

Resultatpresentasjon

Asker og Bærums Budstikke ASA

25. september 2014



- 1. Innledning,**
v/styrets leder Gislaug Rydland
- 2. Status hittil i år**
v/adm.dir. Terje Tandberg
- 3. Resultat pr. 2. tertial 2014**
v/økonomisjef Anders Sørensen
- 4. Redaksjonell utvikling**
v/sjefredaktør Kjersti Sortland
- 5. Markedsposisjon og reklamesalg**
v/salgsdirektør Ulf Kvalvik
- 6. Oppsummering/avslutning**
v/Terje Tandberg



A large, stylized number '1' in a light red color, serving as a background for the title.

1. Innledning

*v/ styrets leder
Gislaug Rydland*



2. Status hittil i år

v/adm.dir. Terje Tandberg

Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

1. Strukturendringene i mediebransjen fortsetter
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen
4. God lesertallsutvikling for Budstikka
5. Ny eAvis og aID fra 15. september
6. Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder
7. Eiendomsutviklingsprosjektet går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!



Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

1. **Strukturendringene i mediebransjen fortsetter**
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen
4. God lesertallsutvikling for Budstikka
5. Ny eAvis og aID fra 15. september
6. Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder
7. Eiendomsutviklingsprosjektet går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!



Sammendrag

Medieomsetning 2012 – 2015p

Mkr, løpende priser, netto, prosentvis forandring. Utfall 2012-2013, prognose 2014-2015

Mediegruppe	2012	± %	2013	± %	2014p	± %	2015p	± %
Medieomsetning								
Dagspresse	5 651	-7,3	5 132	-9,2	4 431	-13,7	3 922	-11,5
- riksaviser	764	-14,3	715	-6,4	568	-20,6	467	-17,7
- storbyaviser	2 280	-9,7	1 948	-14,5	1 592	-18,3	1 358	-14,7
- lokalaviser	2 607	-2,6	2 469	-5,3	2 271	-8,0	2 096	-7,7
Innstikk dagspresse	512	10,2	511	-0,2	438	-14,3	427	-2,5
Gratisaviser	117	-16,5	217	*	211	-3,1	208	-1,2
Ukepresse	547	-6,6	486	-11,1	409	-16,0	351	-14,1
Fagpresse	499	-1,2	479	-4,1	456	-4,7	437	-4,1
Trykte kataloger	118	-40,0	75	-36,4	56	-26,1	45	-19,9
Uadressert direkteteklame	1 077	-3,8	1 036	-3,8	1 033	-0,4	1 023	-0,9
Adressert direkteteklame	1 252	-5,2	1 058	-15,5	1 019	-3,7	973	-4,5
TV	3 642	7,7	3 795	4,2	3 804	0,2	3 796	-0,2
Radio	602	7,8	596	-1,1	593	-0,5	588	-0,7
Kino	156	6,2	147	-6,0	147	0,0	149	1,3
Internett	4 720	8,4	5 325	12,8	5 762	8,2	6 198	7,6
- merkevare	1 670	5,8	1 781	6,6	1 853	4,0	1 904	2,8
- web-TV			215	-	301	39,9	400	32,7
- rubrikk	937	16,1	1 019	8,7	998	-2,1	987	-1,1
- nettkataloger ink mobil	992	-5,2	960	-3,2	977	1,7	992	1,5
- søk ink mobil	1 120	21,4	1 350	20,5	1 634	21,0	1 915	17,3
Mobil merkevare	84	-	356	324,1	631	77,5	935	48,2
Utendørsreklame	582	2,7	594	2,1	573	-3,5	576	0,5
Total medieomsetning	19 559	0,6	19 807	1,3	19 562	-1,2	19 627	0,3

*IRM har revidert opp omsetning i gratisaviser basert på nye oppgaver, omsetning 2013 er ikke sammenliknbar med 2012.

Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

1. Strukturendringene i mediebransjen fortsetter
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen
4. God lesertallsutvikling for Budstikka
5. Ny eAvis og aID fra 15. september
6. Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder
7. Eiendomsutviklingen går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!



Gjennomført planlagt nedbemanning

- Forrige nedbemanningsprosess i 2012 omfattet 29 årsverk gjeldende for perioden 2012-2015
- Nedbemanningsprosess i 2. tertial omfatter ytterligere 12 årsverk, hvorav 9 i morselskapet
- Nedbemanningseffekt på 9 årsverk i 2014, 3 årsverk i 2016
- Målsatt reduksjon i personalkostnader i 2015 oppnådd
- Restruktureringskostnadene tatt i regnskapet i 2. tertial

Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

1. Strukturendringene i mediebransjen fortsetter
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. **Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen**
4. God lesertallsutvikling for Budstikka
5. Ny eAvis og aID fra 15. september
6. Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder
7. Eiendomsutviklingsprosjektet går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!



Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

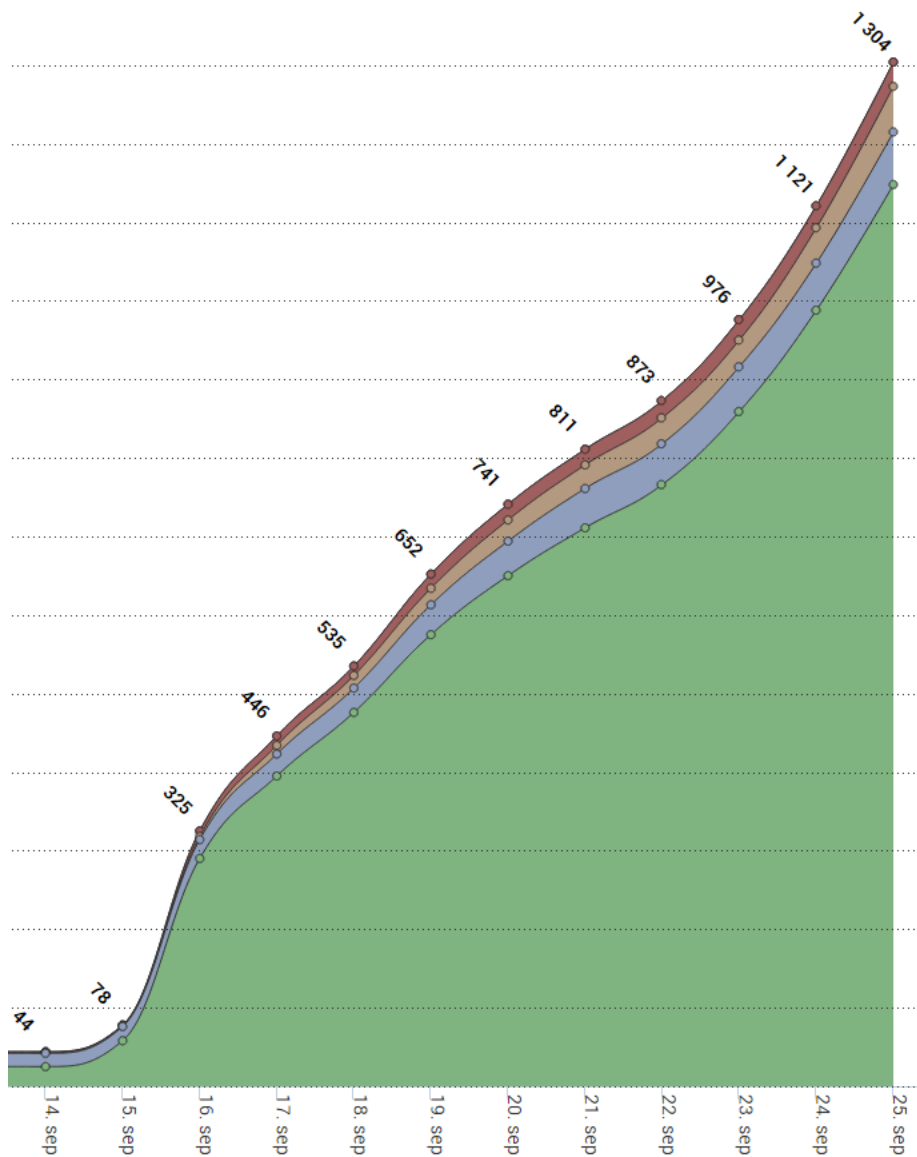
1. Strukturendringene i mediebransjen fortsetter
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen
4. **God lesertallsutvikling for Budstikka**
5. Ny eAvis og aID fra 15. september
6. Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder
7. Eiendomsutviklingsprosjektet går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!



Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

1. Strukturendringene i mediebransjen fortsetter
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen
4. God lesertallsutvikling for Budstikka
5. **Ny eAvis og aID fra 15. september**
6. Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder
7. Eiendomsutviklingsprosjektet går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!





- Antall registrerte aID har øket med ca. 110 pr. dag siste uke
- Forventer drahjelp av høstferien i uke 39 og 40 (eAvis og Min side)
- Aldersfordeling aID

Alder	%
Under 20 år	0
20-29 år	1
30-39 år	6
40-49 år	20
50-59 år	26
60-69 år	29
70-79 år	14
Over 80 år	3
Sum	100

Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

1. Strukturendringene i mediebransjen fortsetter
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen
4. God lesertallsutvikling for Budstikka
5. Ny eAvis og aID fra 15. september
6. **Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder**
7. Eiendomsutviklingsprosjektet går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!



Sentrale utviklingstrekk 2. tertial

1. Strukturendringene i mediebransjen fortsetter
2. Gjennomført planlagt nedbemanning
3. Salgsavdelingene i Budstikka og Asker- og Bærumsavisen slått sammen
4. God lesertallsutvikling for Budstikka
5. Ny eAvis og aID fra 15. september
6. Inntektsveksten for Tjenestetorget fortsetter; + 85 % etter 8 måneder
7. **Eiendomsutviklingsprosjektet går som planlagt, Drømmekjøkkenet åpner offisielt i dag!**



Utvikling av handelsareal i 1. etasje

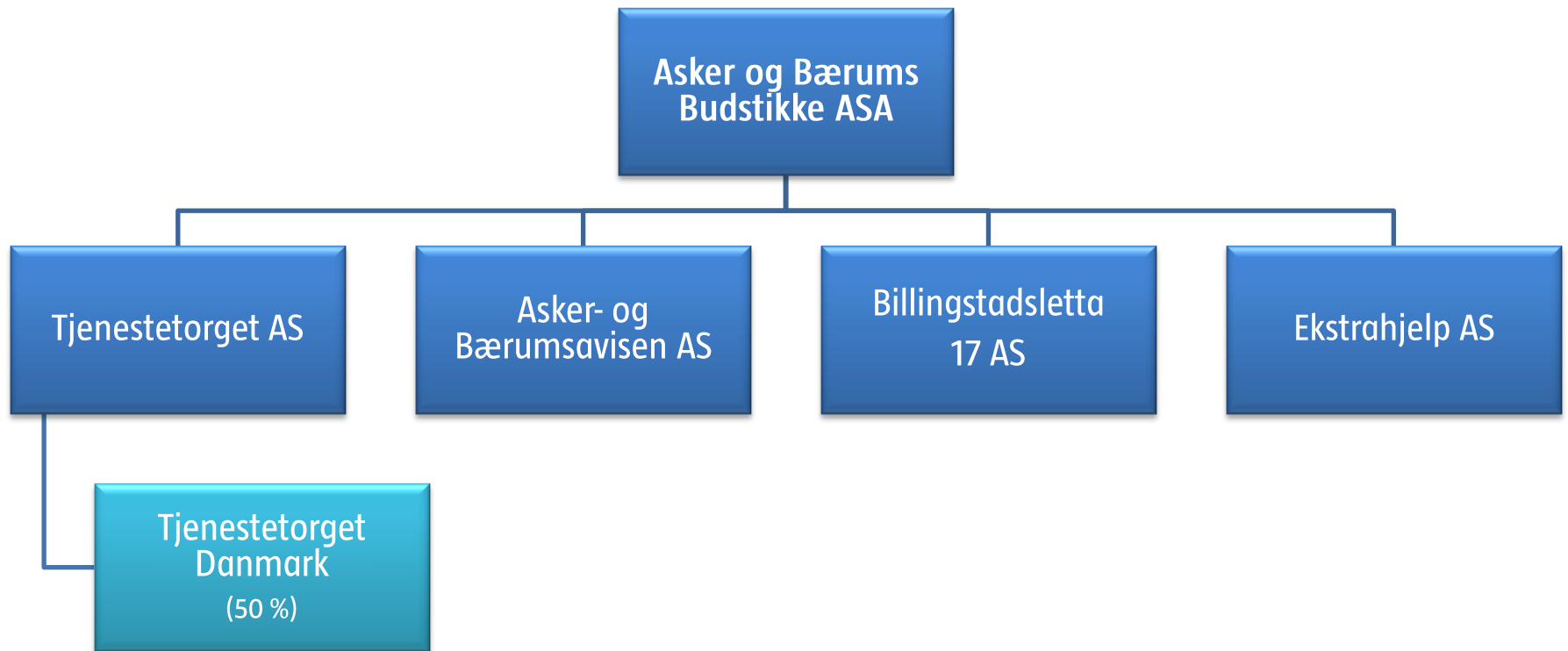




3. Resultat pr. 2. tertial 2014

v/øk.sjef Anders Sørensen

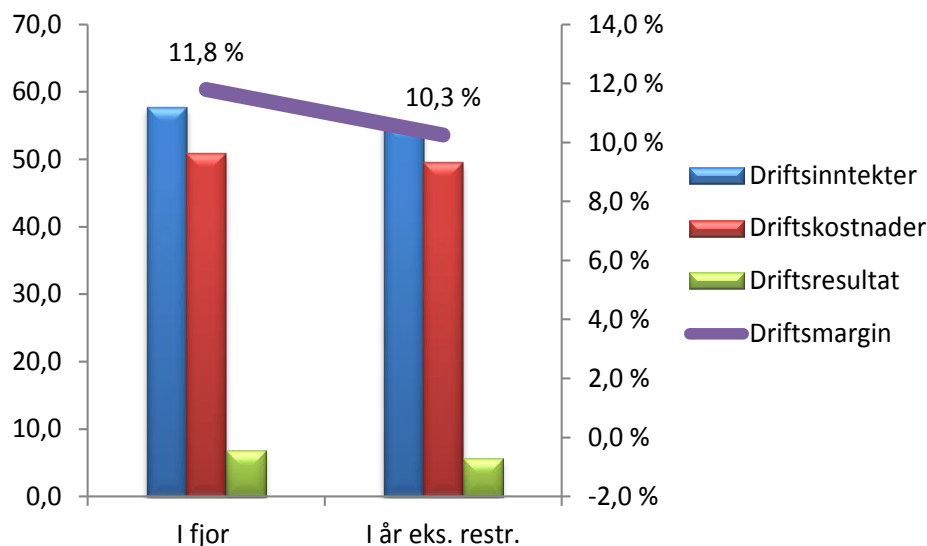
Asker og Bærums Budstikke konsern



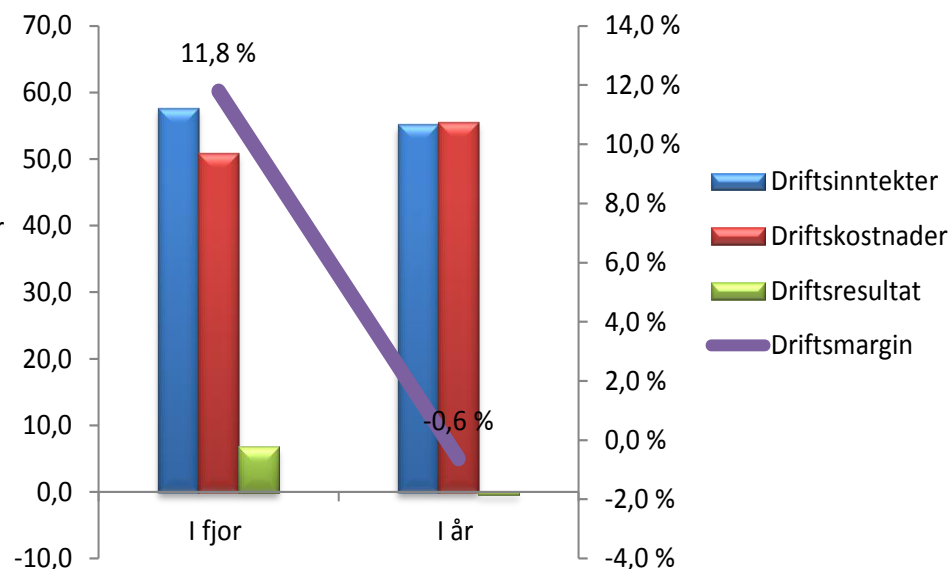
- *Tjenestetorget DK rapporteres som finansiell eiendel*

Driftsresultat -0,3 mill. i 2. tertial - konsern (inklusive 6,0 mill. i restruktureringskostnad i perioden)

Eks. restruktureringskostnader



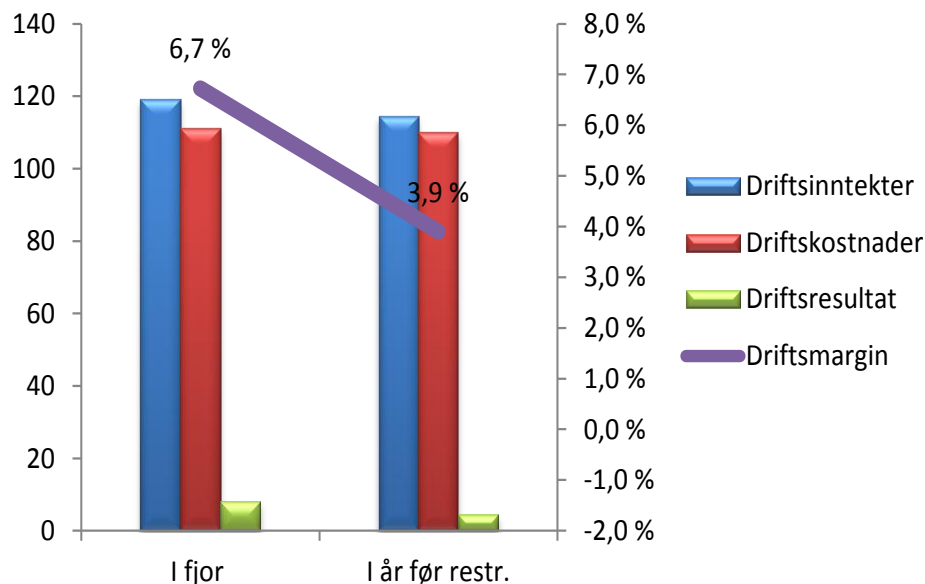
Ink. restruktureringskostnader



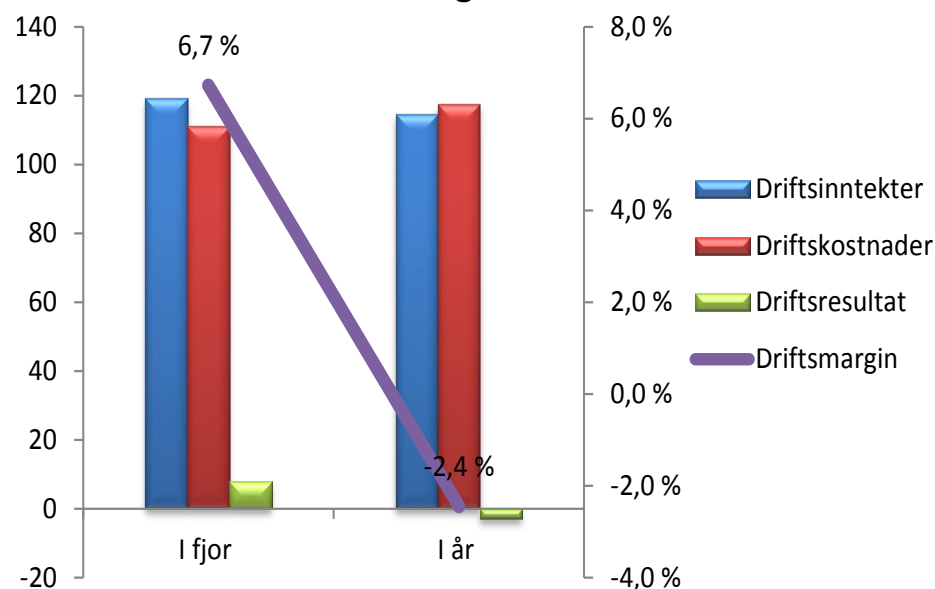
- Driftsresultat konsern eks. restrukturering 5,7 mill. som er 1,1 mill. under 2.tertial i fjor
- Driftsresultat konsern 7,1 mill. under 2.tertial i fjor
- Kostnader 4,7 mill. over fjoråret, underliggende drift 1,3 mill. under fjoråret (-2,6 %)
- Inntekter 2,5 mill. under fjoråret (-4,3 %)

Driftsresultat -2,8 mill. pr. 2. tertial - konsern (inklusive 7,3 mill. i restruktureringskostnad i år)

Eks. restruktureringskostnader



Ink. restruktureringskostnader

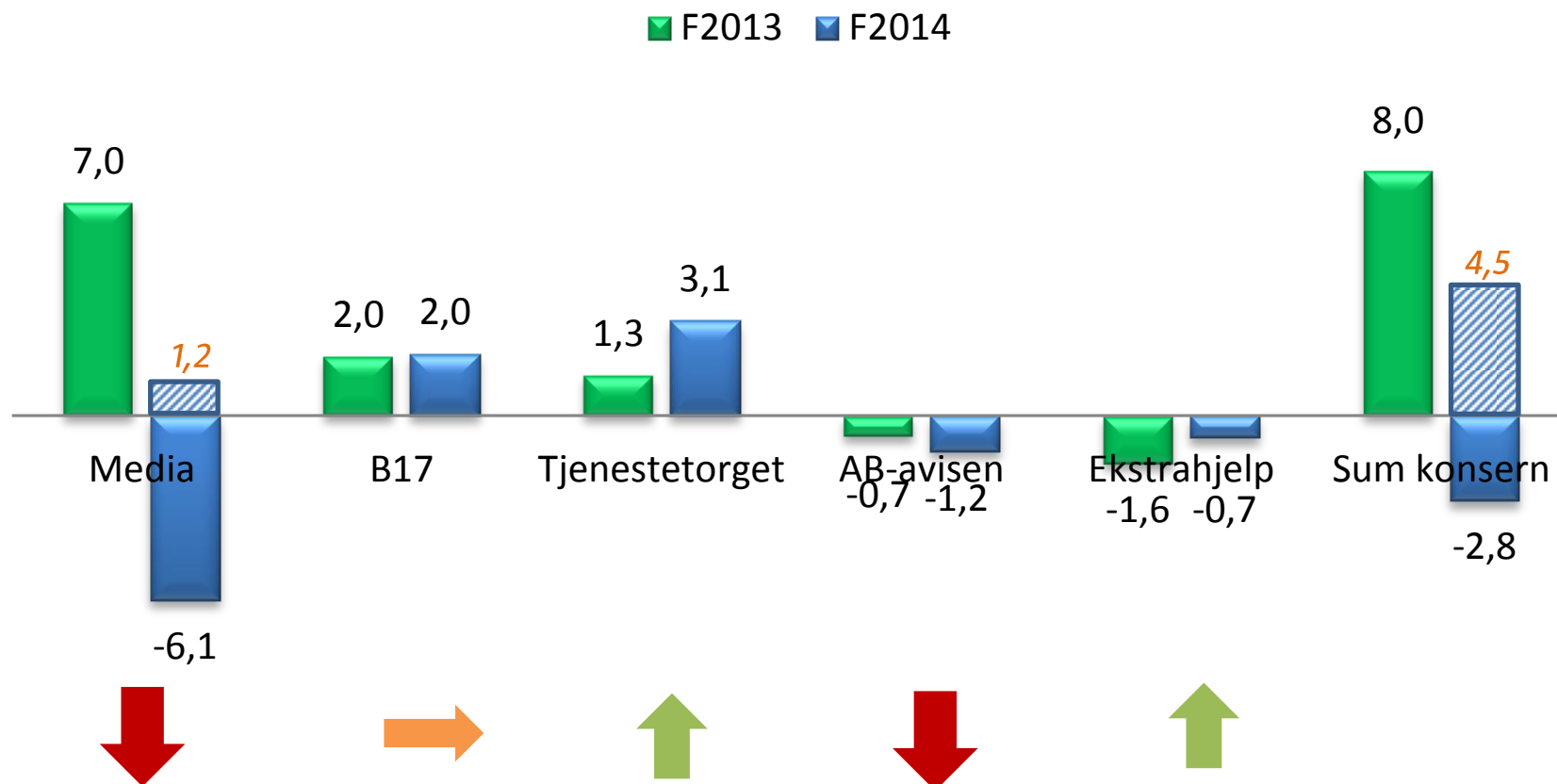


- Driftsresultat konsern eks. restrukturering er 4,5 mill., 3,5 mill. under fjoråret
- Driftsresultat konsern 10,8 mill. lavere enn i samme periode i fjor
- Inntekter 4,6 mill. under fjoråret (-3,9 %) – *ulik utvikling for produkter*
- Kostnader 6,2 mill. over fjoråret, underliggende drift 1,1 under fjoråret

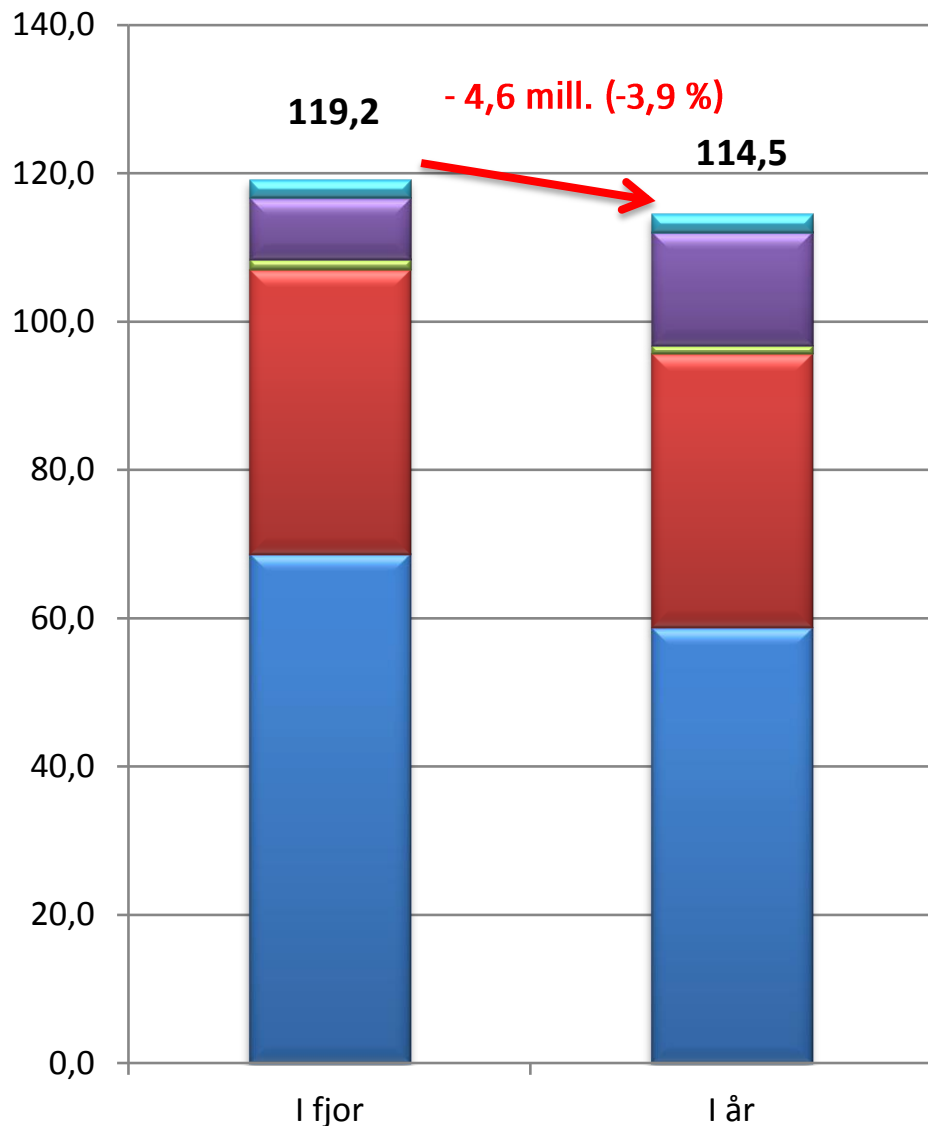
Svært ulik utvikling for virksomhetsområdene hittil i år

Mens driftsresultat i morselskap er 13,1 mill. under fjoråret (5,8 eks. restrukturering) er driftsresultatet i Tjenestetorget 1,8 mill. over fjoråret.

Akkumulert driftsresultat mot i fjor



Nedgang i papiravisinntektene trekker resultatene nedover, digitale produkter bidrar til vekst



- Tjenestetorget øker med 84,6 %
- Budstikka.no har en digital inntektsvekst på 9,8 %
- Avisannonser i Budstikka faller med 18,3 %
- Annonser i Asker- og Bærumsavisen faller med 13,5 %
- Innstikkinntektene i Budstikka faller med 34,1 %

- Diverse inntekter
- Andre digitale inntekter +7,0 mill. (+83,9%)
- Leieinntekter
- Opplagsinntekter -1,5 mill. (-3,69%)
- Reklameinntekter -9,9 mill. (-14,5%)

Digital inntektsandel på 28,1 %

Diverse inntekter

2,5

2 %

Leieinntekter

1,2

1 %

Produksjon

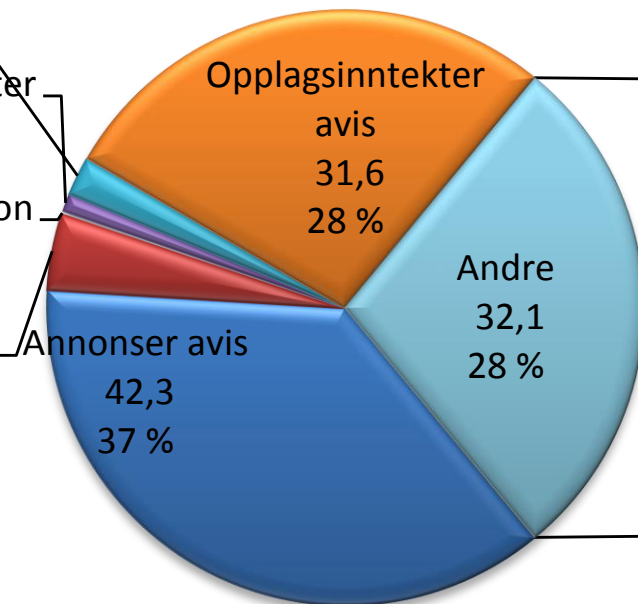
0,1

0 %

Innstikk

4,8

4 %



Digitale

opplagsinntekter

5,3

Andre digitale

inntekter

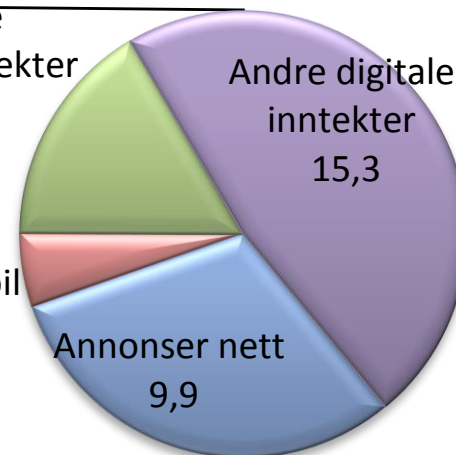
15,3

Annonser mobil

1,7

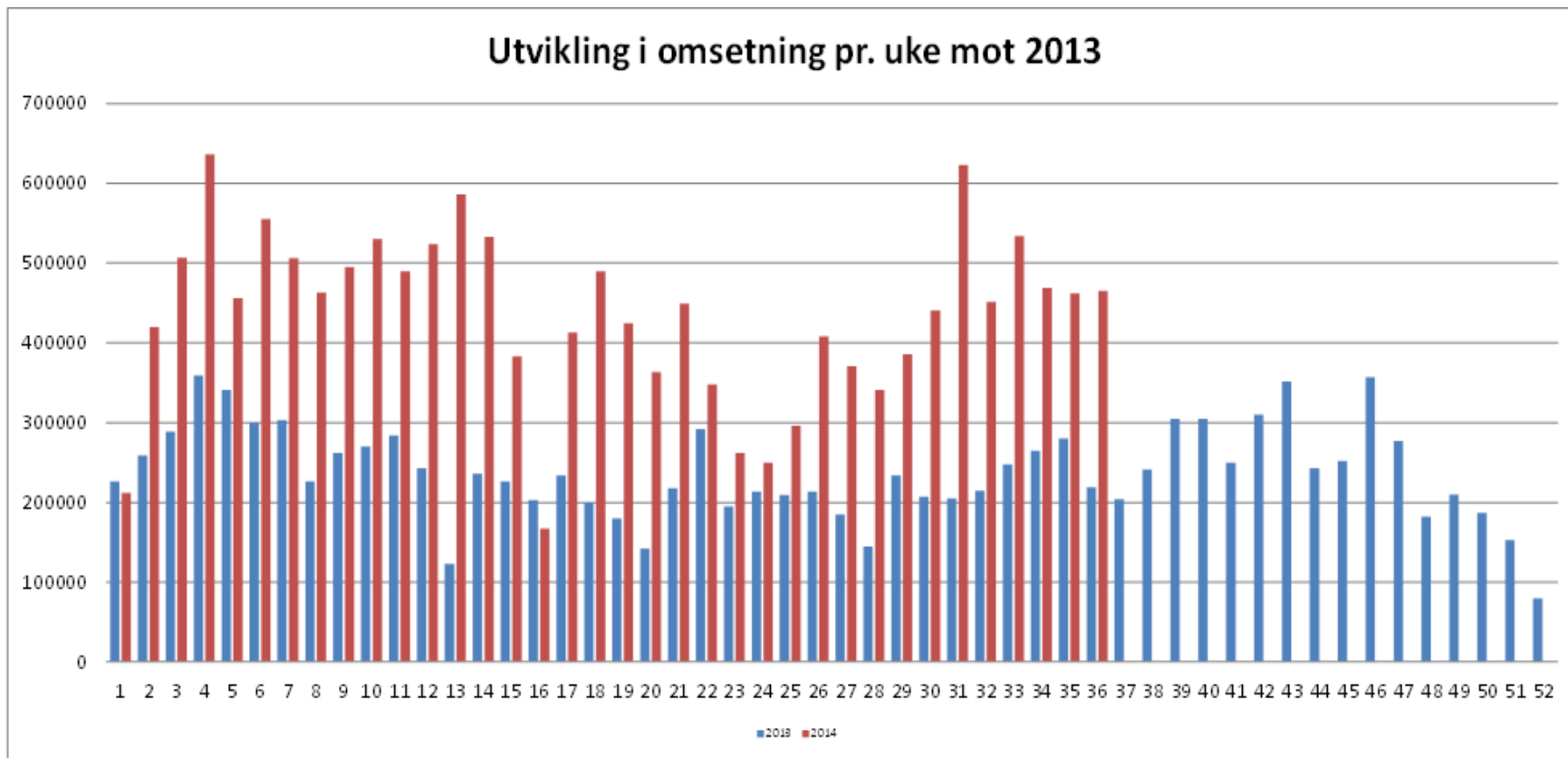
Annonser nett

9,9



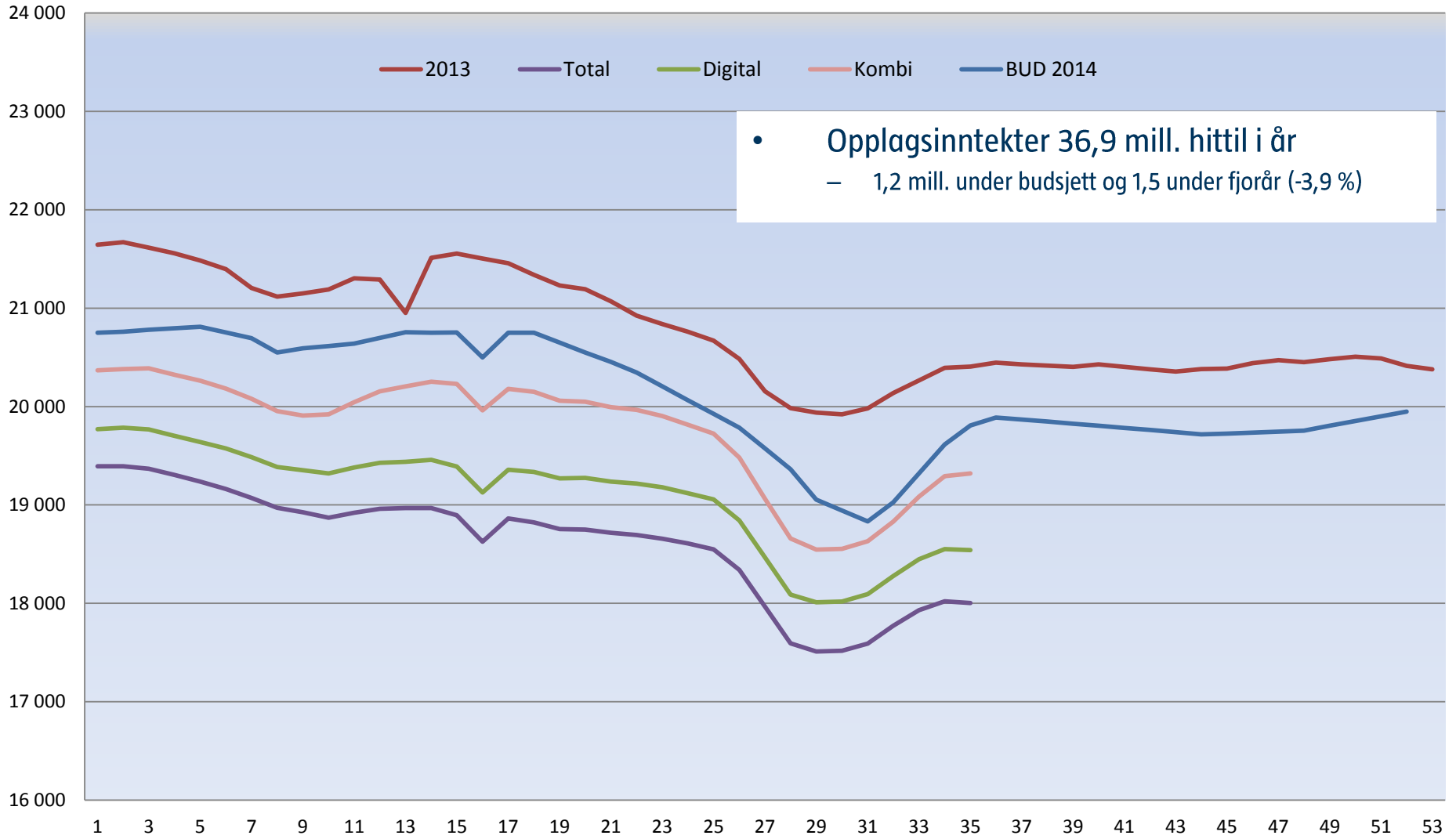
- Digitale inntekter 32,1 mill. akkumulert
 - andel 28,1 % mot 20,2 % i fjor
- Digitale reklameinntekter utgjør 21,7 % av reklameinntektene i Budstikka

Tjenestetorget inntektsvekst 7 mill. (+84,6 %)



1,0 mill. (+94,5 %) over fjoråret for august

Leverte aviser i betalende abonnement



Underliggende kostnadsbesparelser for ordinær drift i alle virksomhetsområder

6,2 mill. (5,5 %) i økte driftskostnader konsern. 1,1 mill. (-1,0 %) i reduksjon eks. restrukturering

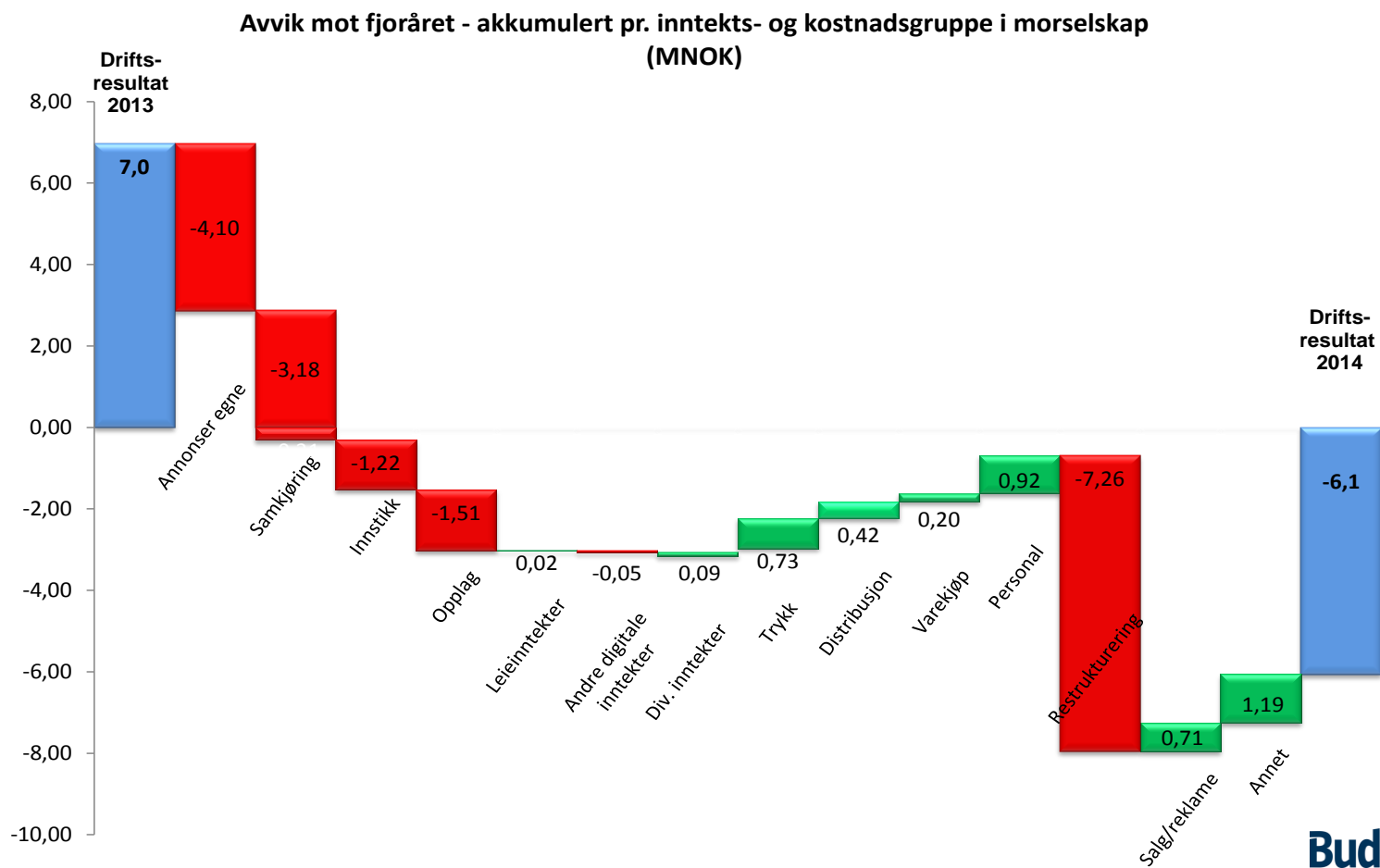
- 7,3 mill. i restruktureringskostnader i mor
- 5,2 mill. i økte kostnader i Tjenestetorget, et vekstselskap med kontrollert kostnadsvekst (primært økte salg og markedsføringsaktiviteter)

- 5,1 mill. i underliggende kostnadsreduksjon i morselskapet
- 0,8 mill. i kostnadsbesparelser i Ekstrahjelp
- 0,1 mill. i kostnadsbesparelse i Billingstadsletta 17
- 0,1 mill. i kostnadsbesparelser i Asker- og Bærumsavisen



Kostnadsreduksjon mot fjoråret

- 1,1 mill. (-1,0 %) i reduserte kostnader i konsern før restruktureringskostnader på 7,3 mill.
- Budstikka har en underliggende kostnadsreduksjon på 5,1 mill. hittil i år før restrukturering
- Inntektene i mor ned 10,9 mill. (-10,5 %)



Finansresultat

Netto finansresultat 4,0 mill. i 2.tertial

- Ekstern forvaltet portefølje 2,3 mill.
 - Polaris 1,7 mill. tilsvarende utbyttet for 2013
-
- **Akkumulert finansresultat på 3,5 mill.**
 - Portefølje Industrifinans +4,0 mill.
Avkastning på 5,13 % mot 5,52 % for referanseportefølje
 - Polaris verdi ned 2,3 mill., oppveies delvis av utbytte på 1,7 mill.



Årsregnskap - resultat

KONSERNET					MORSELSKAPET					
År	Hittil i år		2.Tert		RESULTATREGNSKAP	2.Tert		Hittil i år		År
2013	2013	2014	2013	2014		2014	2013	2014	2013	2013
					Alle tall i hele tusen					
180 917	119 152	114 512	57 626	55 167	Driftsinntekter	45 420	50 363	92 426	103 324	156 346
166 064	108 158	114 310	49 354	54 018	Driftskostnader	46 477	43 546	96 485	94 264	144 627
4 821	2 981	2 997	1 479	1 492	Avskrivninger	992	1 032	1 998	2 087	3 401
10 032	8 012	-2 795	6 794	-343	Driftsresultat	-2 049	5 785	-6 058	6 974	8 318
13 350	8 730	3 459	2 766	4 044	Finansresultat	4 047	2 752	3 444	8 875	17 918
23 382	16 743	664	9 560	3 701	Resultat før skatt	1 998	8 537	-2 614	15 849	26 236
3 083	2 707	-677	1 882	-35	Skattekostnad	-480	1 596	-1 551	2 405	2 984
20 299	14 036	1 342	7 677	3 736	Resultat etter skatt	2 479	6 941	-1 063	13 444	23 253
					Utvidet resultat					
-4 027	0	0	0	0	Estimatavvik pensjon	0	0	0	0	-4 027
1 087	0	0	0	0	Skatteeffekt estimatavvik pensjon	0	0	0	0	1 087
17 359	14 036	1 342	7 677	3 736	Utvidet resultat	2 479	6 941	-1 063	13 444	20 313

Balanse - gjeld og egenkapital

KONSERNET			BALANSE	MORSELSKAPET		
31.12.13	31.08.13	31.08.14	Alle tall i hele tusen	31.08.14	31.08.13	31.12.13
21 009	18 024	21 009	Immaterielle verdier	5 397	7 987	3 846
73 264	73 516	74 528	Varige driftsmidler	23 449	23 515	22 694
395	272	284	Finansielle anleggsmidler	49 726	46 012	49 865
94 668	91 812	95 822	Anleggsmidler	78 573	77 515	76 405
18 117	24 556	20 889	Fordringer	17 038	21 212	21 981
112 963	108 387	94 683	Investeringer	94 683	108 387	112 963
20 745	13 625	13 218	Bankinnskudd	10 446	11 598	16 495
151 825	146 568	128 790	Omløpsmidler	122 166	141 197	151 438
246 493	238 380	224 612	Sum eiendeler	200 739	218 712	227 843
151 416	168 737	152 600	Egenkapital	135 331	153 972	136 552
22 109	19 212	17 733	Avsetninger for forpliktelser	11 330	10 387	13 416
72 968	50 432	54 281	Kortsiktig gjeld	54 078	54 353	77 875
246 493	238 380	224 612	Sum gjeld og egenkapital	200 739	218 712	227 843

- Aktivering av eiendomsutviklingsprosjektet
- Egenkapitalandel 67,9 %

4. Redaksjonell utvikling *v/sjefredaktør Kjersti Sortland*





View original

Flag media



Rudi Endresen @Rudien

21h

Banner på at @Budstikka hadde den beste logoen av de norske avisene i 1898. pic.twitter.com/l1RtpyOOxf

Details



Tidsriktig overvåkning av lokalsamfunnet

- * Opplyse
- * Avdekke
- * Engasjere



To dager før Egzon Avdyli reiste til Syria ringte han faren og sa han ville komme på besøk. Isa så aldri sønnen igjen.

Egzon Avdyli er en av minst seks unge islamister fra Bærum som har reist til Syria. Islamistgruppene jakter ungdom som søker fellesskap, sier ungdomsarbeider som fulgt miljøet i en årrekke.

I SORG: En uke før sønnen hans ble pågrepet, siktet for terrorvirksomhet, var Isa Avdyli (51) i møte hos PST. Han ønsket å få sin avdøde sønn Egzon hjem, for å begrave ham her. (FOTO: TRINE JØDAL)



Budstikka

«De er mest fornøyd med å sitte på en stubbe og titte på blomster»

Idrettsledere lei marka-ner fra Naturvernforbundet:

Truffet av kron – Bærums-mann omkom

Morten Wickstrøm > Kjersti Sortland

3 fristende forsider, men i dag velger jeg lokaltavisen først!



Budstikka

«Kundeloyalitet er ikke et begrep for eiendomsutviklere. Det har mange fått erfare»

Ramunas (22) skadet for livet i heisulykke

Ufør Blakk Forlatt

- Jobbet for 19 kroner timen i Bærum
- Stygt kvestet i arbeidsulykke
- Sendt hjem til Litauen for egen regning
- Kreves for 30.000 kroner etter sykehusbehandling



VG

Budstikka

Derfor kapper naboens hus

Forvandling



Budstikka

Elbilen på vei ut av bussfilen

Varsler nådestøt neste år

- Raskere elbil-økning enn ventet
- FPF: – Frederer avvigt, ofrer kø-fordel

Magne Høseth's plan:

- En sesong
- To klubber
- To gull

Serverer spisselig show

VI KAN VÆRE STOLTE AV BUDSTIKKAS CUP-DEKNING!

#BudstikkaFotball: Alt om semifinalen i cupen



Bob Bradley og kona Lindsay stortrives i Bærum: – Neste stopp? Hvem vet?



Billettene rives vekk: – Nå må folk kjappe seg



«Mr. Molde» om Magne Hoseth: - Han har alltid vært frekk i kjeften



Legger opp: – Dette var siste mulighet for et cupgull

Hoseth: – Burde sparket ned Elyounoussi


LES OGSÅ:

Bradley hyller hjemmepublikummet Slik spilte Stabæk-guttene mot Molde
Drømmen om cupfinale brast fire minutter før slutt



Se bildene fra cupfesten på Nadderud



Fra:  Lars Hjorth <lars.hjorth@stabak.no>

Sendt: to 25.09.2014 10:40

Til:  Kjersti Sortland

Kopi:

Emne: SV: Takk for 86 gode minutter!



Hei Kjersti

Takk for hyggelig mail.

Totalt sett ble dette en gedigen opptur for Stabæk Fotball og interessen for fotball i bygda. At vi klarte å fylle opp stadion til det ble utsolgt var helt fantastisk. Jeg observerte til og med noen som prøvde å selge sine billetter på svartebørs!! Normalt prater man jo ikke om det men i dette tilfelle er du faktisk kjempegøy!!.


En annen suksess faktor som jeg også ønsker å gi tilbakemelding på er "vårt" lille prosjekt sammen med dere for å buste kampen. Jeg vet ikke hva dere føler men vi er superfornøyd med hvordan dette ble og ønsker spesielt å gi en ekstra honnør til alle dine medarbeidere, utrolig hyggelig gjeng alle sammen!!! Og ber deg spesielt overbringe denne hilsen fra meg.

Med deres fagkompetanse og vårt kunstneriske innhold vil dette alltid være viktig for bygda i fremtiden.

Mvh
Lars

Fra:  Kjersti Sortland

Sendt: to 25.09.2014 08:13

Til:  Redaksjon@budstikka.no

Kopi:

Emne: Torsdag: Takk for proff jobb fra alle cup-jobbere!

God morgen!

Siste døgn har det vært Sporten med hjelpere fra foto, front og desk som har gjort oss stolte av Budstikka!

Oppspillet som fikk oss til å (gru-)glede oss til kampen har vært knall, planlegging og forhåndsskriving av saker med tanke på seier/tap holdt høyt nivå. Leveringer mot slutt kom som de skulle. Og veldig bra å kunne pøse på med stadig nye, behandlede bilder på nett under kampen.

Vi har holdt et høyt, faglig nivå i alle kanaler, og krevende nær deadline.

Takk – pust ut! Det var moro i 86 minutter, for oss som var der, også.

Praktisk, i dag:

- * Ordinært allmøte kl 11 (da har jeg møte utenfor huset)
- * Strategigjennomgang kl 14 for de som ikke var her sist vi dro det felles (sist allmøte)
- * Aksjonærmøte kl 17

Dagens saker: Flott at vi holder rulleskidebatten varm ved å bli med ut og få synspunktene til supermosjonisten, også. Hvordan tenkes det under hjelmen, les Budstikka!

Til dagsorden:

- * Debatt og nyheter om kommunesammenslåing, samarbeid med RB og redaktøren der.
- * Ramunas-møte.
- * Hva har cup og medgang gjort med økonomien til Stabæk siste år?
 - «Its Learning» bør ha nyhetsoppfølgere klar til søndag, mandag, så temaet holdes varmt etter feature lørdag.





I SPISSEN: Sjefredaktør Kjersti Sortland (foran til høyre) sammen med administrerende direktør Terje Tanberg og resten av staben i Budstikka gleder seg over oppløftende og stadig bedre lesertall. (FOTO: TRINE JØDAL)

Kjøp bilde

Flere leser Budstikka

Lesertallene for Budstikka som presenteres i dag er oppløftende i et krevende mediemarked.

AV: LARS-ERIK NYGAARD OG RICHARD SVEAAS DALE
 PUBLISERT 23.09.2014 11:00
 SIST OPPDATERT 23.09.2014 11:47

Tweet (3) +1 (0) Del (47)

Budstikkas offisielle lesertall slippes i dag. De viser fortsatt oppgang.

– Jeg er glade for at lesertallene også dette halvåret går opp i et krevende marked, sier sjefredaktør Kjersti Sortland.

De siste årene har fallende lesing av papiraviser blitt kamuflert gjennom økende lesning på nett.

KOMMENTAR: [Gode tall – samme oppgave](#)

Del (47)

Men siste halvår er Budstikka uten minustall. For første gang på mange år, faller ikke antallet papiravis-lesere:

- Hver dag leses papiravisen av 58.000 lesere.
- 34.000 leser Budstikka på nett hver dag. Det er 2.000 flere enn for et halvt år siden.
- 13.000 leser Budstikka på mobil – en økning på 3.000 siden februar.

Påmelding bn.no

NÆRINGSLIVSDAGEN
2014



Hovedsponsor DNB

Jobb lokalt (28)

SØK:

NORLED

Forneburuten - søker lettmatros og maski...

BÆRUM
NORLED

HYDpartner

Prosjektingeniør

HOLE
HYDPARTNER

ANNONSE

Internett hvor som helst,

Aftenposten	14/1	14/2
Avis	658	617
Nett	812	806
Mobil	343	356
Nettodekning	1301	1279

Romerikes Blad	14/1	14/2
Avis	85	81
Nett	57	56
Mobil	23	25
Nettodekning	125	121

Drammens Tidende	14/1	14/2
Avis	77	72
Nett	53	50
Mobil	21	22
Nettodekning	109	105

Budstikka.Media

[←](#) Kamerarull 3 107 av 3 107 [Rediger](#)

i dag 18:09

Hvor er nyhetsvarselet for syklist mot bilist? Vi er for trege!

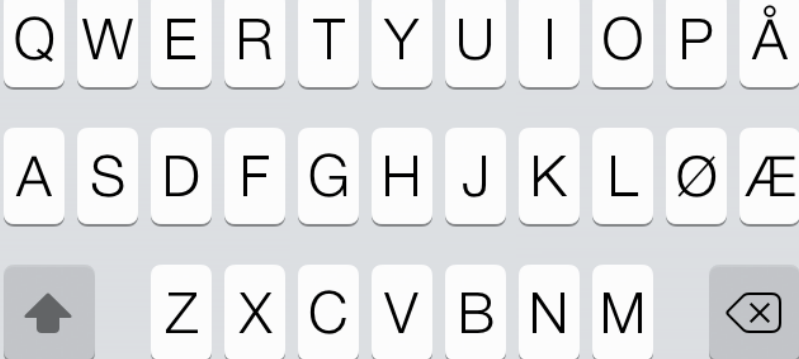
Leveret

Er ute og handler mat. Skal få fortgang



iMessage

Send



Her finnes store, ubenyttede arealer som ikke vil ødelegge Lommedølsens særpreget om de tas i bruk.

Budstikka

BUDSTIKKA 12 SEPTEMBER 2018 102 KR 88 270 773 SVARER 12 324 118 515 334 051 2018

FORNEBU Lån og lån
Lokalbank for private og næringsdrivende

Skal koble naboene til Fornebu-senter

Ingen raske løsninger for Borgen

Tilffe sponsorkår for Børnas verdensdager

Ordløper Lene Conradi om sin sønn:



Han vil alltid være et barn

CC Vest har endelig sitt klokken én time tilbake.

Vi åpner dørene kl 09:00. Dette ser vi mange har ventet på.

ibudstikka 12.09.18, side 9-18

nyhet



Møter med Ap-tuppen

Fylket sendte Fornebusbanen videre



- En sorg å ha et annerledes barn



Fornebusbanen

Fornebusbanen er et nytt utvalgt område i Fornebu sentrum som skal bli et av de mest attraktive i kommunen. Det er et stort område som skal bli et av de mest attraktive i kommunen.



- Vondt at han ofte går alene

Fornebusbanen

Fornebusbanen er et nytt utvalgt område i Fornebu sentrum som skal bli et av de mest attraktive i kommunen. Det er et stort område som skal bli et av de mest attraktive i kommunen.

- Vi hadde en veldig hyggelig og god samtale med Hilde og fikk lest alt på forhånd og synes hun fikk en fin balanse. At det ble førstesiden visste vi ikke, så vi skvatt litt, men det var helt greit, jeg satt i lukket møte om en sak på slutten av kvelden så du får hilsen Hakon og si det er helt i orden. Vi har alltid vært åpne om vår situasjon, og det vi synes var fint med denne muligheten var også at søskenrollen fikk litt oppmerksomhet.



KAN DENNE GJENGEN LEVERE UNGT?



SISTE: Budstikka nominert til senior-pris! (Litt usikker på om vi ønsker å vinne den 😊)



We are happy to announce 50 top class speakers from around the world. Who's your favorite?



Hilde Charlotte Solheim



Sindre Østgård



Eivind Lid



Jorn Lyseggen



Kjersti Sortland



Are Traasdahl



Lars Boilesen



Anders Opdahl

Digital Winners is the Nordic region's premier gathering of leaders and innovators in media, technology and communications.

Lokaldemokratiseminar

Kommunestyret arrangerer i dag 27/8 lokaldemokratiseminar med en rekke foredrag, blant annet den danske professor Eva Sørensen og ungdomspolitiker Edvard B.Værland. Det blir også paneldebatt med alle gruppelederne i de politiske partiene i kommunestyret under ledelse av Budstikka-redaktør Kjersti Sortland. Seminaret går av stabelen i Formannskapssalen i Rådhuset kl. 18.00.



Nabolag til kamp mot treningsråkjøring: – Tør ikke la barna gå alene



– Noen på rulleski er som «bambi på isen»



– Dersom ikke rulleskiløperne skjerper seg kan vi få et totalforbud



Mener veien er best for rulleskiløpere: – Lar meg ikke kaste ut av bilistene

5. Markedsposisjon og reklamesalg v/salgsdirektør Ulf Kvalvik



***Fra forsvar til angrep gjennom
helhetlig tenkning***

Salgsstrategi 2014-2016

Vi skal frem til 2016 stabilisere salgsresultatene og skape betydelig høyere digital vekting. Dette skal vi gjøre gjennom fokus på læring, struktur og kvalitet i arbeid.

Lokal handlingsplan:

- **Økning av inntekter og pris**
CPM snittpris løftes fra 100 til 150 gjennom en rabattstrategi som følger kundesegmentet og volum. Vi skal ha fokus på løsninger som skaper effekt for kundene og dokumentere dette gjennom analyse og god rådgivning.

Øke inntektene på store kunder og partnerkunder. Gjennom nye annonseløsninger (ref. produktutvikling) har vi et potensial til å øke inntektene til mellomstore og store kunder.

Kryssmedialt salg. Flere segmenter utnytter ikke godt nok alle våre kanaler.

Fulldistribusjon. Asker - og Bærumsavisen gir gode muligheter til fulldistribusjon/innstkk.

Salgsstrategi 2014-2016

Lokal handlingsplan, forts.:

- **Kvalitet i arbeidsmetoder**

Formål: Salgsavdelingen har gjort betydelige nedskjæringer i antall ansatte. Det gjør at vi må bli mer effektive og velorganiserte slik at vi ivaretar Budstikkas kjernevirksomhet. Gjennom kvalitet i arbeidsmetoder kan vi øke inntjening pr ansatt i avdelingen.

Segmentering av kundeportefølje Bruke mer tid på de kundene som gir mer omsetning tilbake. Kartlegge og segmentere kundene. Kartlegge vekstpotensialet og kryssmedialt potensial. Sette mål på flere parametere.

Digital kunnskapsløft Øke kunnskapen til selgerne slik at de kan tilby effektive og virkningsfulle kampanjer. Gjennom teamorganisering skal vi trene opp Digital kunnskap og løse felles Digitale utfordringer. Vi skal sammen jobbe for å øke Digital omsetning.

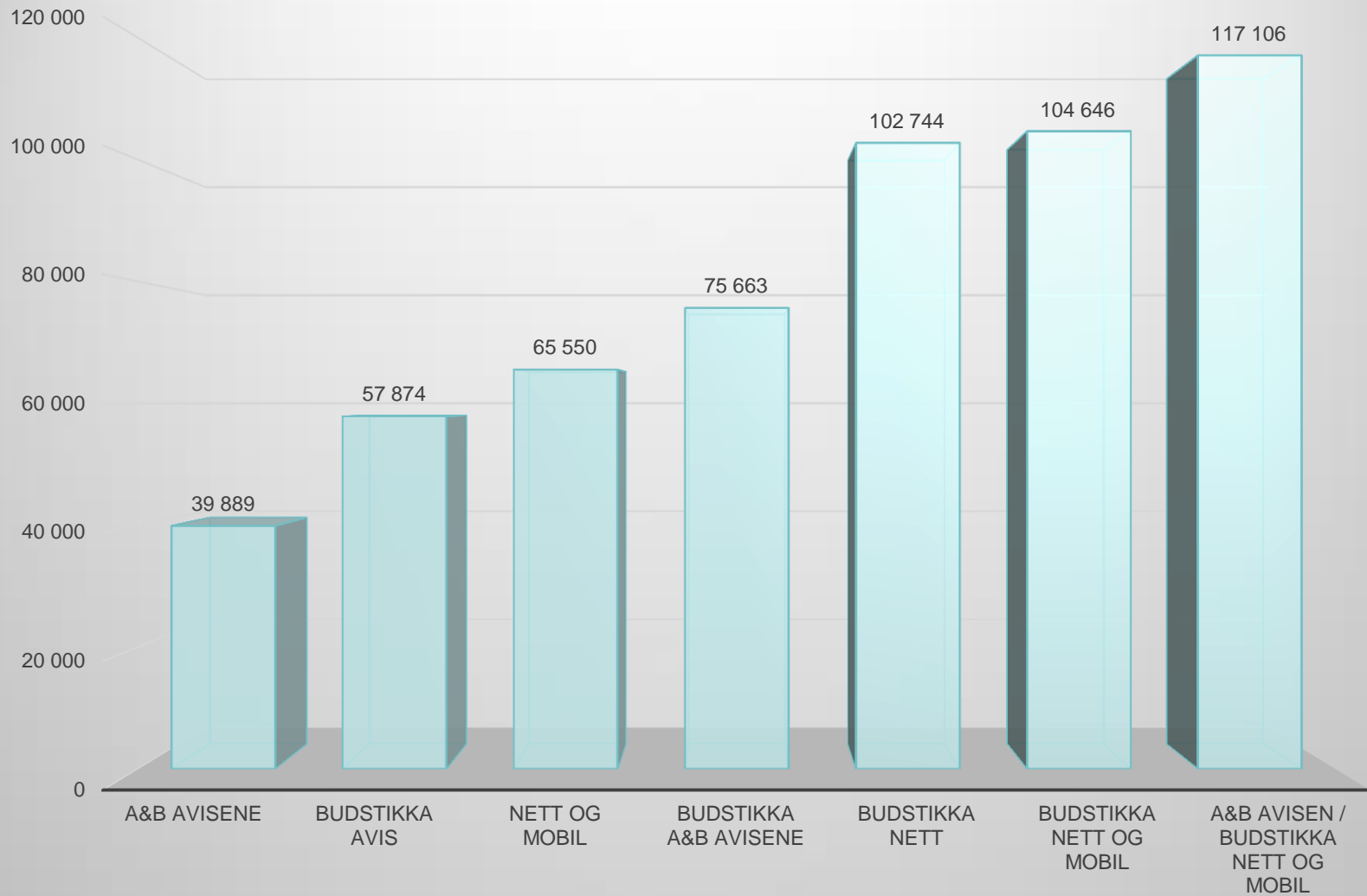
Aktivitetsmål Selgerne skal ha en plan på hvem de skal møte og hvor ofte de skal møte kundene ut i fra segmentering. Telefon og mail kontakt planlegges. Produktivitet måles gjennom å etablere CRM system.

Selge til flere kunder og kryssmedialt Vi har et potensiale til å selge til flere kunder kryssmedialt. Dette kartlegges gjennom kundesegmenteringen.

Analyse Ved å kartlegge kundens behov skal vi dokumentere bakgrunnen for nye annonseløsninger som skal gi kunden mer effekt og Budstikka større inntjening. Dette vil hjelpe oss til å argumentere mer mot en helhetlig løsning og lette trykke på rabatter.

TA GREP OM MARKEDET

Budstikka Media



Hvem treffer vi med våre kanaler?

Avis/Budstikka: **58.000** daglige lesere

Nett/budstikka.no: **40.000** daglige lesere

Mobil/budstikka.no: **15.000** daglige lesere

Askeravisen: **18.000** lesere pr
utgave

Bærumsavisen: **24.000** lesere pr
utgave

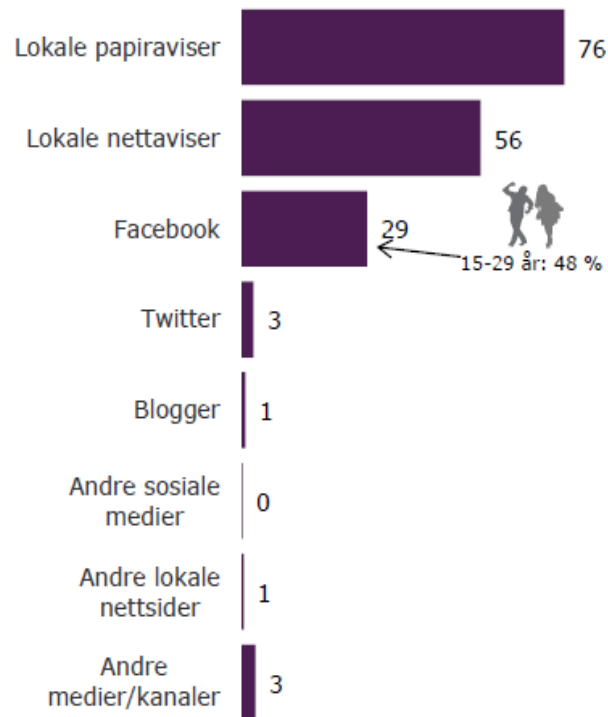
Ekstrahjelp: **13.000** ukentlige
brukere (15-25 år)

94.000
daglige
lesere

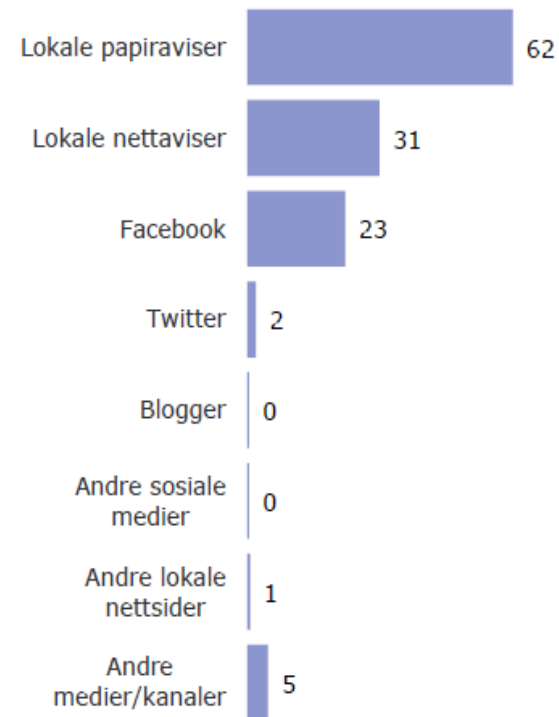


Viktigste medier **lokale** nyheter og hendelser

Hvilke medier er viktigst får å få informasjon om **hendelser og nyheter** i ditt lokalsamfunn/nærmiljø?



Hvilke medier er viktigst får å få informasjon om **politiske møter/arrangement** ditt lokalsamfunn/nærmiljø?



SOURCE : Social Media Tracker des 2013, base 1021



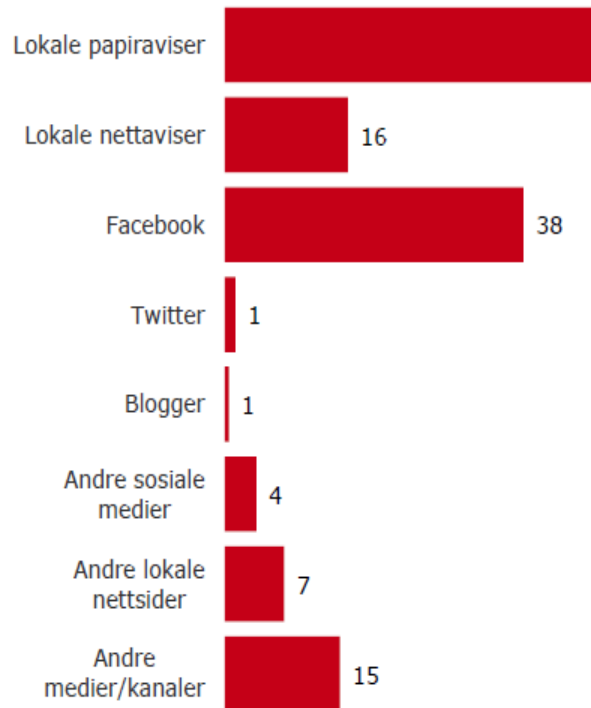
TNS Gallup

©TNS 2014

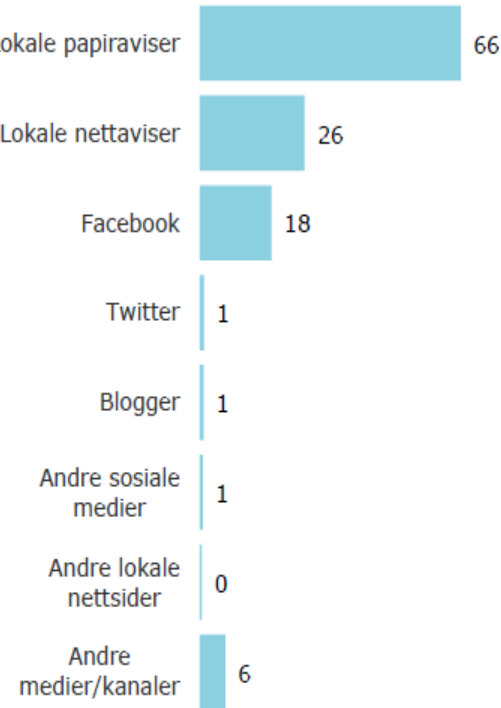


Viktigste medier lokalt kjøp og salg

Hvilke medier er viktigst får å få informasjon om **Kjøp og salg fra privatpersoner** i ditt lokalsamfunn/nærmiljø?



Hvilke medier er viktigst får å få informasjon om **kjøp og salg fra lokale bedrifter** i ditt lokalsamfunn/nærmiljø?



SOURCE : Social Media Tracker des 2013, base 1021



TNS Gallup

©TNS 2014



7. Oppsummering/avslutning



AKSJONÆRMØTER 2015

I 2015 avholdes følgende resultatpresentasjoner for aksjonærer og andre interessenter:

- Torsdag 12. februar 2015, kl. 18.00
- Onsdag 20. mai 2015, kl. 18.00
- Torsdag 24. september 2015, kl. 18.00