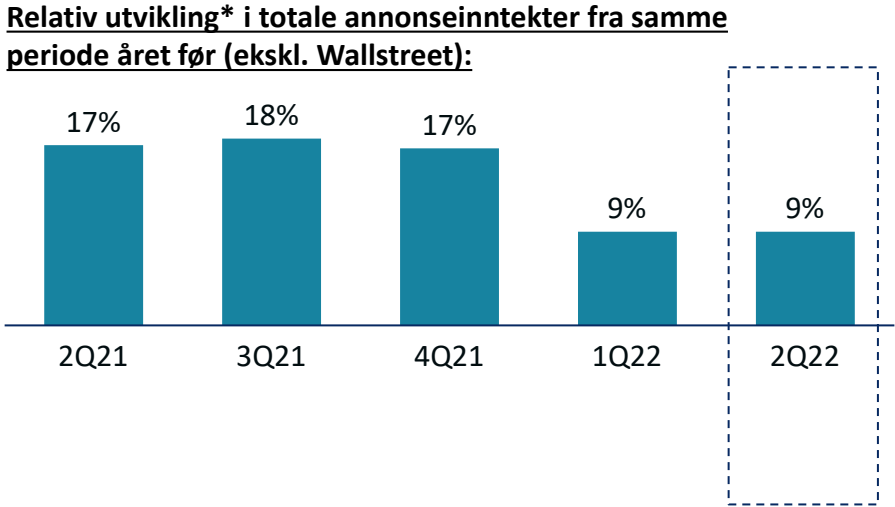
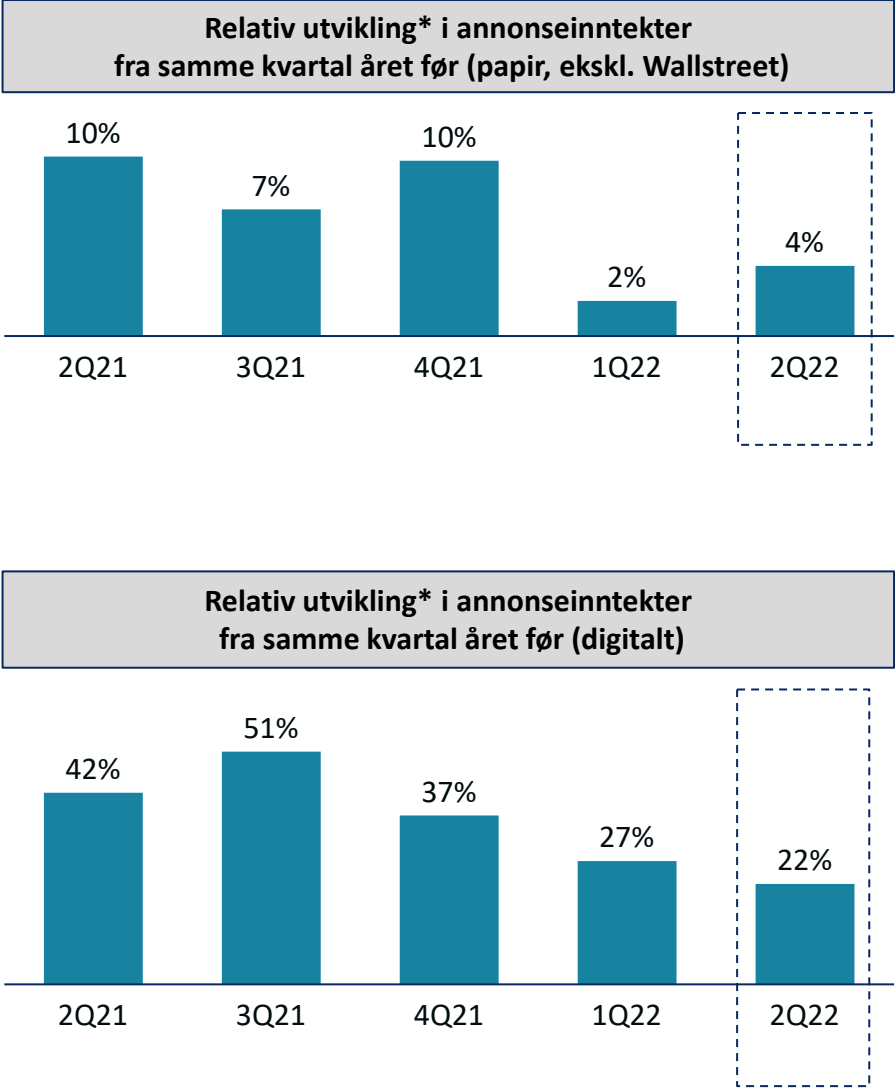
Nett Mobil

 PM Norge: Ekskl. salg av FINN.no-produkter viser digitale annonseinntekter god vekst i andre kvartal, og også vekst i totale annonseinntekter



 Utvikling ekskl. salg av FINN.no-produkter

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

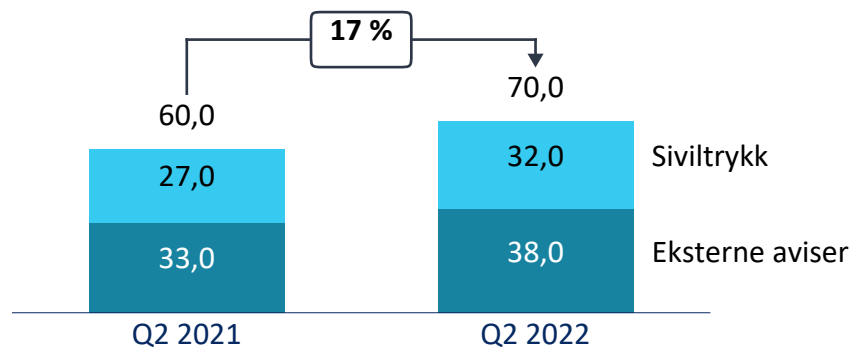


*Endring basert på nøytral valutakurs og ekskl. Wallstreet

Økte trykkeriinntekter hovedsakelig som følge av økte papirpriser. Stabile distribusjonsinntekter

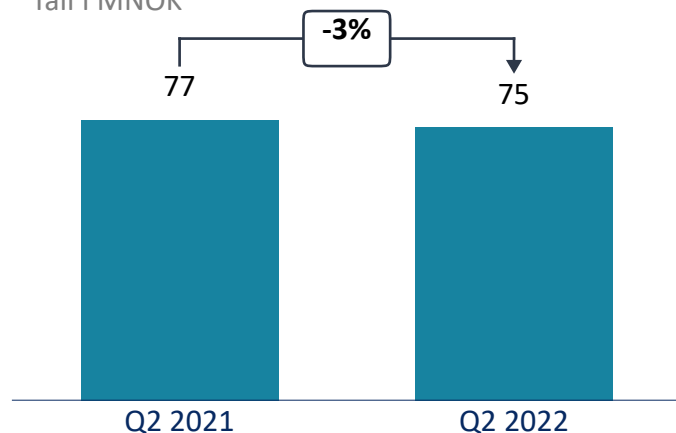
Trykkeriinntekter

Tall i MNOK



Distribusjonsinntekter

Tall i MNOK



- Vekst i trykkeriinntekter drevet av sterk økning i papirpriser
- Reduksjon i distribusjonsinntekter som følge av lavere distribusjonsvolum av papiraviser. Fortsatt vekst distribusjon av netthandelsprodukter, men veksten har avtatt i 2022.

Satsningsområder for fremtidig vekst – øker kostnadene i PM Norge i 2022

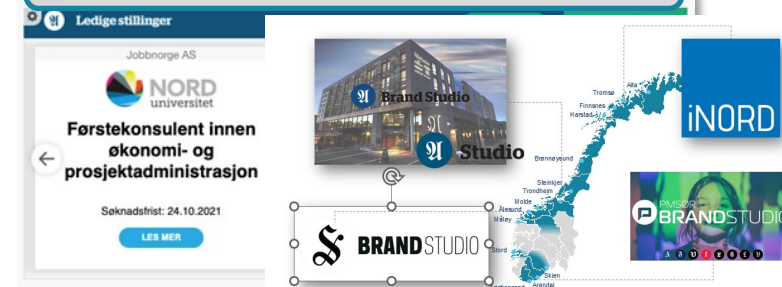
Styrke digital utviklingskraft og kompetanse

Økt satsing på bilde og lyd



Åpning av Polaris Media Streamcenter, sep 2021

Utvikling av digitale annonseprodukter



Forbedre redaksjonell innsikt og analyse av innhold

Felles enhet for redaksjonell utvikling er etablert

Styrking av data- og analysearbeidet innenfor brukemarked

Forbedre digitale verktøy og systemer

Store plattformløft i kjernesystemer innen alle fagområder

Investeringer for å styrke IT-sikkerheten i konsernet

Strukturell vekst ved oppkjøp og nyetableringer

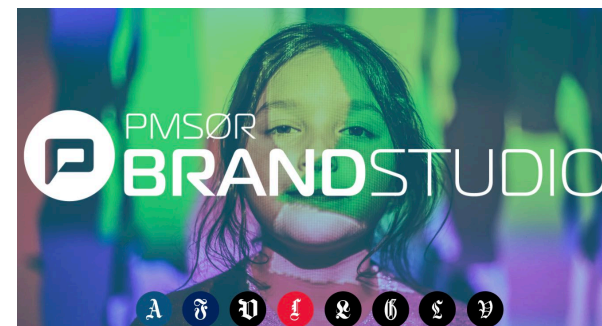
STEINKJER 24



våganavisa

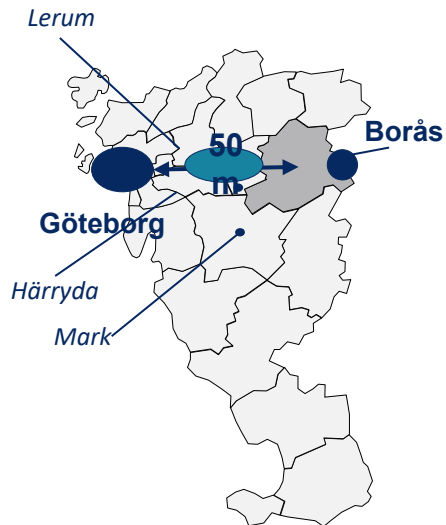


Alle regioner i PM Norge tar en tydeligere posisjon som rådgivere, og har ulike satsninger på byråttjenester og content



Stampen Media gjennomfører satsinger for videre vekst og for å befestе den sterke posisjonen i Vest-Sverige

GP starter redaksjon i Borås i fjerde kvartal. Borås er Vestkystens nest største by og har tett tilknytning til nabokommunene i Stampen Medias nedslagsfelt



Høy pendling mellom Borås og nabokommuner i Stampen Medias geografi

- Redaksjon med nyhetssjef og fem reportere er rekruttert
- Lansering i fjerde kvartal
- Målsetting om 5 000 nye abo. i 2024

Demografi



113 tusen
innbyggere



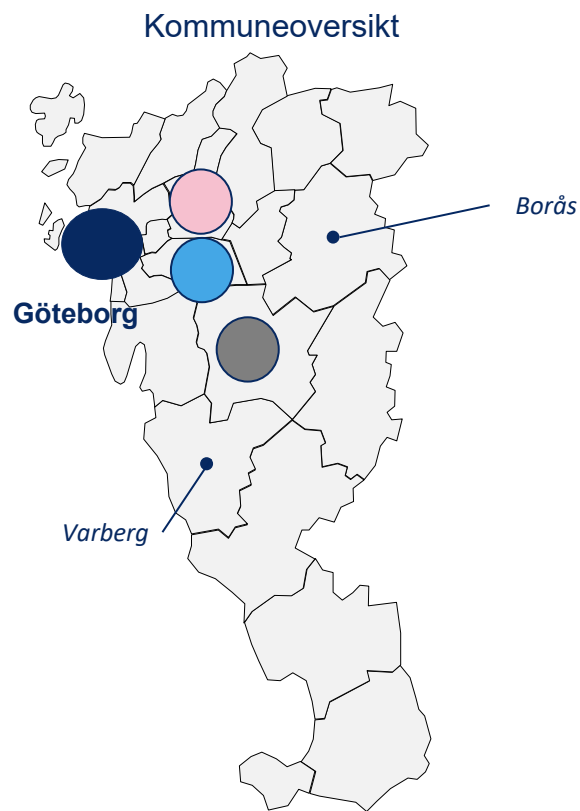
52 tusen
husholdninger

Ytterligere redaksjonelle satsinger i GP og synergier i lokale mediehus

- Daglige nyhetsshow podcast/radio med fire journalister starter i oktober
- Ytterligere satsing på prioriterte redaksjonelle områder i GP
 - Økonomi, utland, krim og nasjonale nyheter
- Utvikle GP som nasjonalt mediehus for vestsvensker med muligheter for bundling og samarbeid med lokale mediehus

Stampen Media skal etablere tre lokale abonnementsaviser i kommuner nær Gøteborg

Härryda, Mark og Lerum er tre viktige kommuner i Stampen Medias geografi



Kommune	 Antall innbyggere	Topp 3 dekningsposisjoner	Produktsatsing
 Härryda	38 300	#1 GP (34%) #2 Borås Tidning (1%) #3 Mölndals-Posten (1%)	Daglig nyhetssajt & 2 dgrs e-avis
 Mark	34 900	#1 Borås Tidning (27%) #2 GP (7%) #3 Hallands Nyheter (2%)	Daglig nyhetsajt & 2 dgrs e-avis
 Lerum	43 000	#1 GP (34%) #2 Alingsås tidning (1%) #3 Dagen (1%)	Transformasjon fra gratis til nyhetssajt med abonnement
Alle 3	116 000	-	

- Potensielt 15-20 000 nye abonnenter med muligheter for bundling med GP
- Styrker det digitale annonsetilbudet

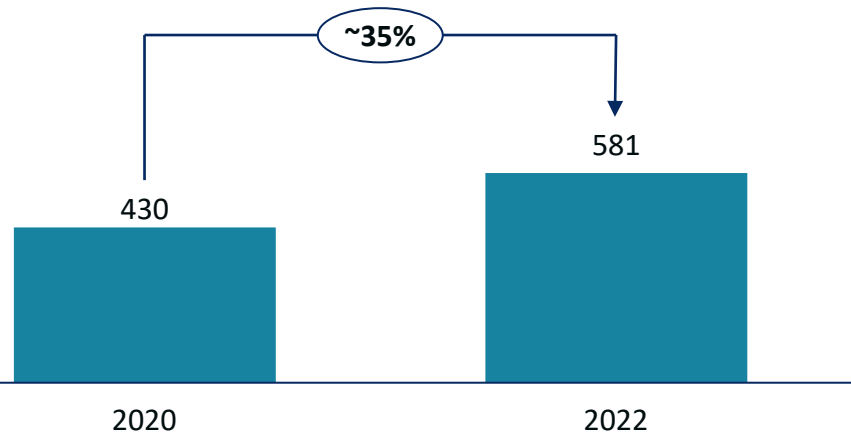
Konsernet fortsetter den strukturelle veksten – nye mediehus i 2022

The logo for Kulingen, featuring a stylized blue 'K' icon followed by the word 'Kulingen' in a bold, blue, sans-serif font.The logo for Gauldalsposten, consisting of the word 'GAULDALSPOSTEN' in a white, serif font, centered within a dark red rectangular box.The logo for Kyst og Fjord, featuring the words 'KYST' and 'FJORD' in a bold, blue, sans-serif font, with 'og' in a smaller, lighter blue font between them.The logo for Marsteinen, featuring the word 'Marsteinen' in a white, serif font, centered within a red rectangular box.

Polaris Media har avtalt å kjøpe ytterligere 14% i Polaris Media Sør som har realisert en klar bedring i resultatet siden oppkjøpet, på tross av en krevende koronasituasjon i 2020

Polaris Media Sør har vært en god investering for Polaris Media og selskapets aksjonærer

Verdsettelse av Polaris Media Sør i MNOK

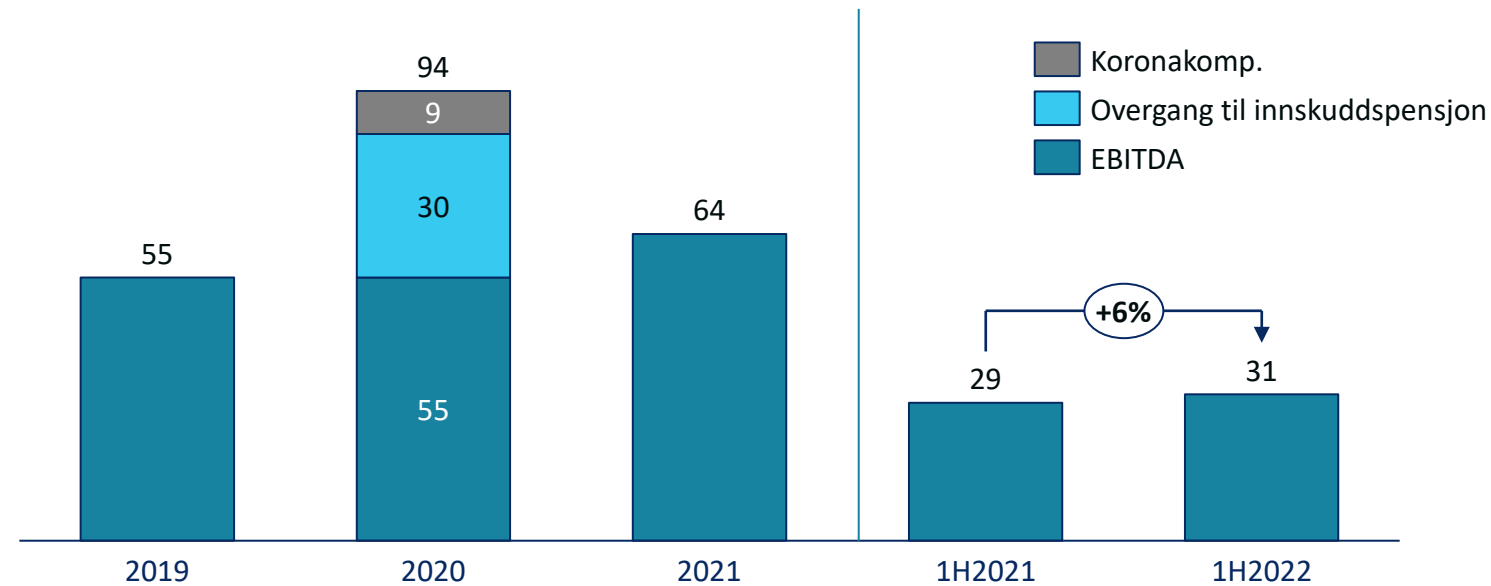


PM kjøpte 51% av PM Sør for MNOK 219

PM vil kjøpe ytterligere 14% av PM Sør for MNOK 81 til en multiplert på 6,5

God underliggende vekst siden oppkjøpet i 2020

EBITDA PM Sør 2019-1H2022 i MNOK



~8 %

10 %

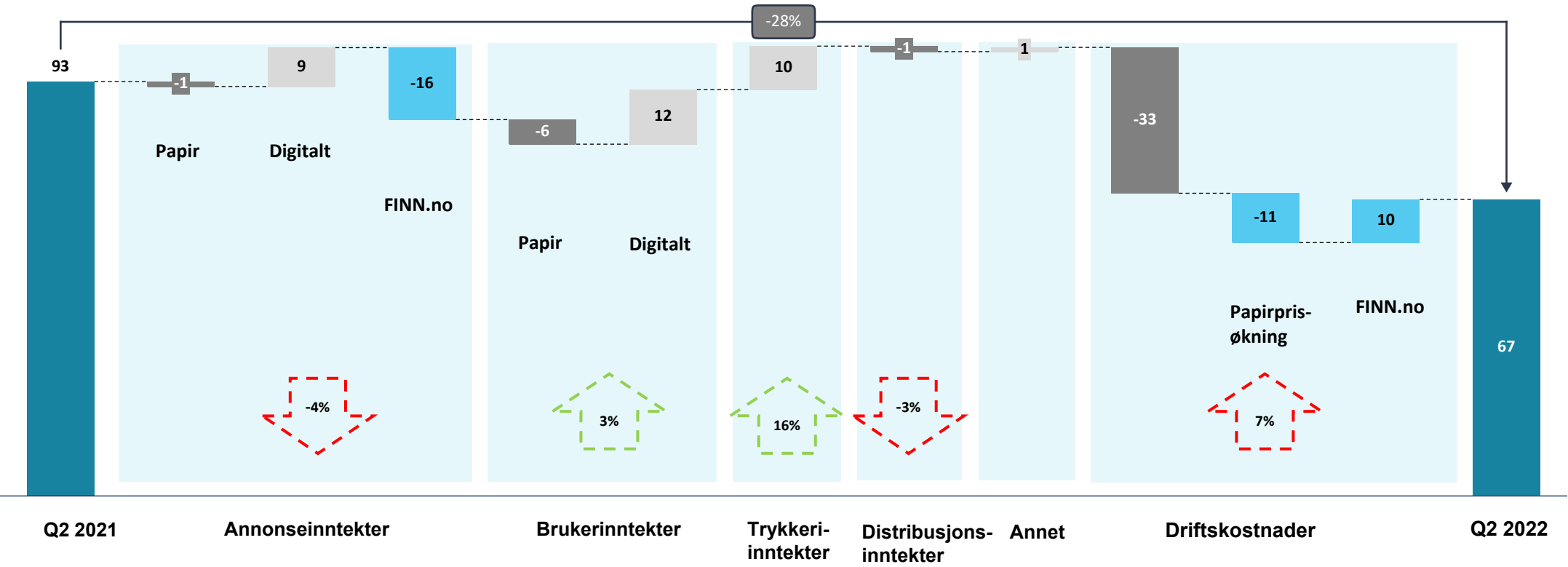
11 %

EBITDA-margin uten koronakomp. og engangseffekt pensjon

 PM Norge med resultatnedgang i andre kvartal drevet av bortfall av FINN.no-salgsavtale, økte papirpriser, generell pris- og lønnsvekst og satsinger på utvikling og teknologi

Utvikling EBITDA 2. kvartal 2022 vs. 2021

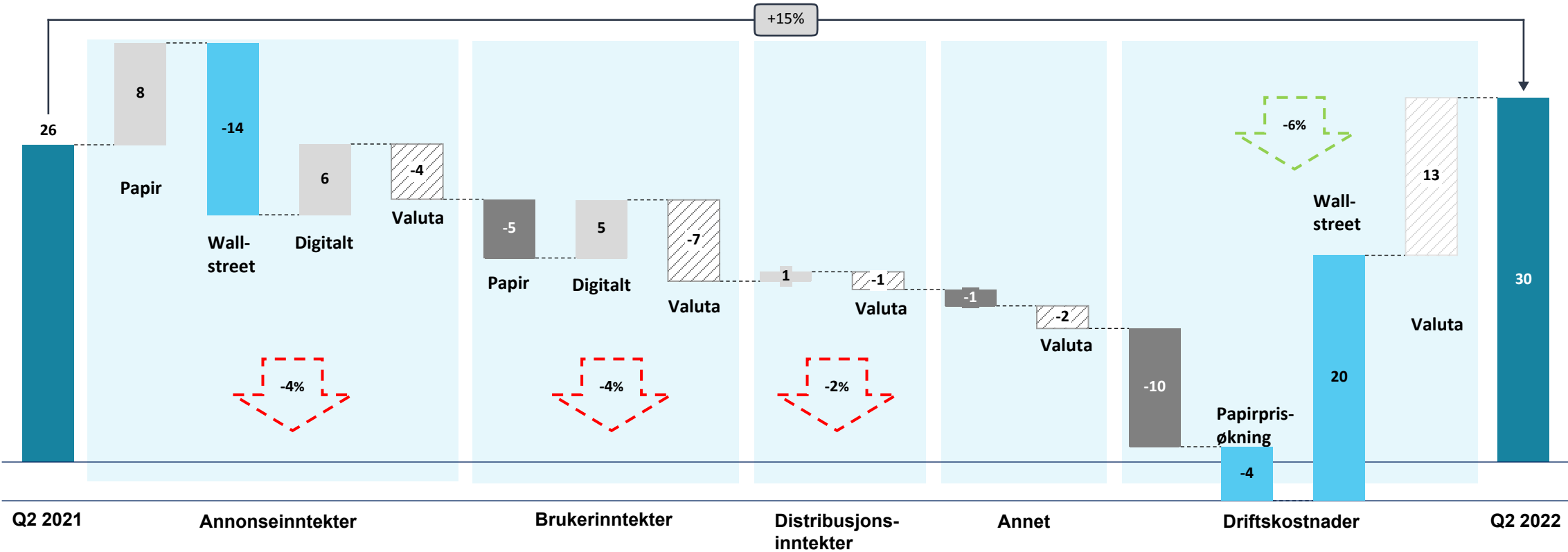
Tall i MNOK



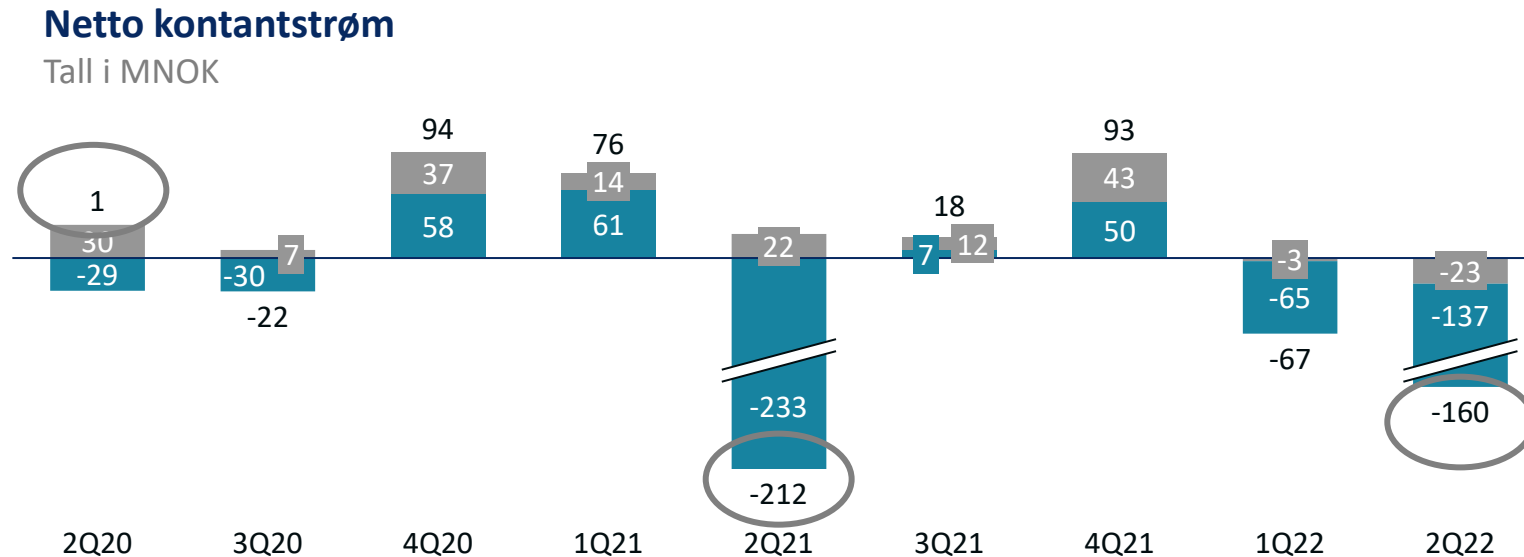
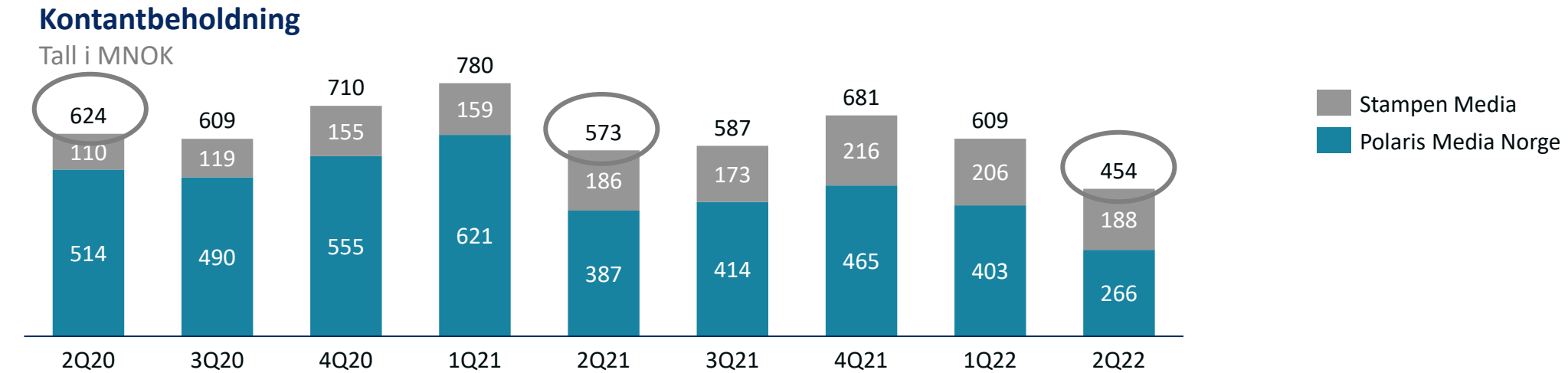
Stampen Media med resultatvekst i andre kvartal drevet av økte annonseinntekter (ekskl. Wallstreet)

Utvikling EBITDA 2. kvartal 2022 vs. 2021

Tall i MNOK

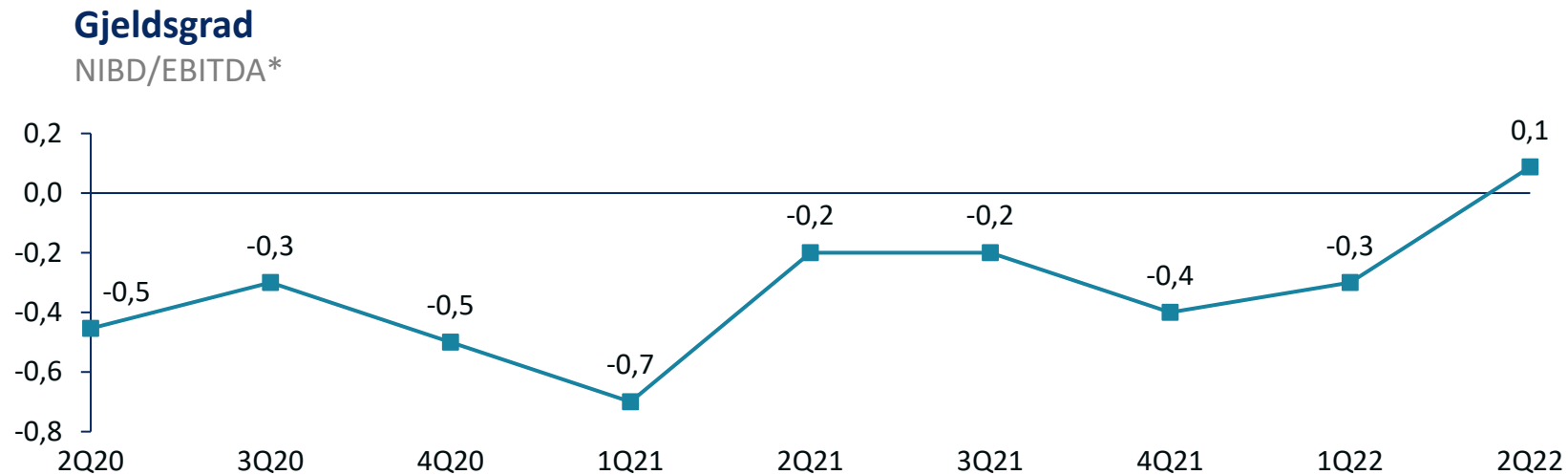


Nedgang i kontantbeholdning og negativ kontantstrøm i andre kvartal hovedsakelig som følge av utbetaling av utbytte

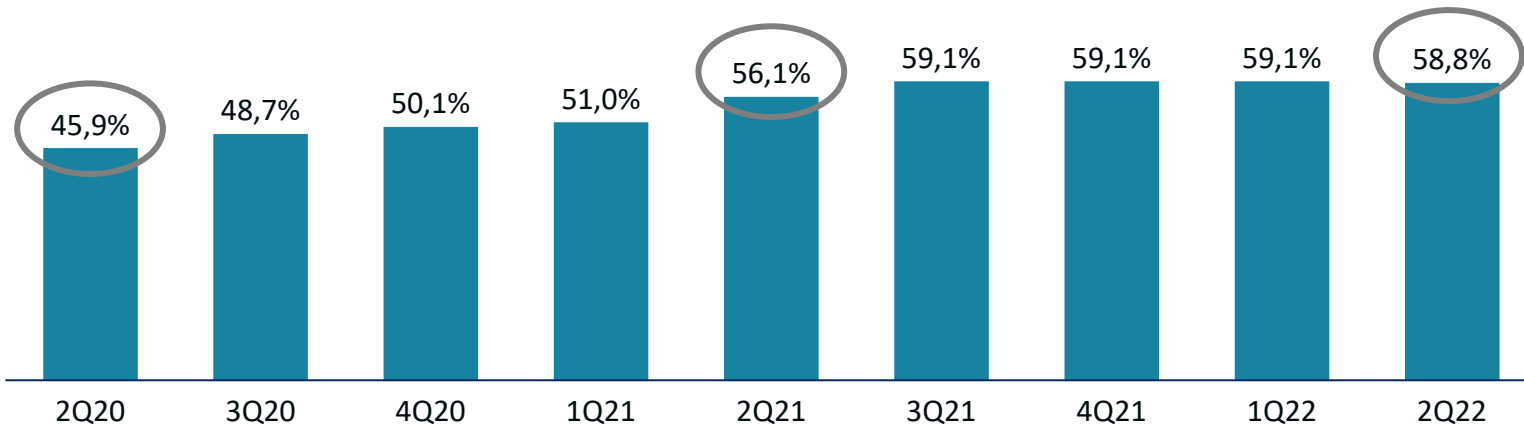


Netto kontantstrøm i andre kvartal 2022 er negativ som følge av utbetaling av utbytte på totalt MNOK 154. I andre kvartal 2021 betalte Polaris Media MNOK 252 for doubling av eierandel i Stampen Media til 70%.

Netto gjeld med økning i andre kvartal som følge av utbetaling av utbytte. Fortsatt solid egenkapitalandel

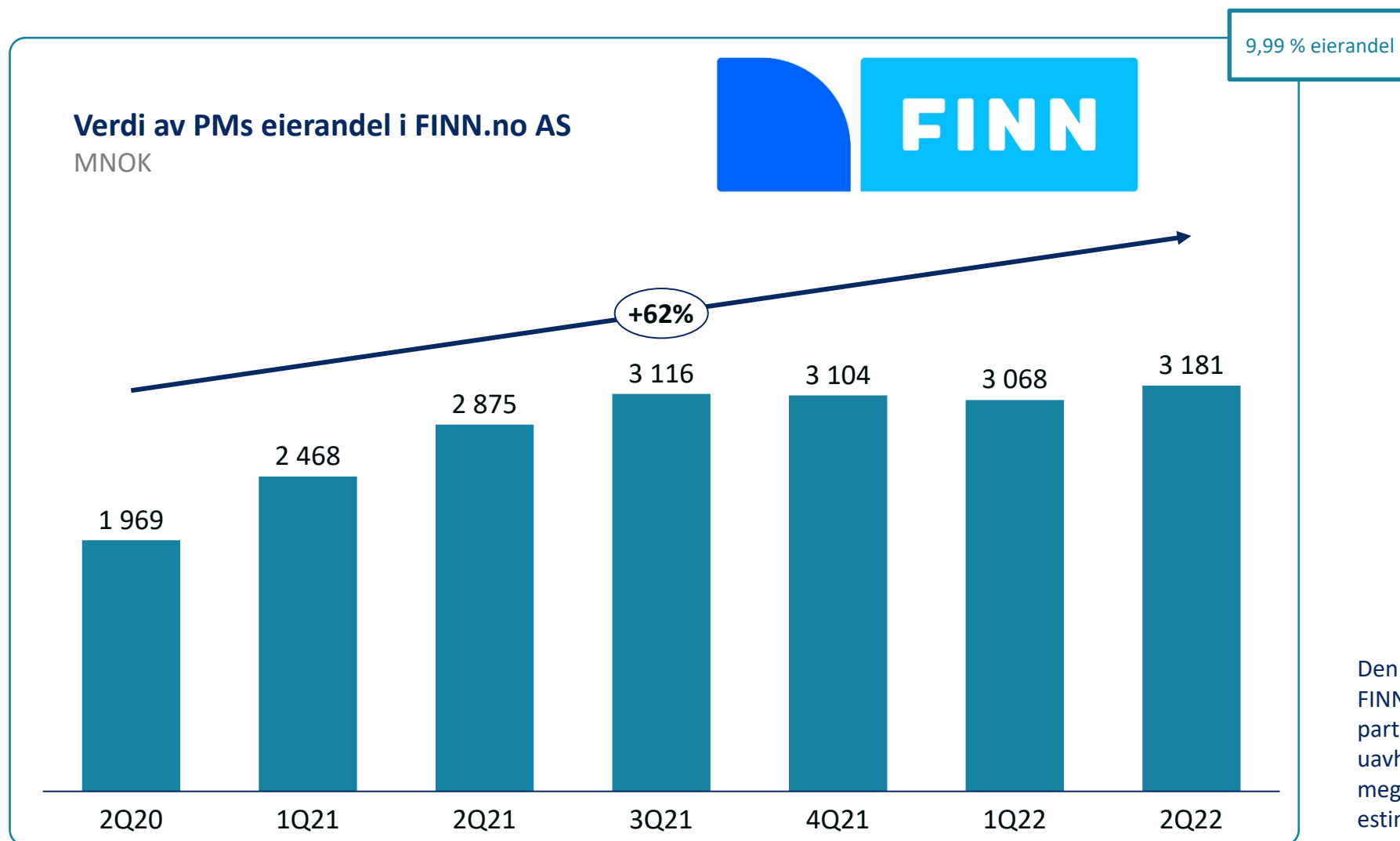


Egenkapitalandel



*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 3.181. Økning sammenlignet med forrige kvartal, og god vekst mot andre 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 185% 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
3.500 MNOK
(verdiestimat for PMs eierandel i FINN.no 3.181 MNOK)

Gjennomsnittlig dagskurs



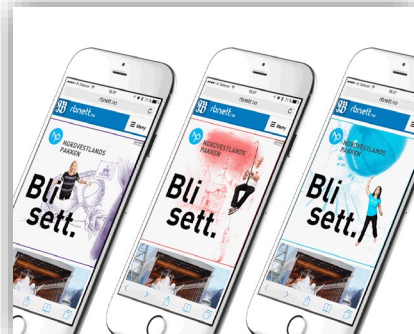
Utvikling fremover: Veksten i digitale inntekter forventes å fortsette, men usikkerhet knyttet til hvordan den makroøkonomiske utviklingen påvirker resultatutviklingen på lang sikt

Brukermarkedet



Fortsatt økning i brukerinntekter gjennom videre vekst i antall digitale abonnement, men usikkerhet knyttet til hvordan den makroøkonomiske utviklingen vil påvirke abonnementsinntektene fremover.

Annonsemarkedet



Gjenåpning av samfunnet i 2022 vil ha en positiv påvirkning på annonsemarkedet også i andre halvår. Salgsavtaler med FINN.no er ikke fornyet. I 2021 representerte FINN.no MNOK 62 i digitale annonseinntekter. Den geopolitiske situasjonen med krigen i Ukraina skaper usikkerhet og gjør utfallsrommet større.

Trykk



Reduserte inntekter fra tradisjonell avistrykk, vekst i siviltrykkinntekter. Økt papirpris påvirker inntektsnivået positivt, men negativ resultateffekt ettersom økning i inntekter ikke fullt ut kompenserer økning i papirkostnader.

Distribusjon



Det forventes at veksten i distribusjon av netthandelspakker vil være lavere i år sammenlignet med 2021. I tillegg påvirkes distribusjonsinntektene negativt av redusert antall distribuerte papiraviser.

Kostnader



Økte kostnader som følge av økt papirpris og satsinger innenfor teknologi og det redaksjonelle området for å sikre videre vekst i de digitale inntektsstrømmene.