

KVARTALSRAPPORT

1. kvartal 2015

NHST MEDIA GROUP 125 ÅR



Hovedpunkter

- Konsernets omsetning i første kvartal var MNOK 319, som var en økning på 7 % eller MNOK 19 i forhold til første kvartal i fjor
- Inntektstypene fortsatte å utvikle seg ulikt, lesermarkedsinntektene økte med 4 %, annonseinntektene ble redusert med 5 %, mens sum serviceinntekter økte med 28 %
- Serviceinntektene og driftsresultatet inkluderer en netto engangseffekt på MNOK 11 ved salg av konsernets leiekontrakt i London. Ekskludert denne effekten var veksten innen serviceinntektene på 12 %
- Resultatene fra driften viste klar fremgang. EBITDA steg MNOK 23 til MNOK 16, mens driftsresultatet (EBIT) snudde fra et underskudd på MNOK 18 forrige år til et overskudd på MNOK 5 i år i første kvartal
- Omsetningsveksten var igjen størst Direct Relations med 20 %, fulgt av Nautical Charts 14 %, mens Global vokste 1 % (eksklusiv engangseffekter), og DN 1 % sammenlignet med første kvartal i fjor
- Samtlige virksomhetsområder hadde resultatfremgang
- Konsernet hadde en vekst i digitale inntekter på 23% og de utgjør nå i overkant av 30 % av konsernets samlede inntekter

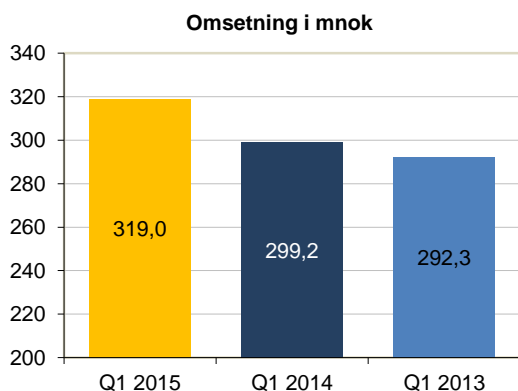
FØRSTE KVARTAL 2015

Tall i MNOK	Q1 2015	Q1 2014	Endring i %
Omsetning	319,0	299,2	7 %
Driftskostnader	313,6	317,3	-1 %
EBITDA	15,9	-7,2	N/A
Driftsresultat	5,4	-18,0	N/A
Netto finans	-0,2	-2,4	
Resultat før skatt	5,1	-20,4	

Første kvartal ble preget av fremgang i de fleste av konsernets internasjonale virksomheter, og av at DN gjorde det bedre i et norsk mediemarked i tilbakegang. Tiltakene som ble annonsert og implementert gjennom andre halvår 2014 for å redusere kostnadsbasen har bidratt til at kostnadene er redusert med 1 % i løpende kroner. Justert for økte salgskostnader og valutaeffekter var underliggende kostnadsreduksjon på over 5 %. Konsernets lønnsomhet utviklet seg dermed positivt gjennom første kvartal. Valutaeffekter påvirket konsernets globale virksomheter i første kvartal på både omsetnings- og kostnadssiden med en netto positiv effekt i kvartalet på MNOK 3. Det ventes positive resultateffekter fra valuta også fremover.

NHST konsernet i kvartalet

Omsetningen i første kvartal var MNOK 319 som var MNOK 19 høyere enn i samme periode i fjor. En svak periode med tilbakegang, i andre og tredje kvartal i fjor, ble etterfulgt av et bedre fjerde kvartal på nivå med året før og nå et første kvartal 2015 med vekst. Underliggende utvikling følger samme mønster som andre halvår 2014 med vekst i service- og lesermarkedsinntektene, mens annonseinntektene faller. Veksten i serviceinntekter var MNOK 19, men av dette var MNOK 11 en engangseffekt av salget av en husleiekontrakt i London.

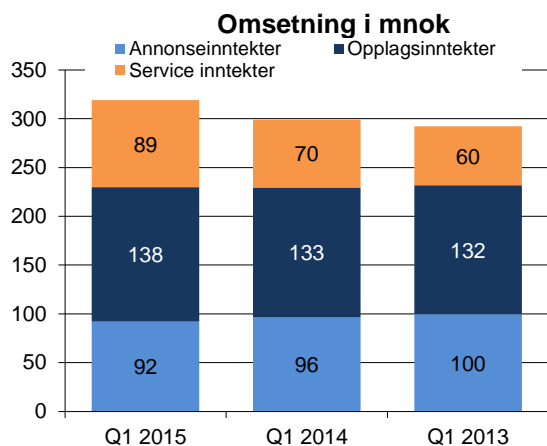


Samlede annonseinntekter endte på MNOK 92 i kvartalet, mot MNOK 97 i samme periode i fjor. Tilbakegangen var dermed 5 %. Markedsforholdene for avisannonser i Norge fortsetter å være krevende. Både DN og Global var tilbake i kvartalet. Global falt mest. Digitale annonseinntekter vokser signifikant, men fallet i papir er fortsatt større enn veksten digitalt i løpende inntekter.

De samlede lesermarkedsinntektene vokste med 4 % i kvartalet, eller samme veksttakt som i forrige kvartal. Det var vekst i samtlige publikasjoner unntatt Recharge. Lesermarkedsinntektene endte på MNOK 138, mot MNOK 133 i tilsvarende periode i fjor og MNOK 139 i fjerde kvartal 2014.

Lesermarkedsinntektene utgjorde 43 % av totale inntekter i første kvartal, mot 44 % for hele året 2014. I første kvartal utgjorde serviceinntektene, inkludert engangseffekten av husleietransaksjonene, 97 % av annonseinntektene. Annonseinntektene i førstekvartal er nor-

malt relativt lave, men veksttakten i serviceinntekter gjør at denne inntektsgruppen blir stadig viktigere for konsernet.

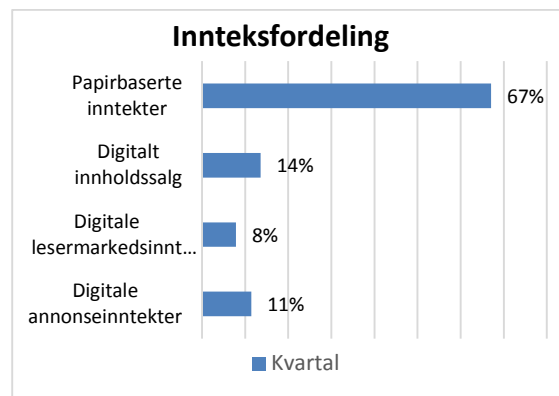


I første kvartal var samlet vekst i serviceinntektene på 28 % mot samme periode forrige år. Eksklusiv engangseffekten var veksten 12 %. Det var tiltakende vekst i Direct Relations, opp 20 %, mens veksten i Nautical Charts var 14 % i kvartalet, som var noe lavere enn i fjerde kvartal 2014.

Digitale inntekter fortsatte å vokse, til dels betydelig i første kvartal. I kvartalet var over 30 % av konsernets inntekter «hel digitale» og i mars på det høyeste nivået til nå.

Veksten i digital inntekter i kvartalet var 23 %, mot en veksttakt i fjor på rundt 14 % i tre av fire kvartaler.

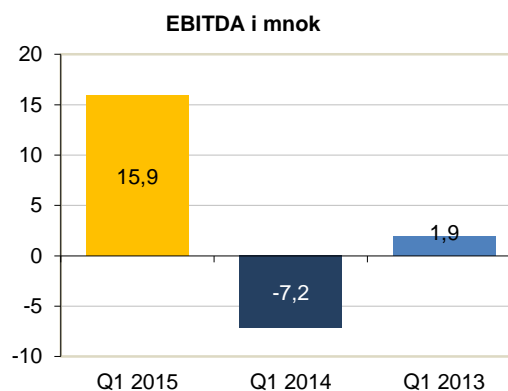
For de publisistiske virksomhetene var digitalveksten 18 % mot samme periode i fjor. Det var på linje med tredje og fjerde kvartal og opprettholder trenden som startet sommeren 2014. Det var vekst i både digitale lesermarkeds- og annonseinntekter.



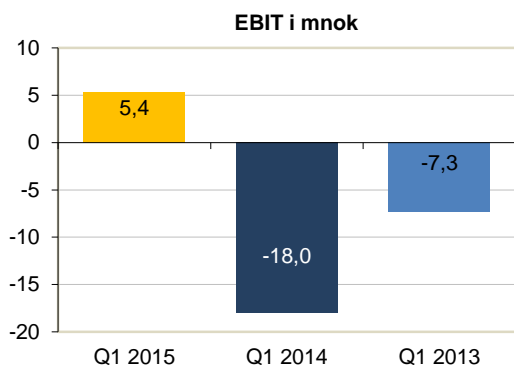
Øvrige digitale inntekter i konsernet økte med 16 %, som var mer enn snittet på 9 % i fjor. De digitale service inntektene er fortsatt først og fremst drevet av Direct Relations.

Kostnadene i første kvartal endte på MNOK 314. Det er ned 1 % fra samme periode i fjor, mot en tilbakegang på 4 % i fjerde kvartal. Justert for valutaeffekter i de globale virksomhetene var den underliggende nedgangen i kostnadene større. Kostnadstiltakene som ble iverksatt i fjor har dermed effekt inn i 2015.

EBITDA endte med et overskudd på MNOK 16, som er frem MNOK 23 i forhold til samme periode forrige år. Både EBITDA og driftsresultatet inneholder en engangseffekt på MNOK 11 for salget av en leiekontrakt i London.



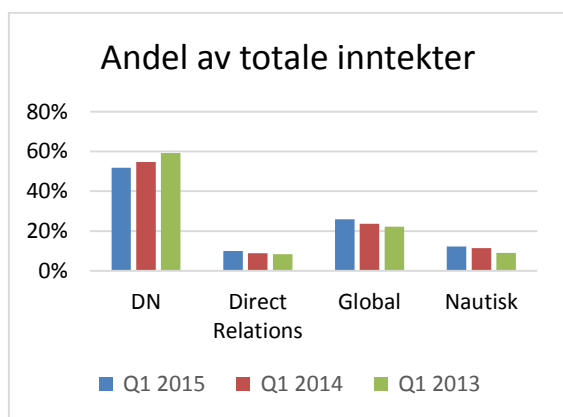
Driftsresultatet i første kvartal var et overskudd på MNOK 5, en resultatforbedring på MNOK 23 fra et resultat på minus MNOK 18 i samme periode forrige år.



Netto resultat før skatt ble et overskudd på MNOK 4.

Totalkapitalen i konsernet fulgte normalutviklingen i første kvartal og steg. Egenkapitalandelen endte på 17 %, og falt som følge av en sesongmessig økning i balanseverdiene. Den underliggende kontantstrømmen i konsernet og likviditetssituasjonen er tilfredsstillende. Samlet likviditet endte på MNOK 210, som var en økning på MNOK 44. Konsernet har ett rentebærende lån som utgjør MNOK 50.

Nærmere om forretningsområdene i kvartalet

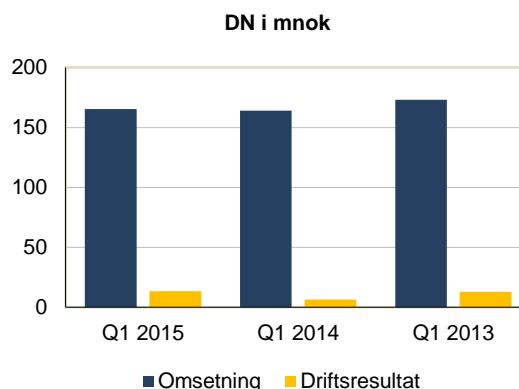


Forretningsområdet DN

Inntektene i kvartalet steg med 1 % eller MNOK 1 mot tilsvarende periode forrige år.

Annonseinntektene var ned 2 % i første kvartal. Underliggende er det et større fall på annonseinntektene fra papirproduktene, mens digitale annonseinntekter hadde kraftig vekst i

kvartalet og mars var ny all time high. Utviklingen i digitale annonseinntekter blir drevet av høy etterspørsel og et betydelig høyere varelag i form av trafikkøkning på DN.no og andre digitale produkter. Det er primært merkevareannonser som vokser.



Lesermarkedsinntektene vokste med 2 %. Også innen dette inntektsområdet kommer en økt andel av inntektene fra digitale produkter. Lesermarkedsinntektene endte på MNOK 92, mot henholdsvis MNOK 89, 99 og 97 i andre, tredje og fjerde kvartal i fjor.

Driftsresultatet i første kvartal var MNOK 13 som er frem MNOK 7 fra samme periode i fjor. Driftsmarginen var 8 % som er på linje med 2014 som helhet. Kostnadene i første kvartal endte MNOK 5 under 2014 nivået. Det ble gjennomført kostnadskutt i andre halvår, og disse tiltakene har hatt effekt inn i 2015.

Forretningsområdet Global

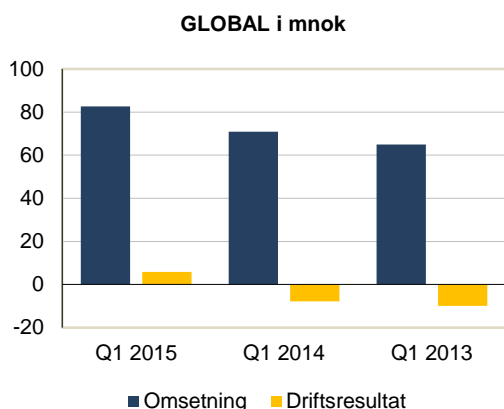
Global omfatter fra 2015 virksomhetene Tradewinds, Upstream, Intrafish Media, Recharge og Europower. Sammenligningstall er oppdatert for å reflektere dette.

Omsetningen i kvartalet endte på MNOK 83 som er frem 17 % fra tilsvarende periode i 2014. Eksklusiv engangseffekten ved salget av husleiekontrakten i London, var veksten MNOK 1, eller 1 %. Det var inntektsvekst i Tradewinds, flatt i Intrafish og tilbakegang i øvrige virksomheter på topplinjen. Sammenlignet med samme kvartal i fjor er valutaeffekten

for de globale virksomheten betydelige, i form av en mye svakere krone mot hovedvalutaene i Global som er GBP, USD og EUR.

Annonseinntektene i kvartalet var tilbake 10 %, som er andre kvartal på rad med tilbakegang etter et fall på 5 % i fjerde kvartal i fjor. Kun en av de fem virksomhetene hadde vekst i annonseinntektene, men det svinger fortsatt fra måned til måned. Det var særlig Upstream som var i annonsemessig tilbakegang i første kvartal.

Lesermarkedsinntektene fortsatte derimot å vokse til MNOK 43 som er frem MNOK 3 eller 8 %. Veksten i lesermarkedsinntektene lå på dette nivået gjennom hele 2014 og fortsatte nå inn i 2015. Samtlige virksomheter unntatt Recharge vokste. Både de digitale og papirbaserte inntektene økte.

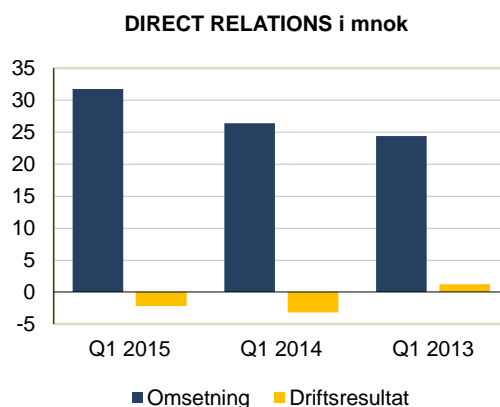


Driftskostnadene i kvartalet var MNOK 77. Underliggende kostnadsbase var lavere enn på samme tid i fjor og også lavere enn i fjerde kvartal, men valutaeffektene drar kostnadene oppover i løpende kroner. Likevel var kostnadene ned 2 % sammenlignet med samme periode i 2014.

Driftsresultatet ble forbedret med MNOK 14 før, og MNOK 3 etter, engangseffekter. Lønnsomheten var dermed på vei opp i segmentet som helhet, men det er et blandet bilde mellom virksomhetene. Ytterligere forbedringer må til for å nå lønnsomhetsmessige mål.

Forretningsområdet Direct Relations

Direct Relations vokste 20 % i første kvartal, på toppen av et sterkt fjerde kvartal. Inntektene endte på MNOK 32, frem fra MNOK 26 på samme tid i fjor. I fjerde kvartal var inntektene MNOK 29. Veksten er delvis drevet av økt kundebase og delvis av prisøkninger i noen markeder.



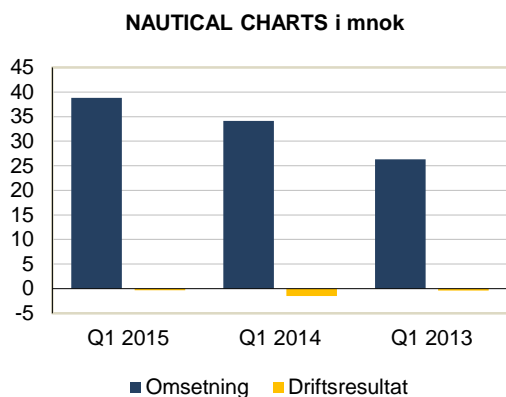
Driftskostnadene i virksomheten fortsatte også å stige med 15 %. Kostnadene endte på MNOK 34 som er MNOK 4 høyere enn i samme periode i fjor som følge av økningen av salgsressurser og produktutvikling gjennom 2014, men det var MNOK 3 lavere enn i fjerde kvartal. Endringen fra fjerde kvartal skyldes primært provisjonsutbetalinger, men også noen endringer i utviklingskostnadene og antall medarbeidere.

Driftsresultatet endte med et underskudd på MNOK 2, som er bedre enn på samme tid i fjor. Utviklingen var drevet av høyere inntekts- enn kostnadsvekst i kvartalet. Underliggende bidrar satsningen i UK, Tyskland og på produktutvikling til underskuddet, mens det nordiske markedet leverer et klart bidragsmessig overskudd.

Forretningsområdet Nautical Charts

Inntektsveksten fortsatte også for denne virksomheten. Inntektene endte på MNOK 39 som er en fremgang på MNOK 5 mot samme periode i fjor og mot fjerde kvartal. Bristol, Hong Kong og New Orleans drev veksten i første

kvartal. Dette er sjette kvartalet på rad med topplinjevekst i Nautical Charts.



Samlede kostnader i første kvartal steg med MNOK 4, eksklusiv varekostnader med MNOK 2,5. Marginbildet var dermed i bedring, mens valutaeffektene negativt påvirker andre driftskostnader i øyeblikket.

Driftsresultater var et underskudd på MNOK 0,3. Det er fremgang fra samme periode i fjor og fra fjerde kvartal, men lønnsomheten er fortsatt ikke tilfredsstillende. Det er gjennomført tiltak også i første kvartal for å justere kostnadsbasen fremover.

Det pågår mye digital utvikling i Nautical Charts. Først ute er NaviTab – et digitalt produkt for lesning av nautiske publikasjoner som lanseres i andre kvartal.

Forretningsområdet andre

Dette området består nå kun av virksomheten i morselskapet, samt Smartcom i sammenlignbare tall for 2014. Smartcom konsolideres i 2015 som et tilknyttet selskap under finansposter, sammen med Morgenbladet.

Morselskapets regnskap er i første kvartal påvirket av engangskostnader knyttet til en rettsprosess i UK med MNOK 3. Det utgjør vekten i kostnadsbasen fra første kvartal i fjor.

Utsikter

Markedsforholdene i mediebransjen fortsetter å være utfordrende, særlig annonseinntektene for aviser. Estimaterne til eksterne analysebyråer er at annonsemarkedet i 2015 vil fortsette å falle og bli stadig mer diversifisert.

Resultatet i første kvartal var i klar bedring. Utviklingen ble drevet både av økte inntekter og lavere kostnader. Det er fortsatt usikkerhet rundt inntektsutviklingen, mens det løpende er prosjekter som sikter på å justere kostnadsbasen for å bedre lønnsomheten.

Hendelser etter balansedagen

Virksomheten Fishing News Weekly er solgt med virkning fra andre kvartal.

NHST har kjøpt alle aksjene i Innholdsutvikling AS, som eier den norske medieovervåkeren Intermedium AS. Også det med effekt i andre kvartal.

Generalforsamling

Endelig dato for generalforsamlingen er satt til onsdag 27 mai kl. 9:00 i selskapets lokaler.

Oslo, 24.04.2015

Styret i NHST Media Group AS

NØKKELTALL NHST MEDIA GROUP					
(MNOK)	1. Kvartal 15	1. Kvartal 14	2014	2013	2012
Omsetning (***) (****)	319,0	299,2	1 235,4	1 236,8	1 200,0
Driftskostnader (****)	303,1	306,4	1 201,2	1 184,1	1 118,0
Ordinære avskrivninger	10,6	10,9	44,5	43,6	37,7
EBITDA	15,9	-7,2	34,2	52,7	82,0
Driftsresultat (***)	5,4	-18,0	-10,3	9,1	44,2
Netto finansinntekter	-0,2	-2,4	-4,4	-3,5	-4,1
Resultat før skatt	5,1	-20,4	-14,7	5,6	40,1
Resultat etter skatt totalt (*)	2,2	-15,9	-17,2	-8,2	24,0
Minoritetsinteresser	0,1	0,0	1,4	1,3	1,1
Resultat etter skatt majoritet (*)	2,0	-16,0	-18,6	-9,4	22,9
Antall aksjer	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925
Fortjeneste per aksje, i kr.	1,7	-12,4	-13,4	-6,3	18,7
Antall ansatte	730	748	751	736	711
Antall årsverk(**)	719	739	741	728	700
	31.03.2015	31.12.2014			
Immaterielle eiendeler	125,8	134,4			
Andre anleggsmidler	95,4	100,0			
Sum anleggsmidler	221,2	234,4			
Varer	23,2	24,9			
Kundefordringer	109,7	133,3			
Andre kortsiktige fordringer	65,6	24,8			
Bankinnskudd og kontanter	210,3	166,3			
Sum omløpsmidler	408,8	349,3			
Sum eiendeler	629,9	583,7			
Egenkapital	94,4	96,7			
Minoritetsandel	12,1	11,9			
Sum egenkapital	106,4	108,6			
Langsiktig gjeld	19,9	19,6			
Leverandørgjeld	38,7	45,3			
Forskudd fra kunder	282,7	237,2			
Annen kortsiktig gjeld	182,2	173,2			
Sum gjeld	523,5	475,1			
Sum egenkapital og gjeld	629,9	583,7			
(*) Benyttet skattesats på 28 % ved beregning av kvartal-tallene.					
(**) Helårstallene er gjennomsnitt for året, kvartalstall er ved utgangen av kvartalet.					
(***) Omsetning og resultat for 2012 er omarbeidet for å reflektere nytt inntektsføringsprinsipp for Mynewsdesk					
(****) Akkumulert omsetning og kostnader i 2012 er korrigert for en feil i eliminert omsetning i Nautisk.					
De 10 største aksjonærene pr. 31/3-15					
Bonheur ASA	27,00 %				
Ganger Rolf ASA	27,00 %				
Must Invest AS	21,75 %				
Fredrik Olsen AS	2,20 %				
Falck Frås A/S	1,83 %				
Sjøgress AS	1,80 %				
Pareto AS	1,67 %				
MP Pensjon	1,57 %				
Røed Gunvor Jorunn Hammer	1,18 %				
Dnb Livsforsikring	1,10 %				

NHST KONSERN (MNOK)	Q1 2015	Q1 2014	Diff 15/14
Konsernomsetning	319,009	299,249	7 %
Driftskostnader	313,627	317,265	-1 %
Amortisering konsern	-3,814	-4,407	13 %
Driftsresultat	5,382	-18,015	N/A
Netto finans	-0,239	-2,415	90 %
Resultat før skatt	5,143	-20,430	N/A
SEGMENT DAGENS NÆRINGSLIV			
DN SAMLET (MNOK)	Q1 2015	Q1 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	165,382	163,894	1 %
Driftskostnader	151,933	157,398	-3 %
Driftsresultat	13,449	6,497	107 %
Netto finans	1,893	2,062	-8 %
Resultat før skatt	15,343	8,559	79 %
SEGMENT GLOBAL			
GLOBAL TOTAL (MNOK)	Q1 2015	Q1 2014 **	Diff 15/14
Samlede inntekter	82,687	70,870	17 %
Driftskostnader	76,814	78,644	-2 %
Driftsresultat ***	5,873	-7,773	N/A
Netto finans	-0,104	-0,795	87 %
Resultat før skatt	5,769	-8,568	N/A
** Inkluderer konsoliderte tall for NHST Asia			
*** Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill			
SEGMENT DIRECT RELATIONS			
DIRECT RELATIONS TOTAL (MNOK)	Q1 2015	Q1 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	31,778	26,415	20 %
Driftskostnader	33,950	29,591	15 %
Driftsresultat *	-2,173	-3,175	32 %
Netto finans	0,120	0,054	121 %
Resultat før skatt	-2,053	-3,121	34 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill			
SEGMENT NAUTICAL CHARTS			
NAUTICAL CHARTS TOTAL (MNOK)	Q1 2015	Q1 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	38,852	34,127	14 %
Driftskostnader	39,189	35,645	10 %
Driftsresultat *	-0,337	-1,517	78 %
Netto finans	-0,894	-1,587	44 %
Resultat før skatt	-1,232	-3,104	60 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill			
SEGMENT OTHER			
OTHER TOTAL (MNOK)	Q1 2015	Q1 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	22,994	25,718	-11 %
Driftskostnader	30,611	33,357	-8 %
Driftsresultat *	-7,617	-7,639	0 %
Netto finans	-1,253	-2,150	42 %
Resultat før skatt	-8,870	-9,789	9 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill			