

Resultatpresentasjon pr. 2. tertial 2010

11. oktober 2010



Agenda

- 1. Innledning og gjennomgang av agenda**
v/styreleder Kaare Frydenberg
- 2. Overordnede utviklingstrekk pr. 2 tertial 2010**
v/administrerende direktør Terje Tandberg
- 3. Produkt – og trafikkutvikling for Budstikka.no**
v/ansvarlig redaktør Andreas Gjølme
- 4. Resultat pr. 2. tertial 2010**
v/økonomidirektør Mari Espelin
- 5. Oppsummering**
v/administrerende direktør Terje Tandberg

2. Overordnede utviklingstrekk pr. 2. tertial 2010



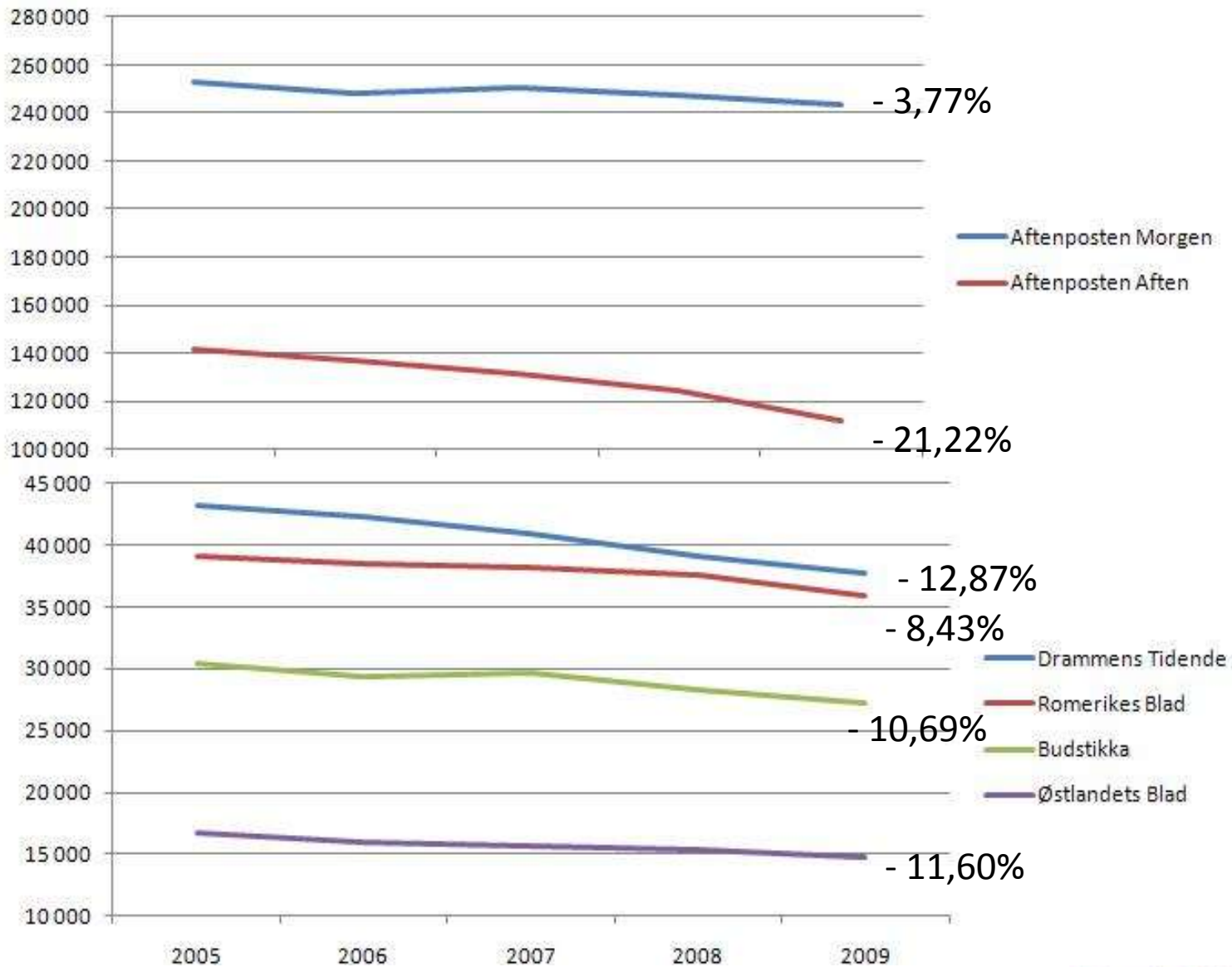
Hovedtrekk pr. 2. tertial

- Forbedret resultat etter skatt
- Vesentlig økning i driftsresultat
- Vekst i driftsinntektene på 5 %
- Andel digitale inntekter 10 %

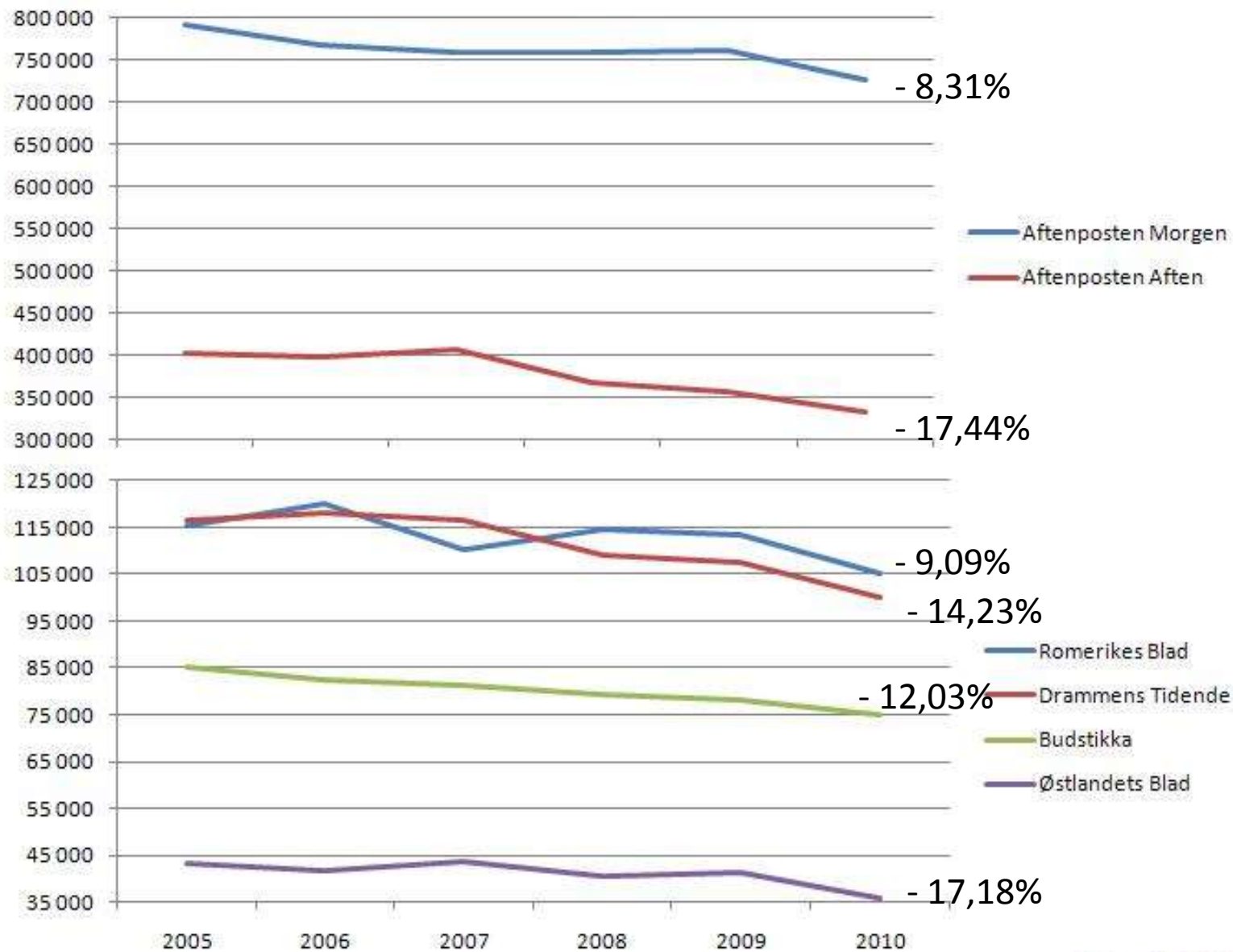
Utviklingstrekk i markedet

- Asker og Bærum et attraktivt marked
- Økende konkurranse fra gratisaviser
- Ny lokal-tv kanal under etablering
- Sosiale medier både en konkurrent og en mulighet

Opplagsutvikling 2005 – 2009 nærliggende aviser



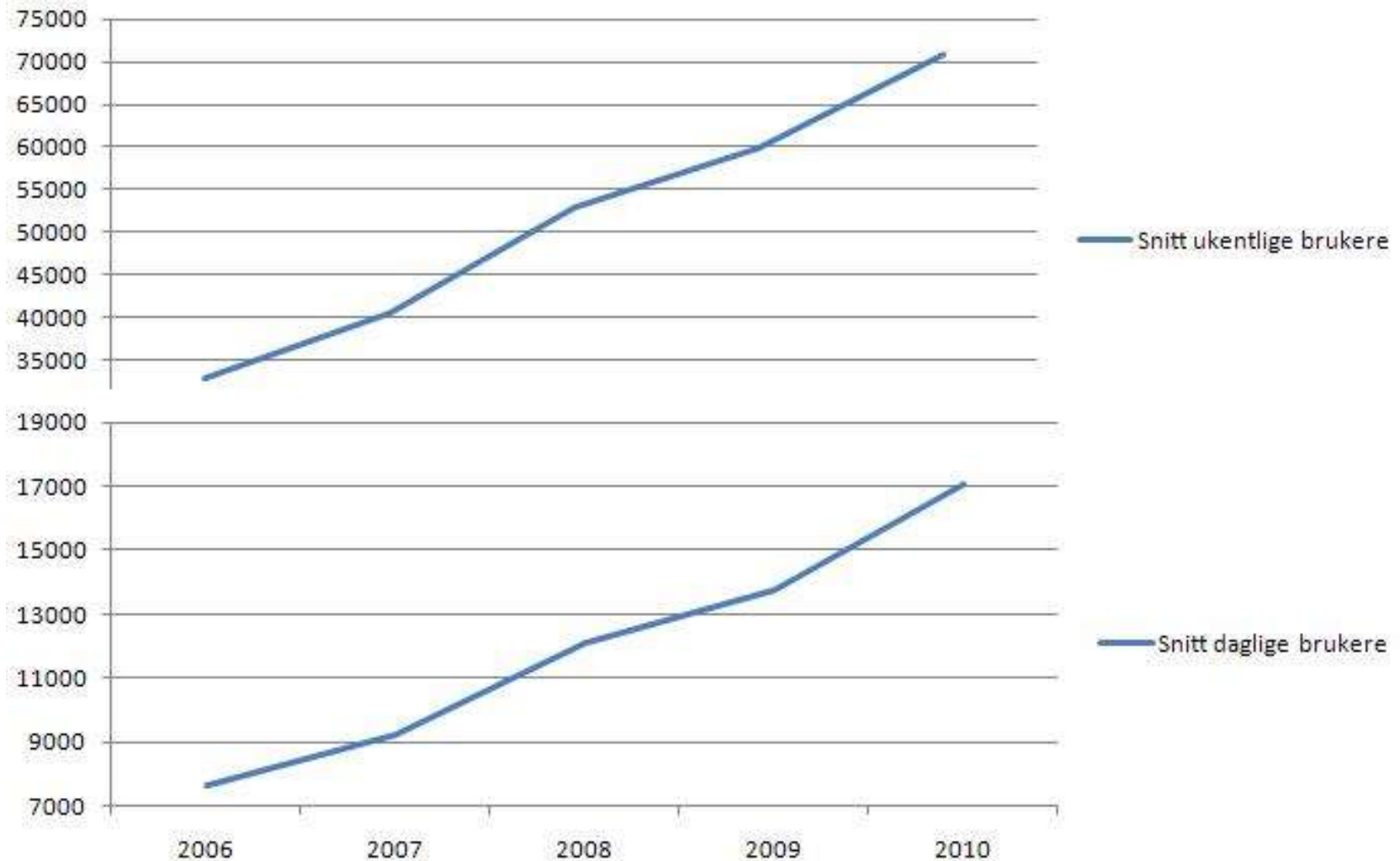
Lesertallsutvikling F&M 2005/2 – 2010/2 nærliggende aviser



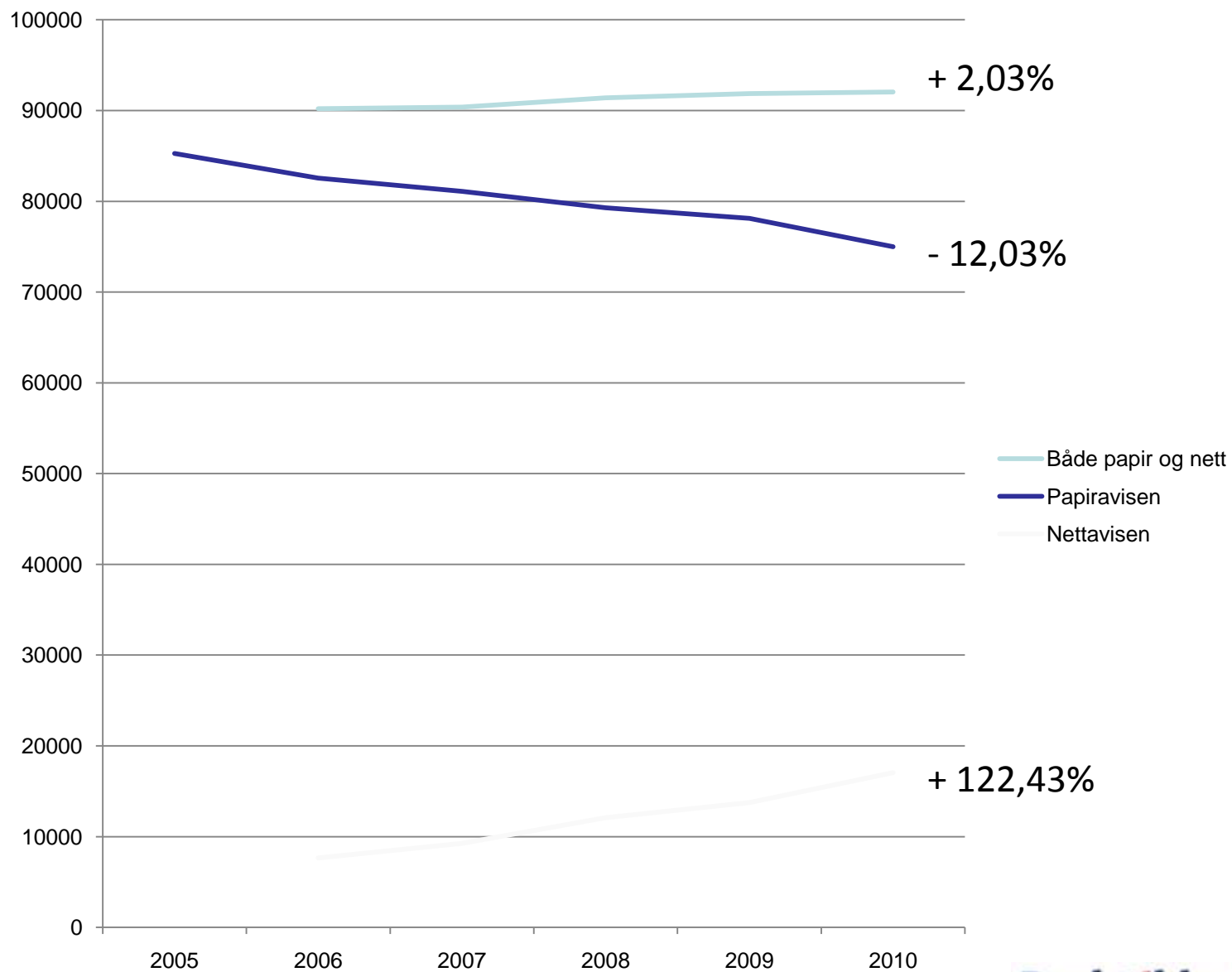
Overordnede utviklingstrekk siste 5 år – opplag og lesertall

- Norsk dagspresse i en fallende opplagstrend
- Budstikka gjør det litt bedre enn sammenlignbare aviser
- Lesertallene følger i store trekk opplagstallene
- Vår utfordring å gjøre det best mulig i forhold til tyngdekraften i markedet
- Opplagsutvikling på -600 eks. pr. 2. tertial
- Produktutvikling og markedsføring stadig viktigere

Utvikling brukere på Budstikka.no aug.06 – aug.10



Budstikka på papir og nett



Overordnede utviklingstrekk

Veksten i digitale brukere gir tre inntektsmessige utfordringer og muligheter:

1. Utvikle annonseinntektene i forhold til brukere (annonseomsetning pr. 1.000 nettbrukere i forhold til 1.000 avislesere)
2. Utvikle andre inntekter fra næringsdrivende med utgangspunkt i nettets fortrinn (for eksempel guider, tjenestetorget.no)
3. Utvikle brukerbetaling for relevante tjenester og produkter (i forhold til spesialinteresser, digitalt arkiv, klubbkonsepter etc.)

Overordnede utviklingstrekk - Tjenestetorget AS

- Ervervet 66,7 % av aksjene i Tjenestetorget AS i april
- Tjenestetorget.no det ledende nettstedet for sammenligning og kjøp av tjenester på anbud
- Selskapet står på egne ben, samtidig som vi utvikler en lokal utgave av Tjenestetorget på budstikka.no
- Driftsinntekter 4,9 mill. pr. 2. tertial (2,9 mill. i fjor)
- Driftsresultat 0,7 mill. pr. 2. tertial (0,2 mill. i fjor)
- Bidrar til å utvikle digitale inntekter utover annonseinntekter – flere digitale inntektsben å stå på

3. Produkt- og trafikkutvikling for Budstikka.no



Leser/brukertallsutvikling siste år pr. 2. tertial 2010

Avis:

- Pr. 2. kvartal 2010: 75.000 daglige lesere (- 2')
- Pr. 1. kvartal 2010: 77.000 daglige lesere (- 1')
- Pr. 2. kvartal 2009: 78.000 daglige lesere

Samlet nedgang på ett år –3.000 lesere (-3,8 %)

Nett:

- August 2010: 17.045 unike brukere
- August 2009: 13.761 unike brukere

Vekst fra august til august siste år 3.284 brukere (+24 %)

Lesertallsutvikling siste år – nærliggende aviser

- Aftenposten morgen: -4,9 %
- Aftenposten Aften: -6,4 %
- Romerikes Blad: -7,1 %
- Østlandets Blad: -12,2 %
- Drammens Tidende: -7,4 %
- **Budstikka: -3,8 %**

Nødvendig nettvekst

- Fall i avislesning krever vekst på nettet
- Målet er å ta posisjonen som Asker og Bærums mest brukte nettsted
- Ny utgave av Budstikka.no er på tegnebrettet. Lanseres i 2011
- Men vi trenger vekst også nå.....

Redaksjonelt 4-punkts program for nettvekst

1: Bildeserier

- Åtte nye bildeserier i uken. Nærhet til arrangementer og mennesker. En bildeserie kan gi opptil 100.000 treff

2: Frontredigerer

- Frontredigerer styrer nyhetsbilde. Skal gi sakene større oppmerksomhet
- Lenking gir mer-bruk av nettet

3: Nasjonale nettsteder

- Redaksjonen arbeider daglig med å få nyheter distribuert gjennom nasjonale nettsteder

4: Ungdomsside

- Ny ungdomsside fødes i siste kvartal. Skal ta opp i seg skolerevyer, russeforberedelser etc.



Her lå Iris (1) og Siri (1) fastspent og gråt i to timer

Barnehage glemte tvillingpar

16.09 15:45 | Konserntårn

Les også: - Dette skal aldri skje igjen »



Spisested stengt - tre personer arrestert

16.09 12:24 | Konserntårn



Oddvar Orm flyttet inn til Asker-familie

06.09 14:00 | Konserntårn



4.000 i Elkjøp-kø

17.09 00:45 | Konserntårn

Les også: Morgenstille utenfor Elkjøp » Ha utenfor Elkjøp » Venter Elkjøp-løst under sønningen »





















Et utvalg Sol-saker

Bildegallerier

- Bildeprosjektet fungert i tre uker
- Første oktoberhelg med 16 bildeserier, hvorav fem loppemarkeder
- Tilstedeværelsen øker. Ser den første effekten på visninger i helgene
- Vil gi økt brukerlojalitet over tid

Budstikka Foråren / Bildeserier

Bildeserier | Nyheter | Sport | Kafevaycup | Kultur | Ballongbilder | Bil og motor | Bolig | Nyfødte | Historiske bilder | Arkiv

 Vardåsen over 2010 (42 bilder)	 Disse så Stabæk slå Kongsvinger (9 bilder)	 Stabæk-seier på Kongsvinger (48 bilder)	 Sykkeltur i Vestmarka (25 bilder)	 Henning Kraggerud på musikk-skolen (17 bilder)
 Smekkhull på Pieter og Uven (23 bilder)	 Asker og Bærum Vannverk 25 år (26 bilder)	 Loppemarked på Nesøya skole (29 bilder)	 Loppemarked på Gjetlum skole (25 bilder)	 Loppemarked på Hasle skole (27 bilder)
 Stabæk spilte uavgjort mot Raa (40 bilder)	 Asker beserret Manglerud Star (26 bilder)	 Loppemarked på Stabekk skole (24 bilder)	 Loppemarked på Haslum skole (30 bilder)	 Åpen dag på Asker Brannstasjon (31 bilder)
 Konserter med Ketil Bjørnstad og Lill Lindtörs (8 bilder)	 Bamas verdensdager (24 bilder)	 Bamas friidrettsdag på Føyka (23 bilder)	 Kommunerevyen "59 grader nord og rett vest" (32 bilder)	 Frisk fikk bank av Vålerenga (16 bilder)

«Forrige 1 - 20 21 - 40 41 - 60 61 - 80 81 - 100 Neste ▶

4. Resultat pr. 2. tertial 2010



Positiv resultatutvikling

Resultat før skatt akkumulert pr. 2. tertial: 21,1 mill

- I fjor 17,8 mill

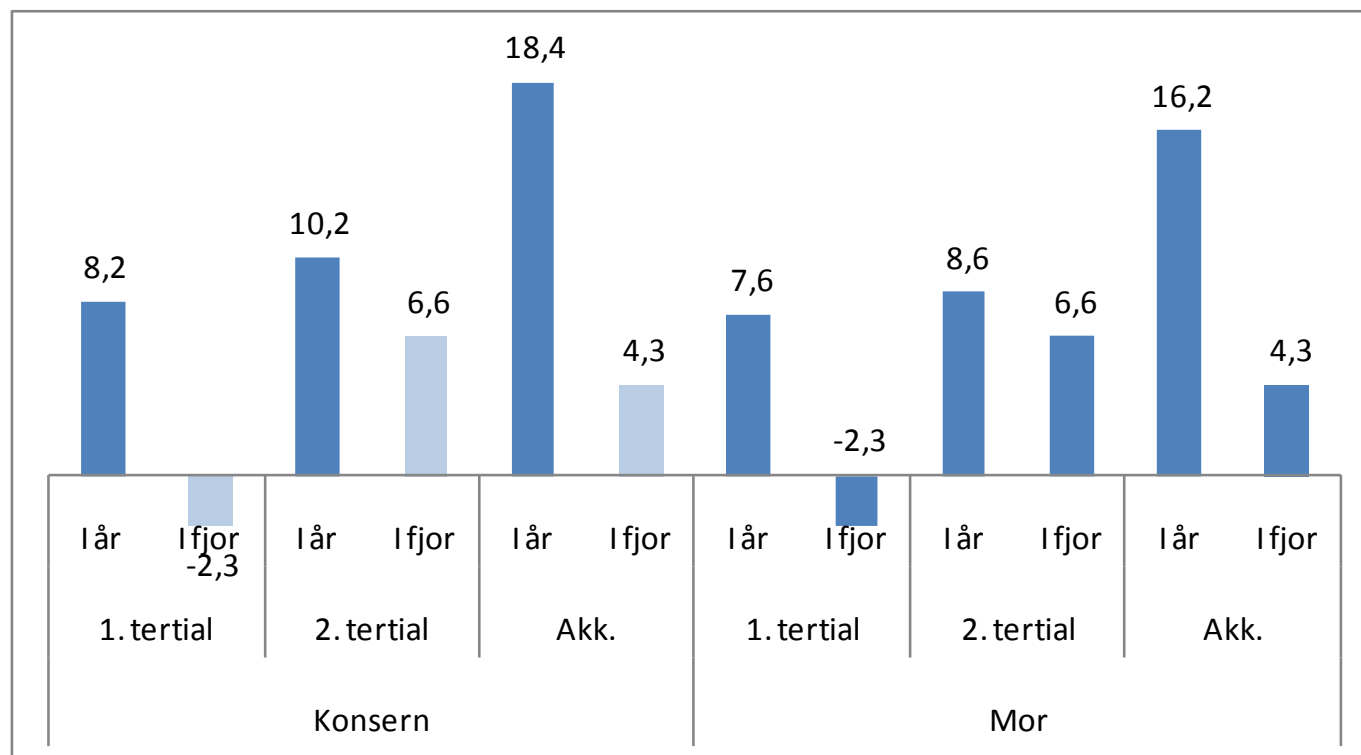
Resultat etter skatt akkumulert pr. 2. tertial: 17,1 mill

- 0,7 mill over fjoråret (+ 4 %)
- Minoritetsandel utgjør 0,2 mill

Resultat etter skatt i 2. tertial: 7,8 mill

- 5,8 mill under fjoråret (- 43 %)

Driftsresultat



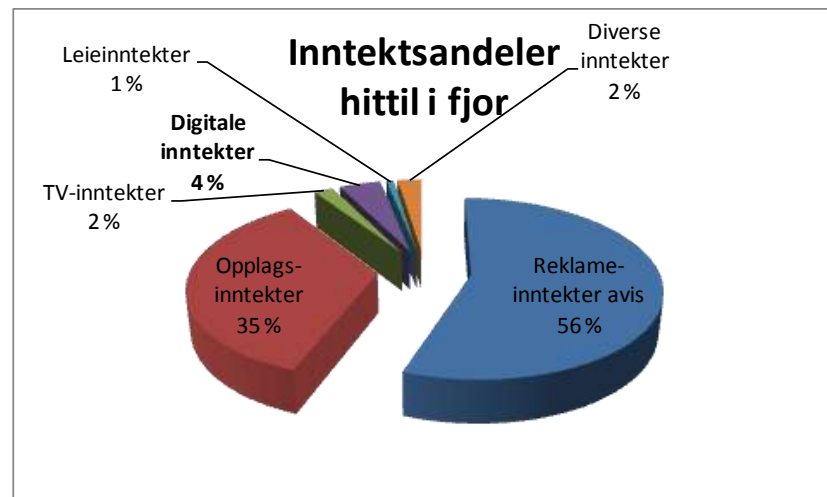
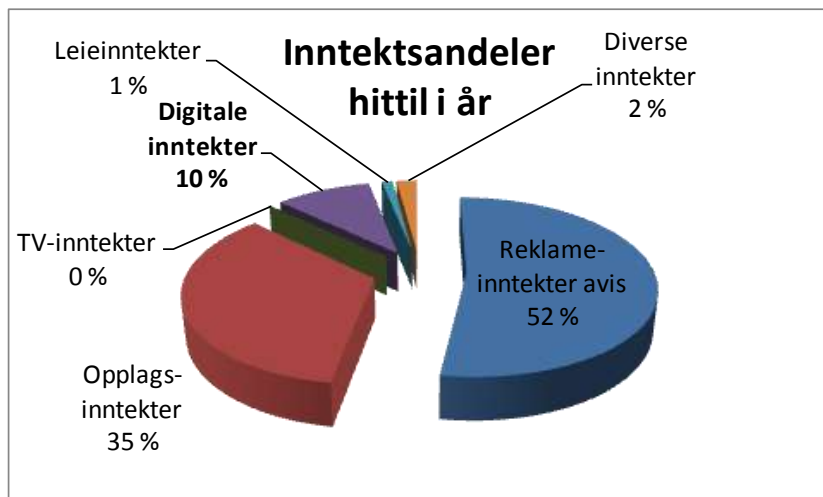
Driftsresultat for konsern på 18,4 mill akkumulert pr. 2. tertial

- 14,1 mill over fjoråret
- Oppkjøp av Tjenestetorget bidrar med 0,7 mill i driftsresultat
- Driftsmargin på 15,7 % pr. 2. tertial i år, mot 3,8 % i fjor

Driftsinntekter

Driftsinntekter 117,4 mill pr. 2. tertial

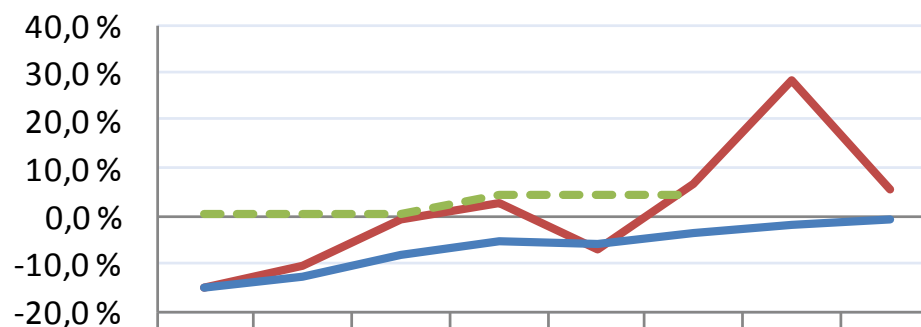
- 5,9 mill over fjoråret (+ 5,2 %)
 - Opplagsinntekter 1,5 mill over fjoråret (+ 3,9 %)
 - Reklameinntekter 0,6 mill under fjoråret (- 0,8 %)
 - Andre digitale inntekter 4,7 over fjoråret (nytt i år)



Reklameinntekter

Reklameinntekter Budstikka.Media

Utvikling mot fjoråret



	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug
R-10/R-09	-15,0%	10,5%	-0,5%	2,4%	-7,2%	7,0%	28,7%	5,4%
Akk. R-10/R-09	-15,0%	12,9%	-8,1%	-5,4%	-5,8%	-3,5%	-1,6%	-0,8%
Akk. kvartalstall IRM	0,3%	0,3%	0,3%	4,3%	4,3%	4,3%		

Reklameinntekter 68,4 mill pr. 2. tertial

0,6 mill under fjoråret (- 0,8 %)

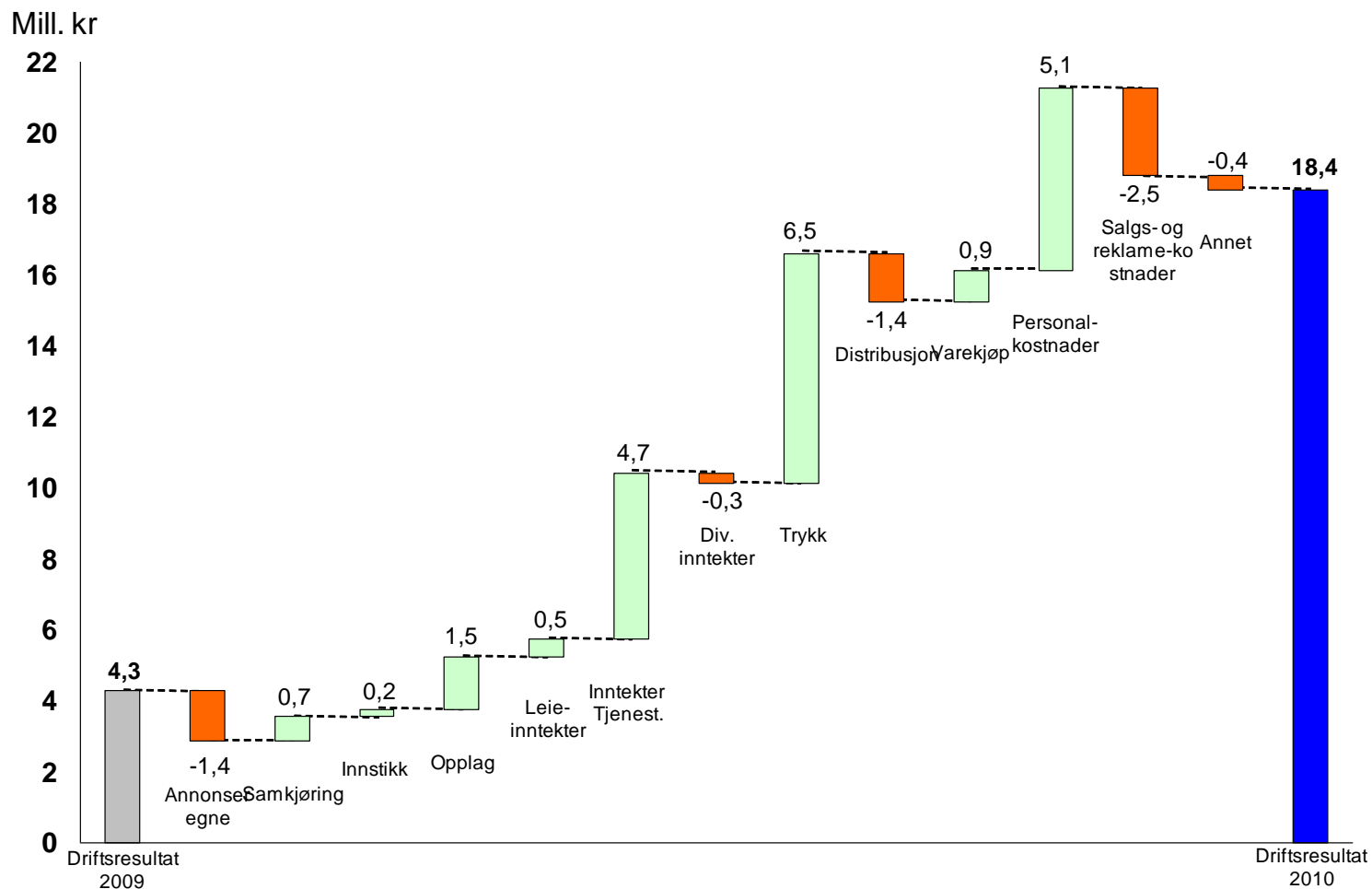
- TV-reklame utgjorde pr. 2. tertial i fjor 2,2 mill, kanal avvirket pr. 31.12.09
- Avis og innstikk liten utvikling mot fjoråret
- Internett opp med 2,0 mill – en utvikling på 42 %

Driftskostnader

Driftskostnader 99,0 mill pr. 2. tertial

- 8,3 mill under fjoråret (- 7,7 %)
- Kostnadsreduksjon på 6,9 % før AFP-effekt og konsolidering av Tjenestetorget

Avvik mot fjoråret pr. 2. tertial 2010



- Bortfall TV-inntekter 2,2 mill og bortfall samkjøringsrefusjon 0,6 mill
- 4,9 mill i reduksjon personalkostnader som følge av bortfall AFP-ordning
- Tjenestetorget gir økte salgs- og reklamekostnader

Finans

Finansresultat pr. 2. tertial

- 2,7 mill (10,8 mill under fjoråret)



Portefølje pr. 2. tertial

Renteinstrumenter	65,8 mill	(49,5 %)
Aksjer og aksjefond	67,1 mill	(50,5 %)

Total portefølje 132,9 mill
– avkastning på 1,72 % hittil i år

Resultatregnskap pr. 2. tertial

KONSERN			MORSELSKAP				
2. tertial Pr. 31.08			Pr. 31.08		Årsregnskap	2. tertial	
2010	2010		2010	2009	2009	2010	2009
		<i>NOK 1000</i>					
60 564	117 425	Driftsinntekter	111 455	111 572	174 461	55 174	53 752
48 764	95 833	Driftskostnader	92 687	103 696	157 800	45 348	45 401
1 560	3 191	Avskrivninger	2 611	3 585	5 952	1 243	1 794
10 240	18 401	Driftsresultat	16 157	4 291	10 709	8 583	6 557
-343	2 704	Finansresultat	3 149	13 499	20 679	-158	8 913
9 897	21 105	Resultat før skattekostnad	19 306	17 790	31 388	8 425	15 470
2 059	4 033	Skattekostnad	3 530	1 412	8 227	1 648	1 805
7 838	17 072	Resultat etter skatt	15 776	16 378	23 161	6 777	13 665
140	168	Minoritetsandel					

Beregnet skattekostnad 4,0 mill

Resultat etter skatt 17,1 mill

- mot 16,4 mill i fjor

Balanse pr. 2. tertial 2010

KONSERN		MORSELSKAP		
Pr. 31.08		Pr. 31.08		Årsregnskap
2010	<i>NOK 1000</i>	2010	2009	31.12.09
72 883	Anleggsmidler	37 015	69 744	67 951
166 585	Omløpsmidler	192 889	163 698	183 875
239 468	Sum eiendeler	229 904	233 442	251 826
170 399	Egenkapital	169 103	155 620	153 566
29 251	Avsetning for forpliktelser	22 966	39 368	33 207
39 818	Kortsiktig gjeld	37 835	38 454	65 053
239 468	Sum gjeld og egenkapital	229 904	233 442	251 826

- Goodwill 6 mill
- Økning i kundefordringer

5. Oppsummering



Oppsummering - markedet

- Reklamemarkedet i vekst i 2. tertial
- Vår reklamevekst kommer primært digitalt
- Sterk konkurranse om lesere og annonsører i et attraktivt marked
- Opplagsfallet så langt i år redusert i forhold til to foregående år
- Brukerveksten på budstikka.no fortsetter

Oppsummering – digitalt abonnement

- Vi jobber med digitalt abonnement, både i kombinasjon med papir og som eget abonnement
- Momsbelasting for digital avis – fritak for papiravis
- Testlansering av Budstikkas Ipad versjon 1 i 4. kvartal
- Digitalt abonnement kan over tid bli viktig for opplagsutviklingen for norske aviser

Oppsummering - avslutning

- Kostnadseffektiv drift i et stabilt marked gir positiv resultatutvikling
- Vekst i omsetning gjennom ekspansjon og nyutvikling
- Fokus på digital vekst – i alle kanaler
- Papiravisen fortsatt sentral for selskapets inntjening