



POLARIS**MEDIA**

Presentasjon av resultater 2. kvartal 2023

23. august 2023

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Jørgen Aune

Presentasjonen er tilgjengelig på polarismedia.no

POLARIS MEDIA befester sin posisjon som ledende mediehus- og trykkerikonsern

Polaris Media er et regionalt mediehus- og trykkerikonsern

Polaris Media etablerer seg i Sverige

Polaris Media ekspanderer til Sør- og Vestlandet

Polaris Media kjøper nye mediehus og øker eierandeler for å styrke sin posisjon

Polaris Media styrker posisjon i Vest

2018

2019

2020

2021-2023

2023



Polaris Media tar kontroll i svensk mediekonsern

Etter først å ha kjøpt kunden om ett svensk mediekonsern, har Adressa eier Polaris Media nå innngitt avtale om å kjøpe seg inn konsernet Stampen Media på den svenske vestkysten.



Adressa-eier etablerer mediehuskonsern på Sørlandet

Polaris Media i Trondheim gir sammen med Agderposten Møller om å starte et nytt regionalt mediekonsern i Agder.



Polaris Media kjøper opp majoritetsdelen av Mediehuset Sunnhordland

Polaris Media øker i Sverige - kjøper ut minoritetsaksjonærene i Stampen Media

Polaris Media, svenske NWT Gruppen og VU Media eier via konsernet PNV Media alle delene i Stampen Media.

Polaris Media øker sin eierandel i Polaris Media Sør til 87,5 %

14.7.2023 kl 11:00 CEST | [Publisert](#)

De

Agderposten Medier har innlåst salgsposisjoner på 22,5 % aksjene i Polaris Media Sør med virkning fra 14. juli 2023. Polaris Media øker dermed sin eierandel i Polaris Media Sør fra 65 % til 87,5 %.

Sunnhordland

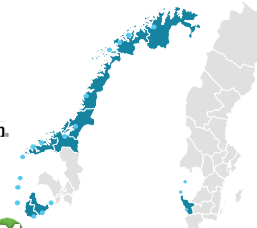
Strilen Vestnytt

Bygdanytt.

Askøyværingen.

ØYPOSTEN

Randaberg 24



2023

- Kjøp av majoritetsposisjon (51%) i seks lokale mediehus på Vestlandet
- Kjøpt ut minoritetsaksjonærene i Mediehuset Sunnhordland
- Økt eierandel i Polaris Media Sør fra 65% til 87,5%



POLARIS MEDIA befester sin posisjon som ledende mediehus- og trykkerikonsern

Etter gjennomføring av oppkjøpene 1. oktober 2023:



79 mediehus
(61 i Norge og 18 i Sverige)



7 trykkerier
6 distribusjonsselskaper



Ca. 620 000 abonnement,
hvorav ~350.000 heldigitale*



~250 mill. månedlige sidevisninger*



~ 3,7 mrd. i omsetning*

Hovedpunkter andre kvartal 2023

- Underliggende EBITDA¹ på MNOK 78, en nedgang på 20% fra samme kvartal i 2022
- Styrket lønnsomhet fra første kvartal, med 8% EBITDA justert-margin
- Fortsatt svakt annonsemarked grunnet makroøkonomiske forhold
- Vekst i brukerinntekter drevet av 10% vekst i antall heldigitale abonnement
- God kostnadskontroll og økende besparelser fra effektiviserings-tiltak – med underliggende kostnadsvekst² på kun 1%
- Stabil verdiutvikling på eierandelen i FINN.no. Verdien estimeres til NOK ~3,1 mrd. ved utgangen av andre kvartal
- Utbetalt utbytte på NOK 1,50 per aksje



¹ EBITDA justert for engangseffekter

² Nøytral valutakonvertering SEK/NOK med valutakurser per 2023

Meget god abonnementsutvikling i Adresseavisen...



Ren maktdemonstrasjon

Han kom med inderlighet og ble møtt med hengiven allsang. For slutt rakk publikum også å stifte bekjentskap med kjæresten Peder fra Kyrksæterøra og Little Amal.



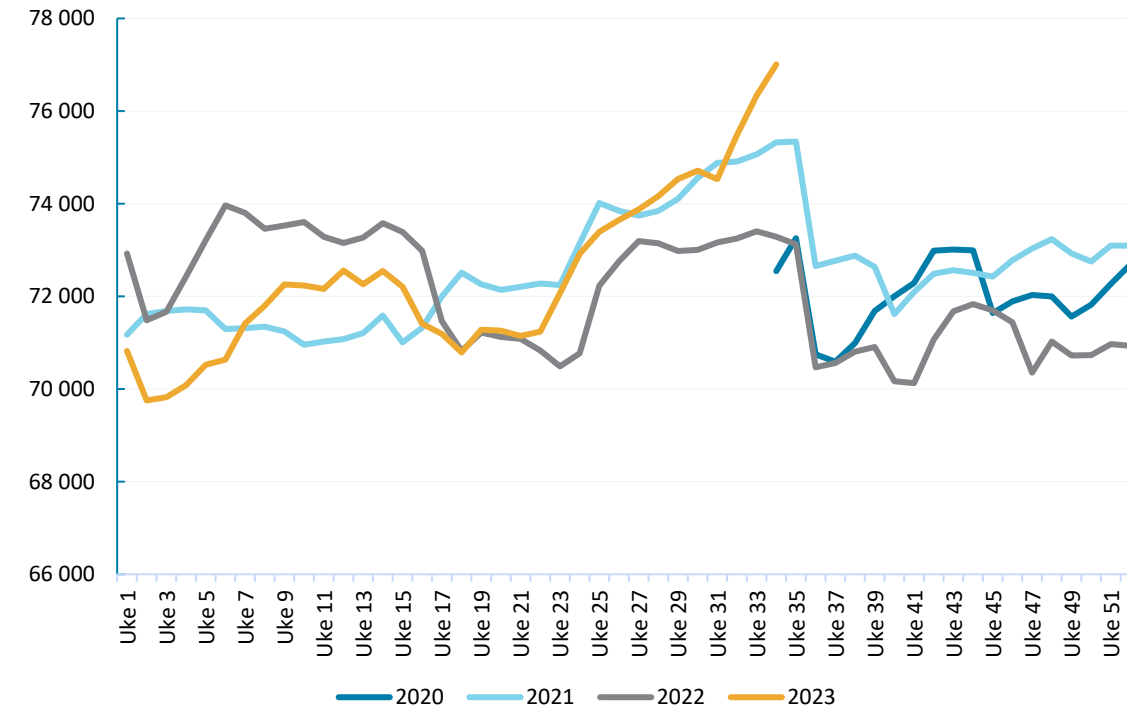
Sondre Justad regjerte over den fullsatte Borggården lørdag kveld.

Fullt trøkk og strykere som ga gåsehud

Det var bulder og brak, men også vakre, stillferdige orkesterklanger. Bare en musiker med usedvanlig spennvidde får til noe slikt.



Antall abonnenter



...og i Fædrelandsvennen

Fædrelandsvennen

Nyhetsstudio Nyheter Sport Magasin Tips oss

AK

Byen vår

Forskjellene i Kristiansand er store. Mellom fattig og rik. Mellom dem med mye og lite utdanning. Mellom dem som er i jobb og dem som mottar trygd. I Kristiansand er fortsatt barnefattigdom et stort problem. I serien «Byen vår» blir du bedre kjent med alle bydelene.



1. BILDER

– Vi er jo bare «sappelfolk», så hvorfor ikke?



2. BILDER

Kirsten (75) – Hvor pokker blir det av alt vi betaler?



3. BILDER

– Når jeg hadde hull i stavlene sa jeg ofte ikke noe til mora mi, for jeg visste at vi ikke hadde råd til mye



4. BILDER

Peker på nedgang: – Viser at tiltakene –



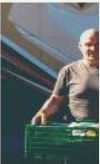
5. BILDER

Nå henter folk som du og jeg gratis



6. BILDER

Svarer om fattigdom: – Det har blitt et



7. BILDER

– Det er jo på grunn kommer her, trygd.

HVA HAR POLITIKERNE GJORT MED KOMMUNALE BOLIGER?

Før valget i 2019 la vi fram forskning som viste negative nabolageffekter ved å plassere mange kommunale boliger samme sted. I Kristiansand hadde områder som Flekkerøy, Ytre Randsund og Tveit nesten ingen slike boliger, mens på Tinnheia, i Kvadraturen/Eg og Grim, hadde mange. Vi spurte da ordførerkandidatene for de ulike partiene hva de ville gjøre for å spre disse boligene bedre. Nå i 2023 ser det ikke ut til å være noen større spredning, og vi spør derfor de samme politikerne:

Hva har ditt parti faktisk gjort i denne perioden?



Jan Oddvar Skisland
AP





Marte Rostvåg Ulltveit-Moe
MDG

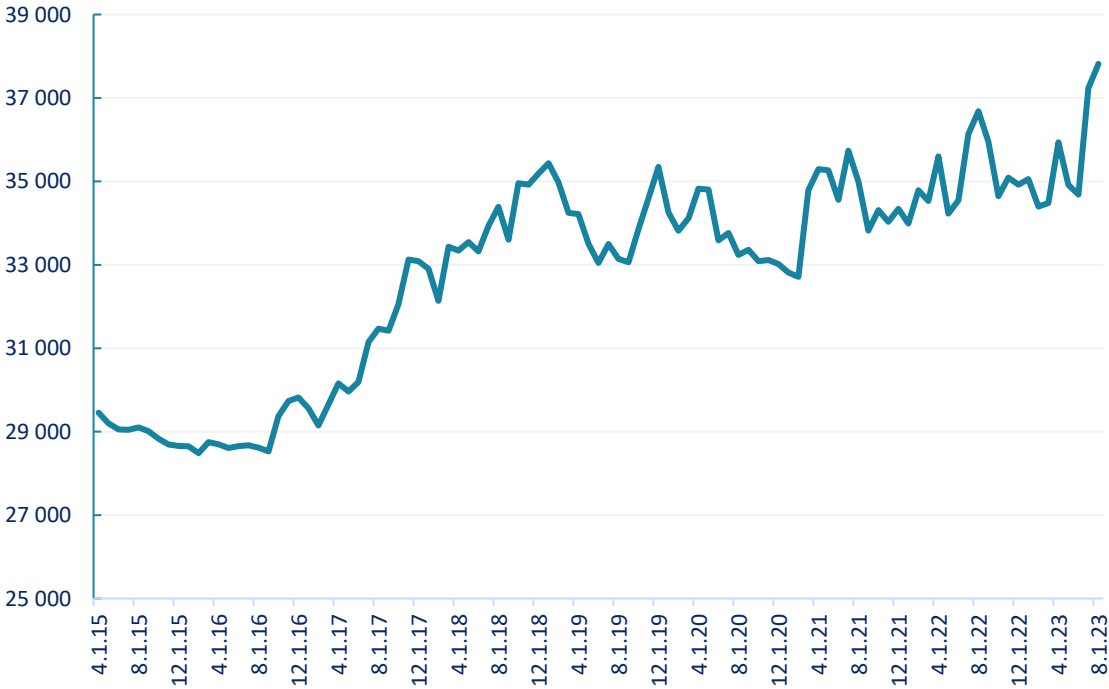




Vidar Kleppe
KLEPPELISTA



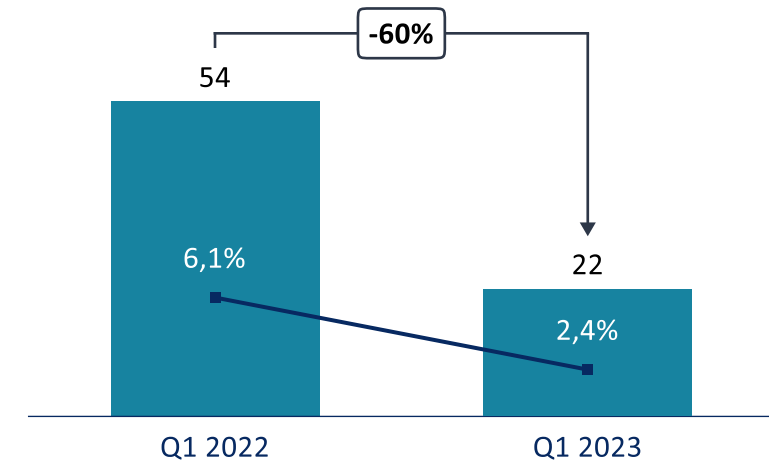
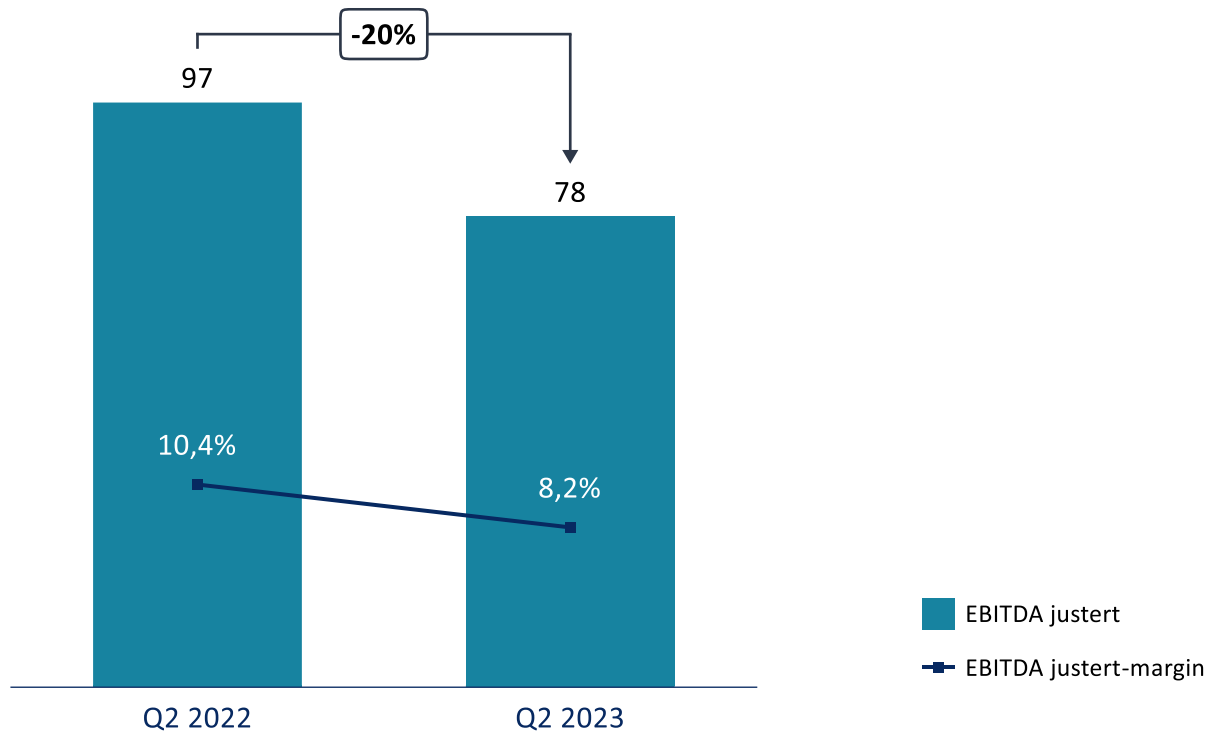
Antall abonnenter



Bedret resultatutvikling sammenliknet med første kvartal

EBITDA justert¹

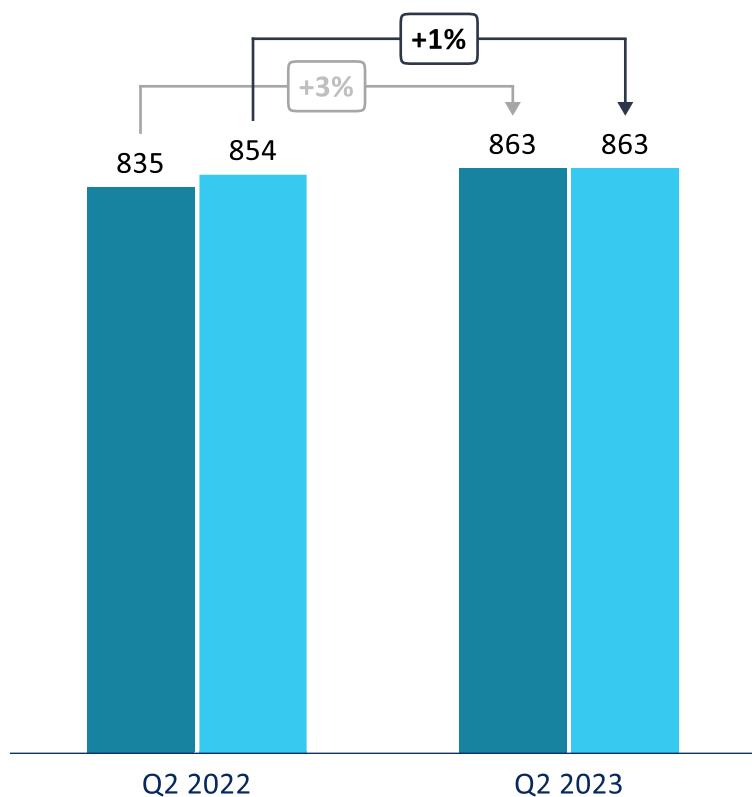
MNOK



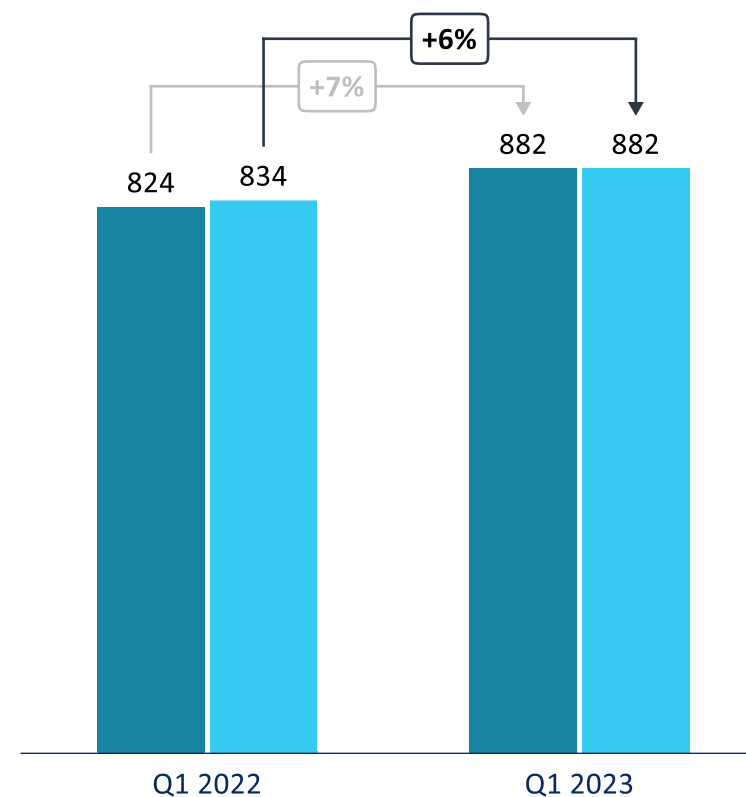
Relativ resultatforbedring grunnet vesentlig lavere kostnadsvekst, med kun 1% økning i underliggende kostnader¹

Driftskostnader

MNOK



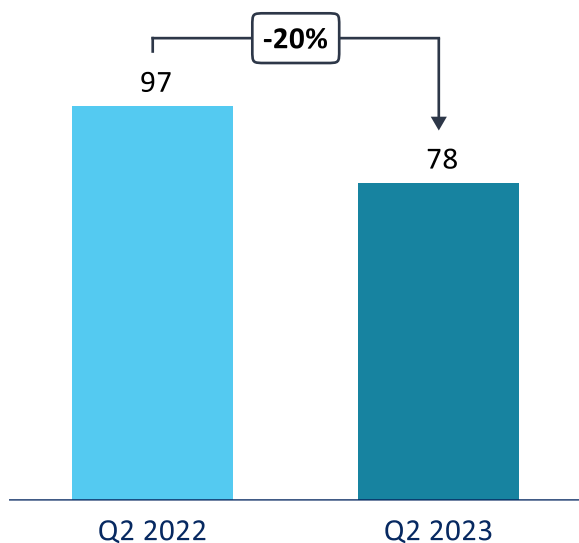
■ Driftskostnader
■ Driftskostnader eks. valutaeffekter



Resultatsvekkelse mot fjorår drevet av svakere utvikling i de norske mediehusene og trykkeri- og distribusjonsvirksomheten

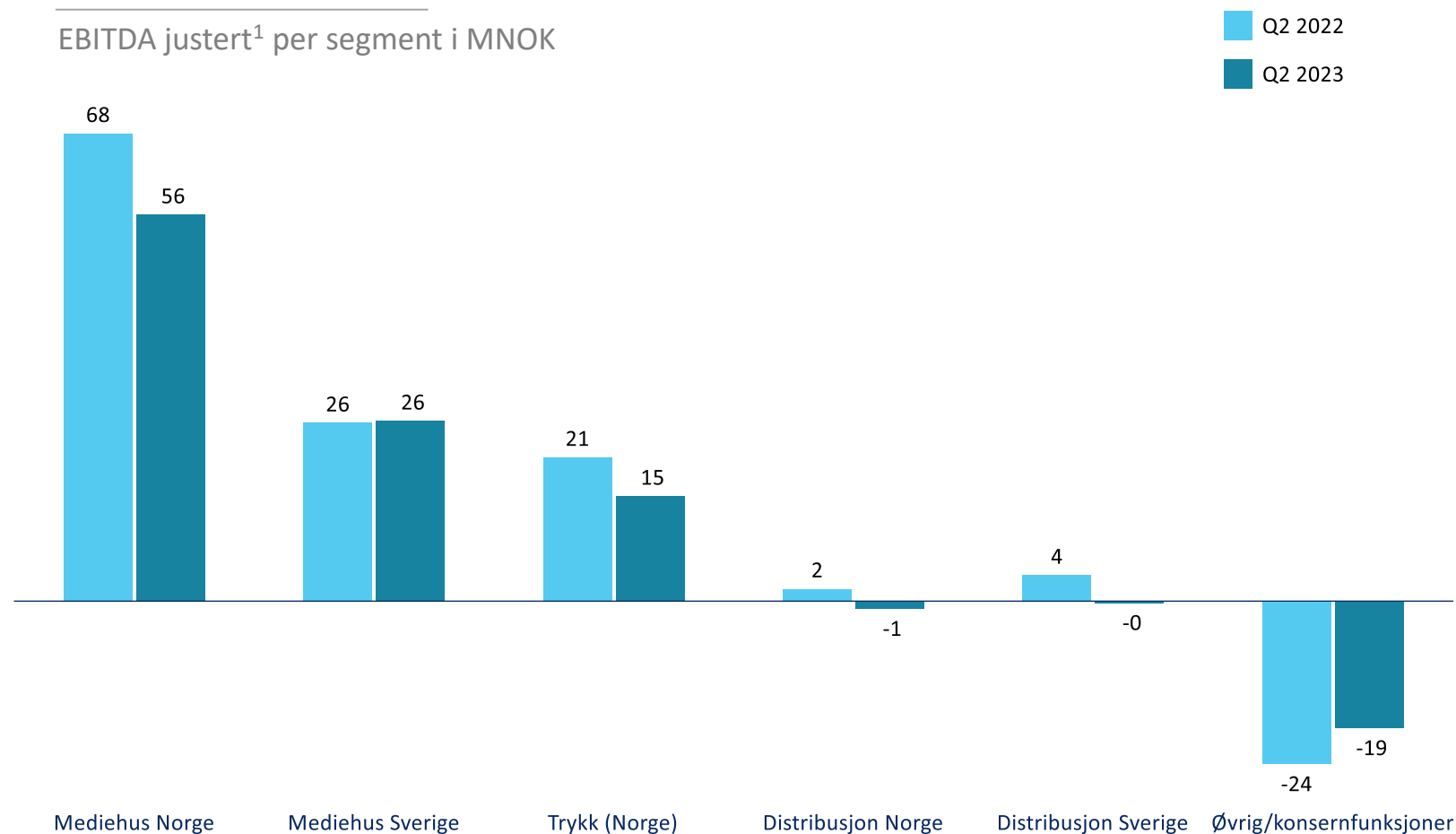
Polaris Media Konsern

EBITDA justert¹ i MNOK



Polaris Media Konsern

EBITDA justert¹ per segment i MNOK

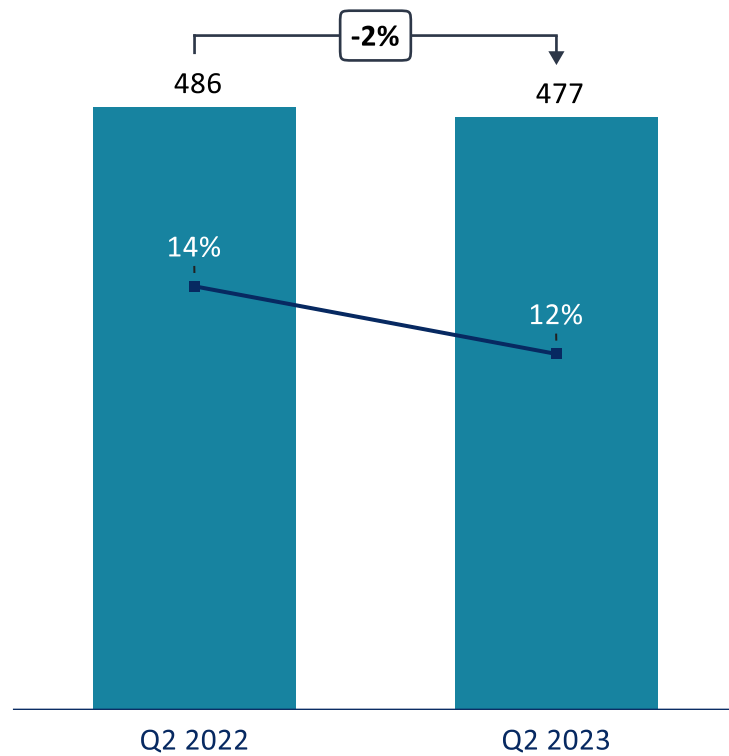


Reduserte inntekter¹ i mediehusene i begge land



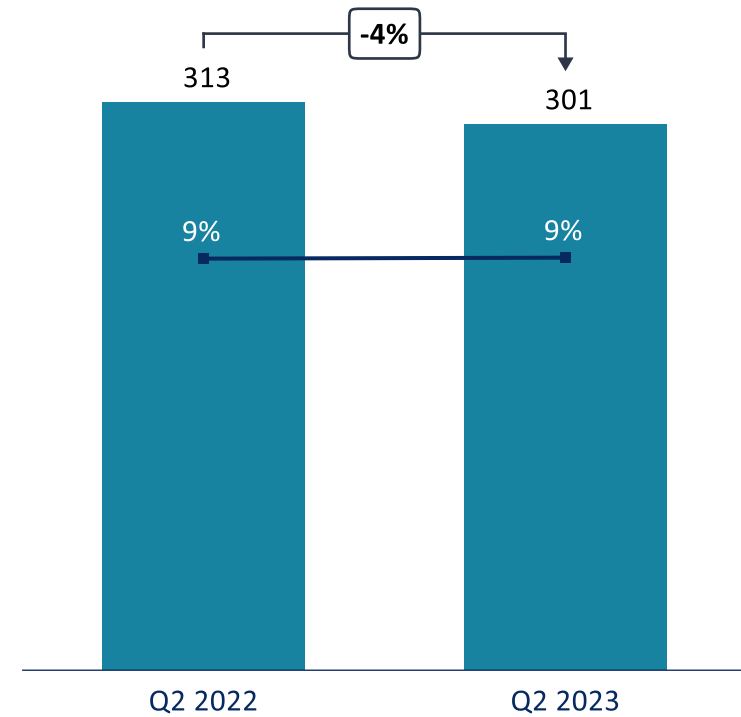
Mediehus Norge

MNOK



Mediehus Sverige

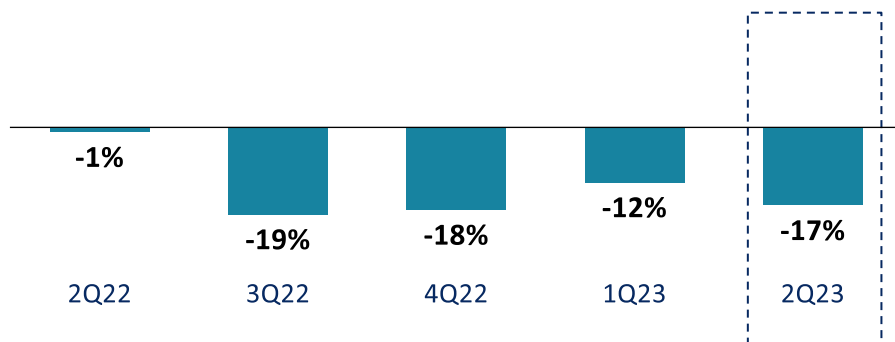
MSEK



PM Norge: Fortsatt nedgang i annonsemarkedet

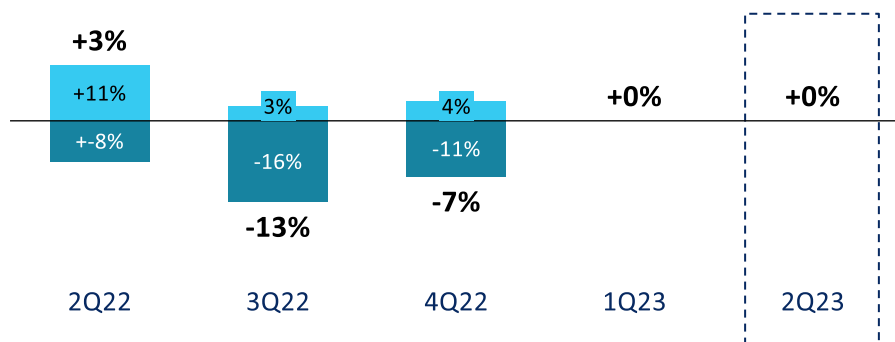
Papirbaserte annonseinntekter

Relativ utvikling fra samme kvartal året før



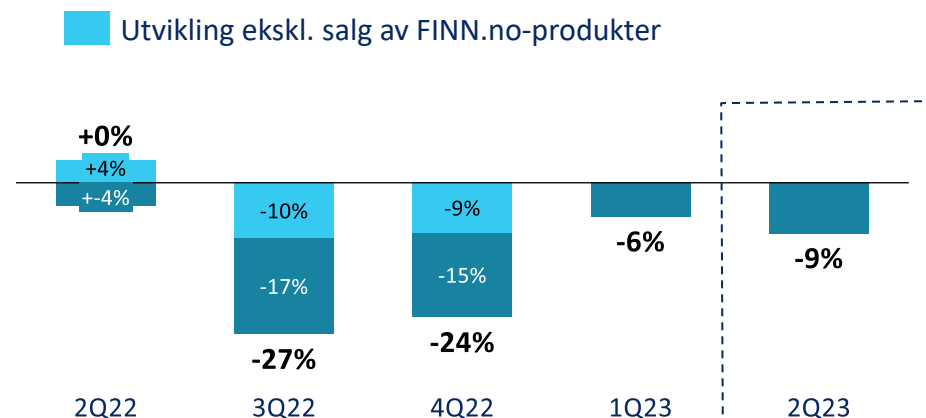
Digitale annonseinntekter

Relativ utvikling fra samme kvartal året før

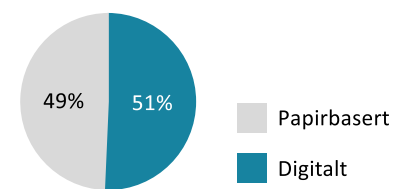


Totale annonseinntekter

Relativ utvikling fra samme kvartal året før

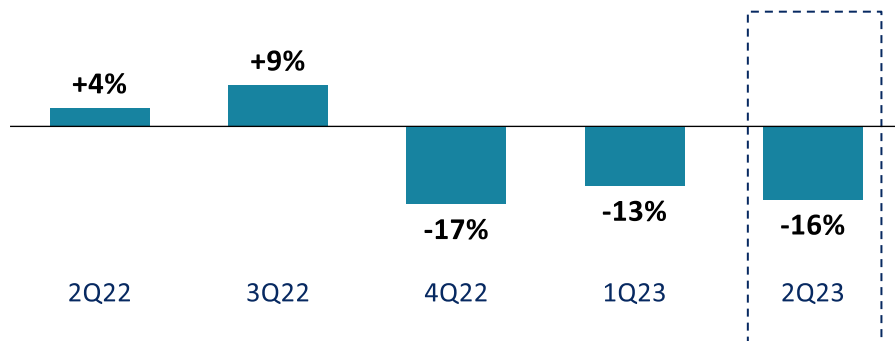


Andel totale annonseinntekter

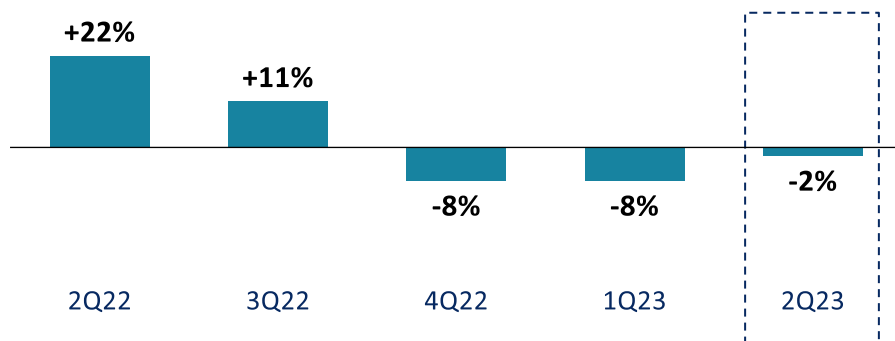


Stampen Media: Fortsatt svakt annonsemarked

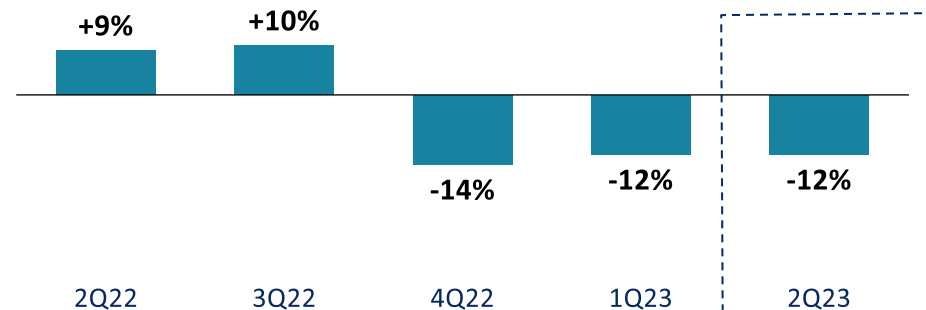
Papirbaserte annonseinntekter
Relativ utvikling¹ fra samme kvartal året før



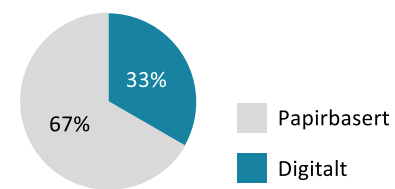
Digitale annonseinntekter
Relativ utvikling¹ fra samme kvartal året før



Totale annonseinntekter
Relativ utvikling¹ fra samme kvartal året før



Andel totale annonseinntekter

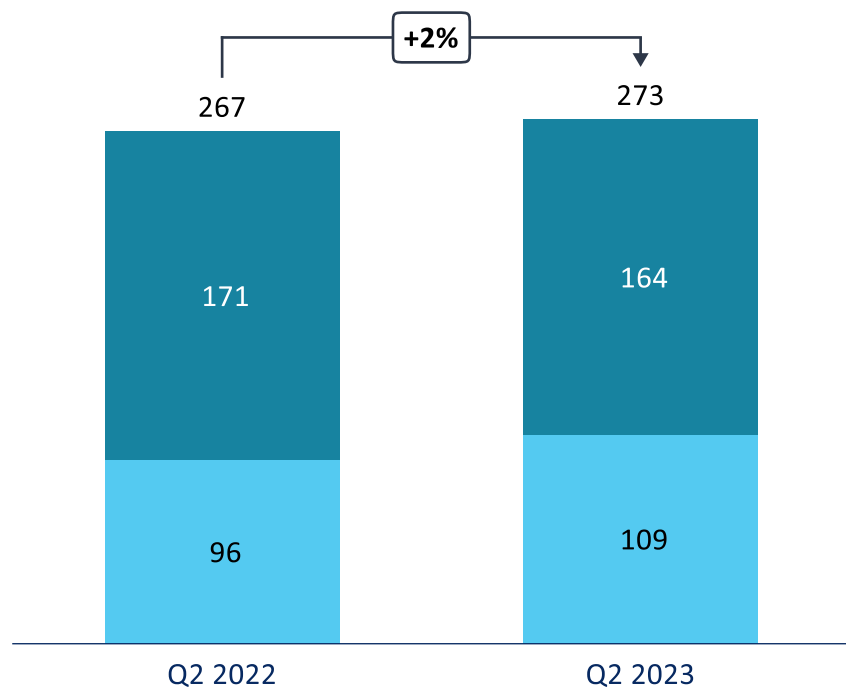


Vekst i brukerinntektene i Norge og stabil utvikling¹ i Sverige



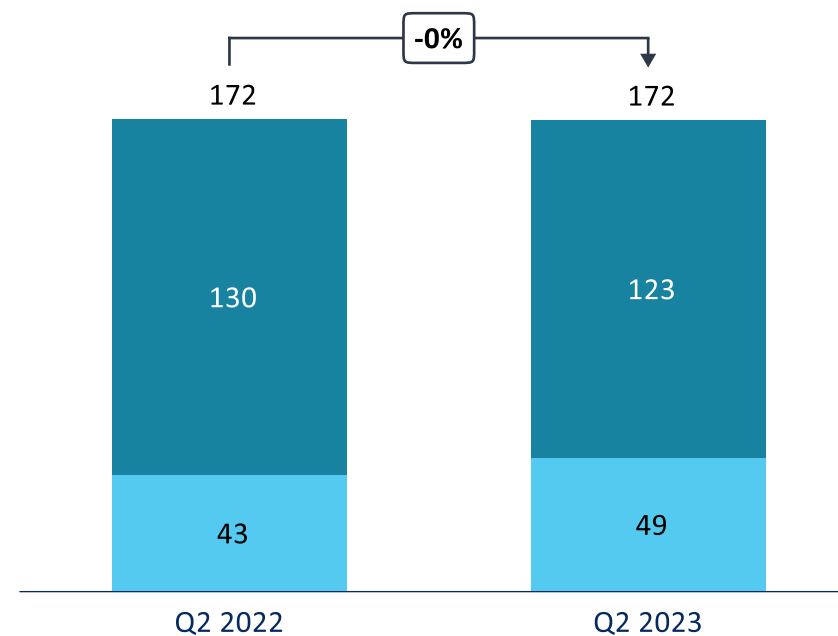
Brukerinntekter Norge

MNOK

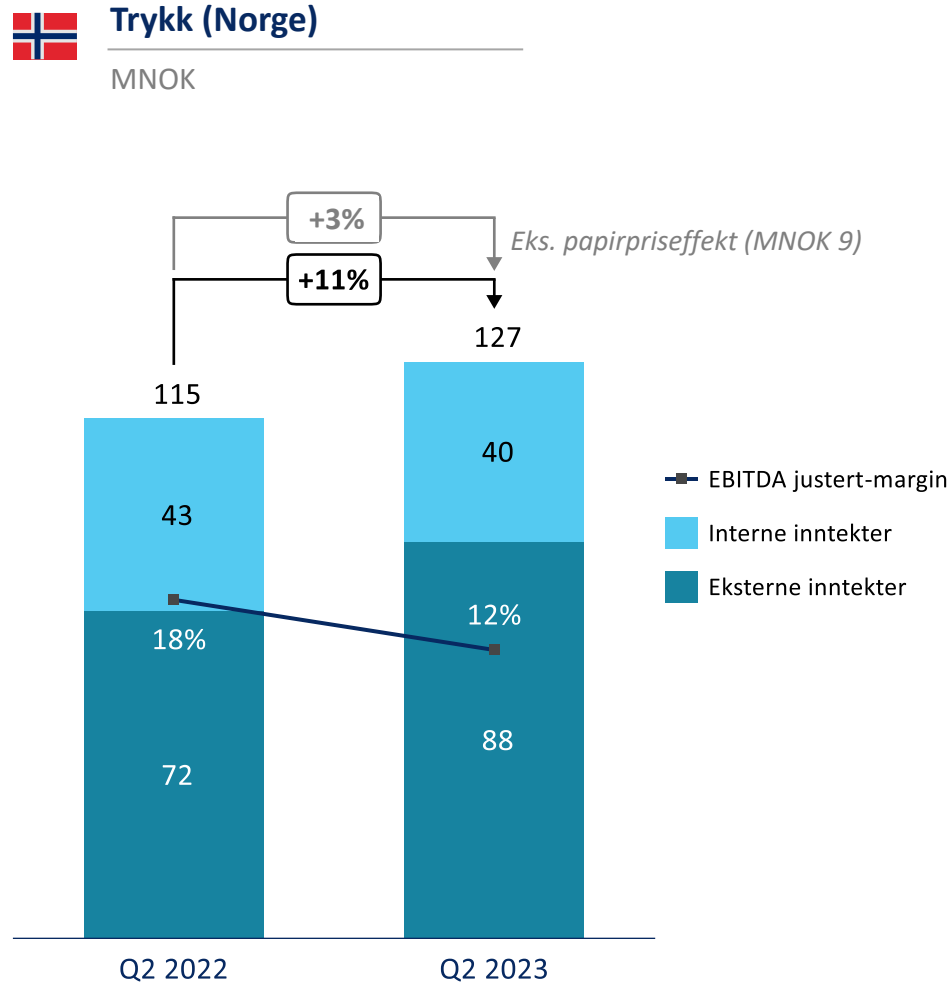


Brukerinntekter Sverige

MSEK



Økte trykkeriinntekter drevet av høyere papirpriser og økt siviltrykkvolum

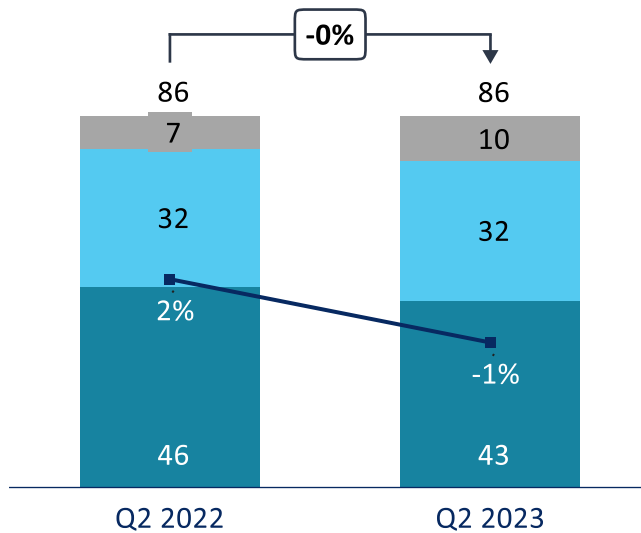


Stabile inntekter i den norske distribusjonsvirksomheten, med sterk vekst i distribusjon av netthandelspakker. Reduserte inntekter i Sverige



Distribusjon Norge

MNOK

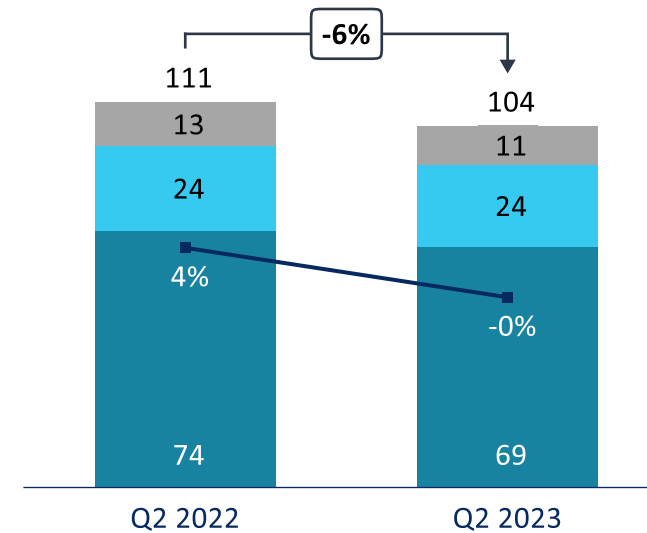


- EBITDA-justert margin
- Inntekter netthandelspakker
- Øvrige eksterne inntekter
- Interne inntekter



Distribusjon Sverige

MSEK



helthjem
polaris distribusjon

+38%¹

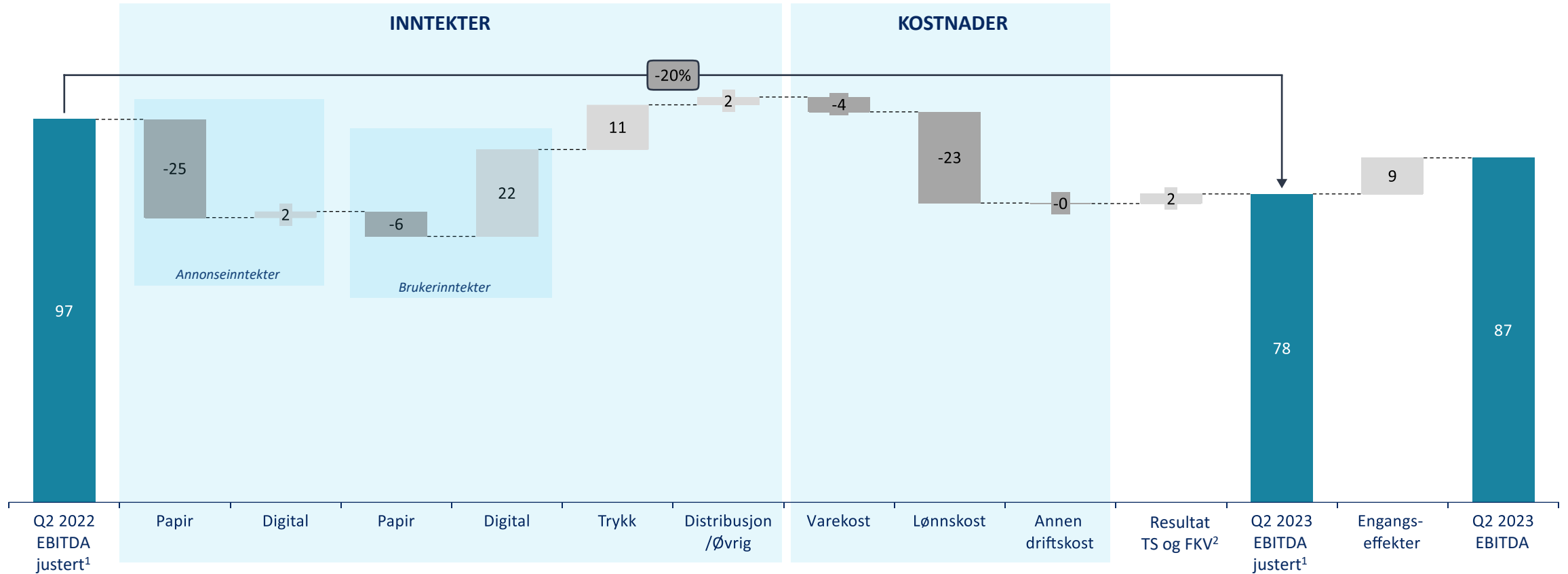


-12%²

Resultatnedgang som følge av reduserte annonseinntekter og svak kostnadsvekst

EBITDA – Utvikling 2.kvartal 2023 vs. 2022

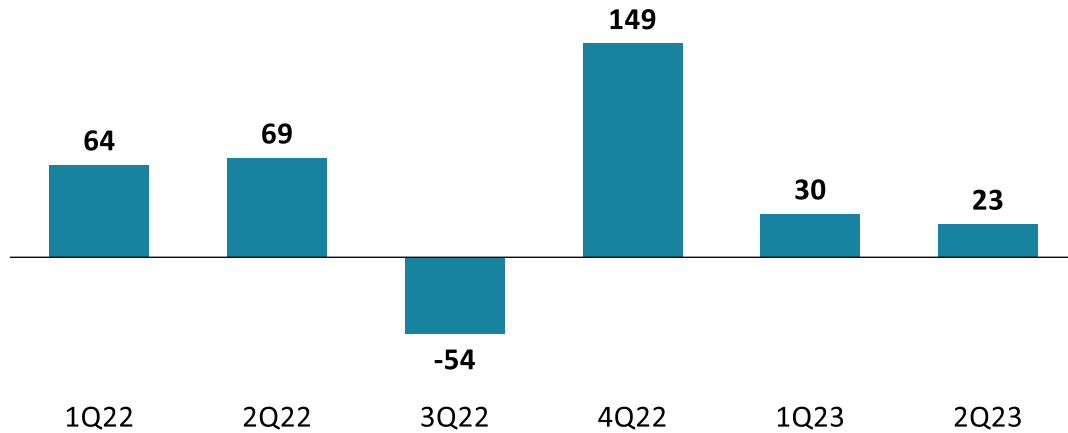
MNOK



Redusert kontantbeholdning drevet av svakere operasjonell kontantstrøm

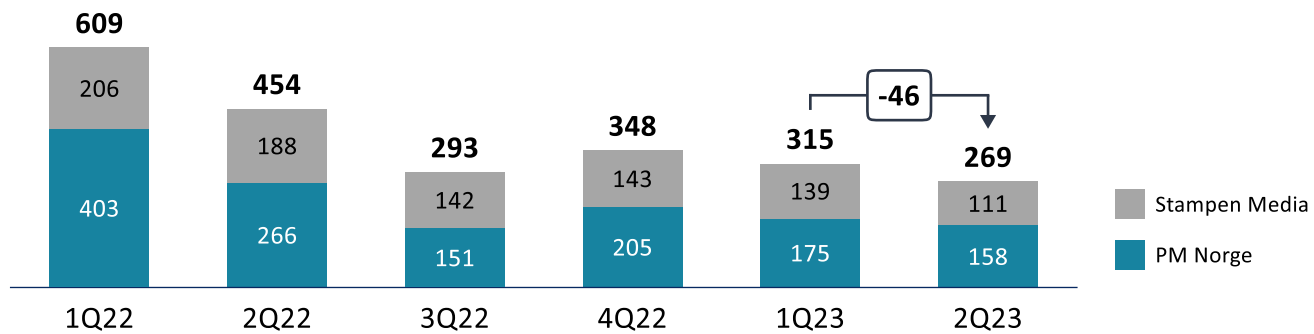
Kontantstrøm fra driftsaktiviteter

MNOK



Kontantbeholdning

MNOK



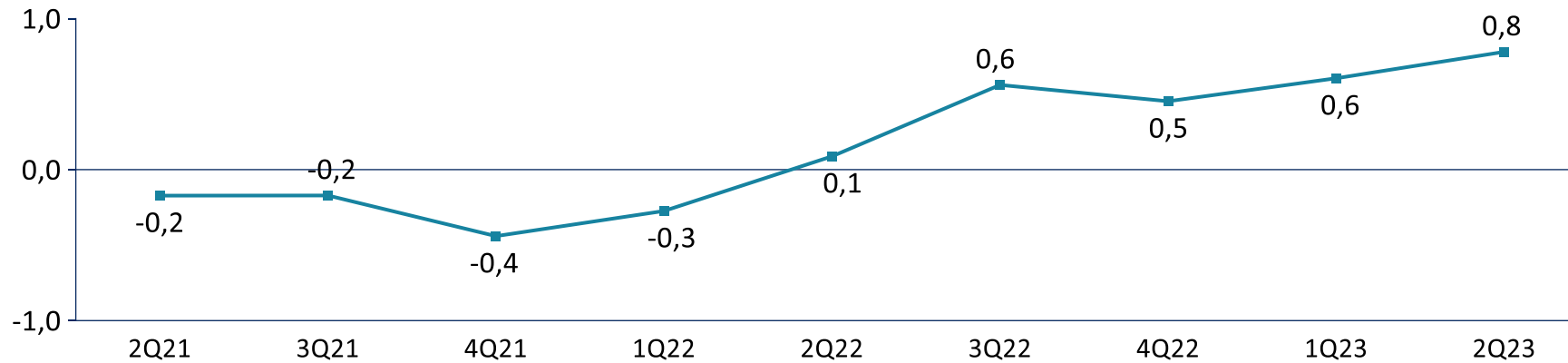
Kontantstrømoppstilling

MNOK

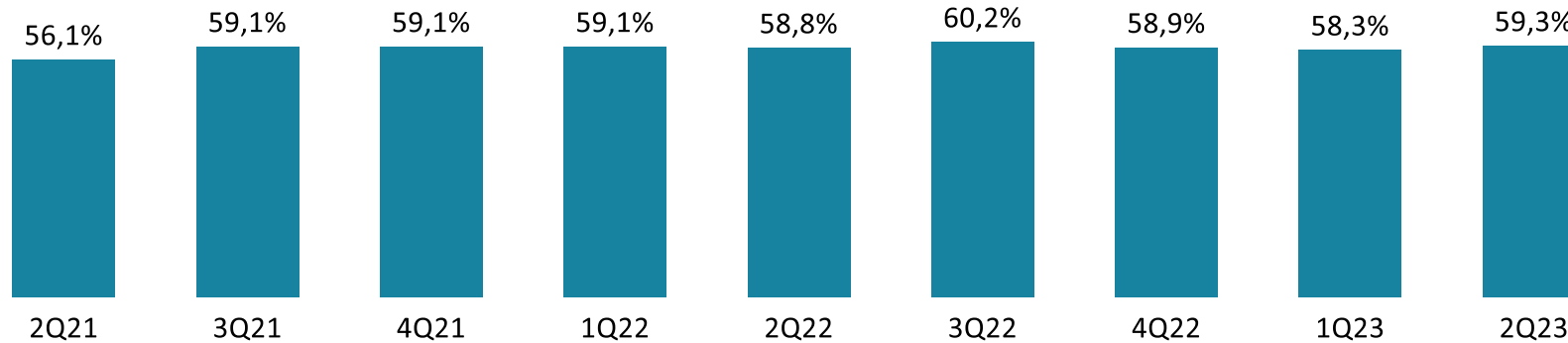
	2Q23	2Q22
Kontantstrøm fra drift	23	69
Kontantstrøm fra investeringsaktiviteter	73	-35
- herav mottatt utbytte fra FINN.no	89	0
Kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter	-139	-194
- herav utbetalt utbytte fra PM ASA	-74	-147
Netto kontantstrøm	-43	-160
Omregningsdifferanse og IB oppkjøpt virksomhet	-2	6
Endring kontantbeholdning	-46	-155

Fortsatt sterk finansiell stilling med lav NIBD/EBITDA-ratio og solid egenkapital

NIBD/EBITDA*



Egenkapitalandel



*EBITDA er summen av EBITDA fire siste kvartal justert for IFRS 16-effekter, engangseffekter og utbetalt utbytte fra FINN.no, i henhold til definisjon i av betingelser (covenants) i låneavtalene

Sterkt kostnadsfokus under krevende rammebetingelser

- Vekst i abonnementsinntekter drevet av økning i heldigitale abonnement
- Annonsemarkedet er under vedvarende press, med særlig krevende rammebetingelser i Sverige
- Iverksatte kostnadsbesparende tiltak, inkludert bemanningsreduksjon på ~ 100 årsverk, gir gradvis effekt i 2023 og 2024
- Med bakgrunn i markant nedgang i det svenske annonsemarkedet, iverksettes et ytterligere effektiviseringsprogram i mediehusene i Sverige. De norske mediehusene viderefører kostnadsbesparende tiltak
- Trykkerivirksomheten har iverksatt et større arbeid med et effektiviseringsprogram inkludert vurdering av strukturendringer
- Distribusjonsvirksomhetene i Norge og Sverige er i gang med effektiviseringsprosesser for å møte endrede rammebetingelser

