

KVARTALSRAPPORT

2. kvartal 2015

NHST MEDIA GROUP 125 ÅR



Hovedpunkter

- Omsetningen i andre kvartal var MNOK 324, det samme som i andre kvartal i fjor
- Inntektsartene fortsatte å utvikle seg meget ulikt også i andre kvartal. Serviceinntektene vokste med 24 %, opplagsinntektene var stabile, mens annonseinntektene var tilbake 13 %.
- Det var store variasjoner i omsetningsutviklingen mellom datterselskapene. Direct Relations økte med 36 %, Nautical Charts økte med 23 %, Global økte med 2 %, mens det største virksomhetsområdet DN var tilbake 8 % i omsetning.
- Driftsresultatene i kvartalet var en EBITDA på MNOK 30 og EBIT på MNOK 20, tilbake henholdsvis MNOK 3,5 og 2 mot samme periode i fjor.
- Andre kvartal viste bedre driftsresultater i Global og Other, mens DN, Direct Relations og Nautical Charts var tilbake.
- Konsernet hadde en vekst i digitale inntekter på 12 % og de utgjorde i andre kvartal 30 % av totale inntekter. Det pågår en omfattende digital utvikling i alle forretningsområder og det var flere lanseringer i kvartalet.
- Konsernet kjøpte seg opp til 100 % eierskap i nyhetsovervåkningsselskapet Intermedium i andre kvartal. Fishing News Weekly ble solgt med en svakt positiv resultat effekt.

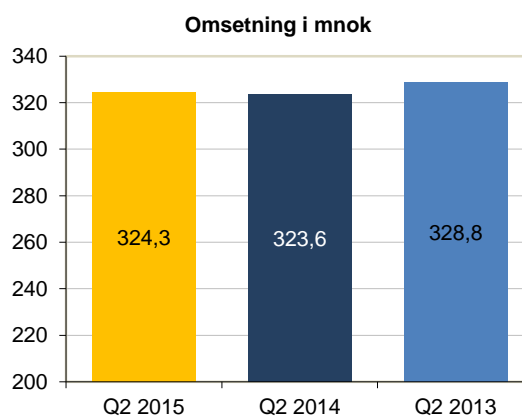
ANDRE KVARTAL 2015

Tall i MNOK	Q2 2015	Q2 2014	Endring i %	YTD Q2 2015	YTD Q2 2014	Endring i %
Omsetning	324,3	323,6	0 %	643,4	622,9	3 %
Driftskostnader	304,3	301,4	1 %	617,9	618,7	0 %
EBITDA	30,0	33,5	-11 %	45,9	26,3	74 %
Driftsresultat	20,1	22,2	-10 %	25,5	4,2	509 %
Netto finans	-1,0	0,2		-1,3	-2,2	
Resultat før skatt	19,0	22,4		24,2	1,9	

I andre kvartal var det tre hovedtrender som preget NHSTs omsetningsutvikling; reduksjoner i annonseinntektene, fortsatt kraftig vekst i service inntektene og at samlet omsetning i andre virksomheter for første gang var større enn DN. Omsetningen i konsernet endres mot andre inntektsstrømmer enn de tradisjonelle annonseinntektene både for de publisistiske virksomhetene, og ikke minst som følge av vekst i konsernets øvrige aktiviteter. Annonseinntekter har imidlertid fortsatt bedre marginer enn andre inntekter, og tilbakegangen på annonseinntekter svekker isolert sett driftsresultatet. Underliggende driftskostnader fortsatte å falle i andre kvartal, men effekten i norske kroner er ikke like sterk som følge av en svak NOK og av stigende varekostnad i Nautical Charts som følge av økt salg. Akkumulert er lønnsomheten i konsernet bedret. Det er imidlertid fortsatt deler av konsernet som ikke leverer tilfredsstillende driftsmarginer, og ytterligere kostnadstiltak pågår. Den digitalt rettede produktutviklingen er omfattende, og suksess her er helt sentralt i den videre forretningsutviklingen.

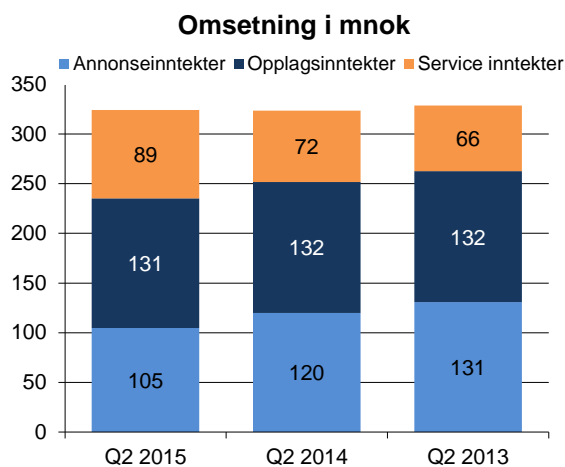
NHST konsernet i kvartalet

Omsetningen i andre kvartal var MNOK 324 som var på linje med samme periode i fjor. På sammenlignbar virksomhet var omsetningen ned 1 %. Underliggende, før valutaeffekter og ny virksomhet, ble dermed et første kvartal med vekst etterfulgt av et andre kvartal med noe tilbakegang i samlet underliggende omsetning. Det var den sterke veksten i konsernets ikke publisistiske virksomheter som understøttet topplinjeutviklingen, mens annonseinntektene fortsatte å falle. Annonsemarkedene svekkes, særlig i Norge. Det påvirker både DN og Intrafish, men også internasjonale bransjer som olje og gass har tilbakegang som rammer Upstream.



Samlede annonseinntekter endte på MNOK 105 i kvartalet, mot MNOK 120 i samme periode i fjor. Tilbakegangen var dermed 13 %. Det var tilbakegangen i DN som påvirket konsernet mest. Global Publications hadde en moderat reduksjon. De samlede digitale annonseinntektene vokste - drevet både av etterspørsel og et høyere varelager i form av trafikk.

Opplagsinntektene endte på MNOK 131, mot MNOK 132 i tilsvarende periode i fjor og MNOK 138 i første kvartal.

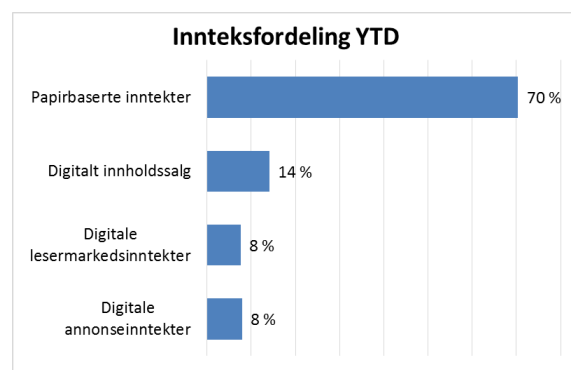


Opplagsinntektene fortsetter å utgjøre den største inntektsarten med over 40 %, mens reduksjonen i annonser og veksten i ikke publisistiske virksomheter gjør at deres relative posisjon endres.

Veksten i service inntektene var 24 %, mot 12 % i første kvartal. Det er god veksttakt både i Direct Relations og i Nautical Charts. Samlede inntekter fra disse områdene, samt noe andre mindre andre inntektsstrømmer som konferanser, endte på MNOK 89 i andre kvartal.

Samlede digitale inntekter fortsatte å vokse også i andre kvartal. I kvartalet var igjen 30 % av konsernets inntekter «heldigitale», etter at de for første gang gikk over 30 % i første kvartal - når annonsevolumet var som normalt noe lavere.

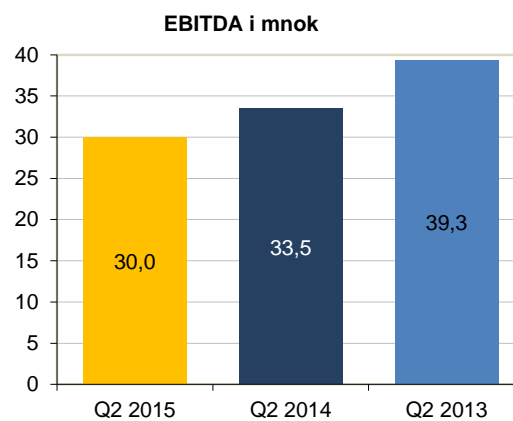
Veksten i digitale inntekter i kvartalet var 12 %, mot en veksttakt i fjor på rundt 14 %, og hele 23 % i første kvartal. Det er først og fremst veksten i digitale annonser som var lavere i andre kvartal enn forutgående kvartaler.



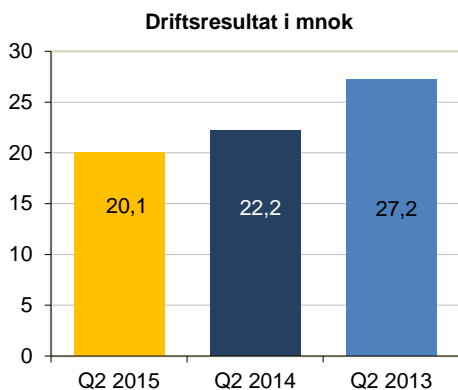
Øvrige digitale inntekter i konsernet økte med 29 %, som var mer enn snittet på 9 % i fjor. Disse inntektene er først og fremst drevet av Direct Relations.

Kostnadene i andre kvartal endte på MNOK 304. Det var opp 1 % fra samme periode i fjor, mot en tilbakegang på 1 % i første kvartal og minus 4 % i fjerde kvartal i fjor. Underliggende før valutaeffekter i de globale virksomhetene, ny virksomhet og økt varekjøp som følge av økt salg, fortsatte den underliggende nedgangen i kostnadsbasen også i andre kvartal.

EBITDA endte med et overskudd på MNOK 30, som er tilbake MNOK 3,5 i forhold til samme periode forrige år.



Driftsresultatet i andre kvartal var et overskudd på MNOK 20, som er en tilbakegang på MNOK 2.



Netto resultat før skatt ble et overskudd på MNOK 19. Men resultatet etter skatt ble MNOK 19. Skattekostnaden i kvartalet ble påvirket av en inntektsføring av et fremførbart skattemessig underskudd.

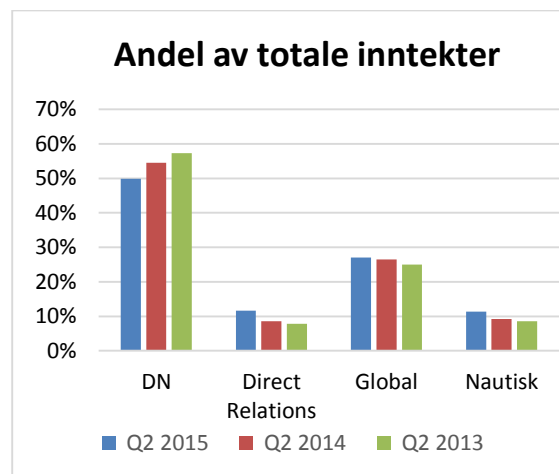
Totalkapitalen i konsernet fulgte normalutviklingen i andre kvartal og falt noe. Egenkapitalandelen endte på 19 %, og økte som følge av resultatet og den sesongmessige svingningen i balanseverdiene. Den underliggende kontantstrømmen i konsernet og likviditetssituasjonen er tilfredsstillende. Samlet likviditet endte på MNOK 202, som var en netto kontantstrøm på minus 8 i kvartalet. Konsernet har et rentebærende lån som utgjør MNOK 50.

Akkumulert per andre kvartal

Omsetningen etter to kvartaler endte på MNOK 643, som er MNOK 20 opp fra MNOK 623 etter andre kvartal i fjor. Akkumulert vokste opplagsinntektene 1 %, mens annonseinntektene var tilbake 9 %. Service inntektene vokste 26 %, eller 17 % etter engangseffekter.

Driftsresultatet etter seks måneder var MNOK 25, som er MNOK 21 bedre enn på samme tid i fjor. Alle virksomhetsområdene har bidratt til resultatfremgangen, inkludert Global, også før engangseffekten av salget av leiekontrakten på MNOK 11.

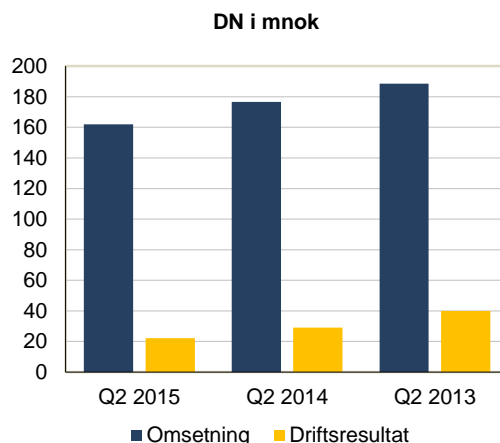
Nærmere om forretningsområdene i kvartalet



Forretningsområdet DN

Inntektene i kvartalet falt med 8 % eller MNOK 15 mot tilsvarende periode forrige år.

Annonseinntektene var tilbake 17 % i andre kvartal. Underliggende var det igjen et større fall på annonseinntektene fra papirproduktene, mens de digitale annonseinntektene vokste. Det samlede fallet i annonseinntektene var drevet av en kombinasjon av volum og pris. Den gode utviklingen med trafikkvekst på DN's digitale flater fortsatte gjennom andre kvartal.



Opplagsinntektene falt med 2 % i andre kvartal, det første fallet siden andre kvartal 2014. Andelen digitale opplagsinntekter økte, sammen med kombinasjons- og weekendprodukter. Opplagsinntektene endte på MNOK 88, mot MNOK 92 i første kvartal, men det var

færre avisdager i andre kvartal enn i fjor som følge av Påsken.

Driftsresultatet i andre kvartal var MNOK 22 som er tilbake MNOK 7 fra samme periode i fjor. Driftsmarginen akkumulert til nå er 11 % som er litt høyere enn året som helhet i fjor på 8 %. Kostnadene i andre kvartal endte MNOK 7 lavere enn i samme periode i fjor. Kostnadsreduksjoner sammen med lavere trykk og distribusjonskostnader dro kostnadsnivået ned.

Akkumulert inntekter etter første halvår var MNOK 327, som er 4 % lavere enn samme periode i fjor. Tilbakegangen skyldes fallet i annonseinntekter. Driftsresultatet var på MNOK 36 - det samme som etter første halvår i fjor. Kostnadene har falt 4 % i første halvår.

Morgenbladet konsolideres foreløpig kun som en tilknyttet selskap i konsernet og påvirker således ikke virksomhetsområdet DN. Morgenbladets omsetning etter årets første 6 måneder var MNOK 30, som er en fremgang fra i fjor. Driftsresultatet var MNOK 4, også det frem fra tilsvarende periode i fjor. NHST eier 34% av aksjene, men har en opsjon til å kjøpe seg opp til 90 % i første kvartal 2016.

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 88, som er frem 2 % fra tilsvarende periode forrige år. Det er på linje med veksten i første kvartal, men underliggende, før valutaeffekter, falt omsetningen i andre kvartal. Unntaket var Tradewinds med en vekst på 15 %.

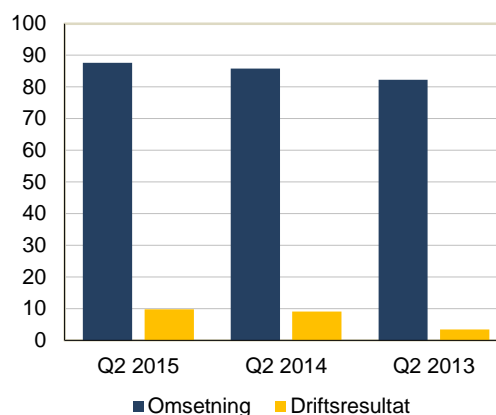
Opplagsinntektene fortsatt å vokse i andre kvartal til MNOK 43 som var frem MNOK 3, eller 8 %. Veksttakten i opplagsinntektene holder seg og blir en stadig viktigere inntektsstrøm for de globale publikasjonene. I andre

kvartal var det særlig Tradewinds som vokste. Det var vekst både i digitale og papirbaserte opplagsinntekter i Global.

Det var også i andre kvartal en svak nedgang i annonseinntektene, først og fremst som følge av lavere annonseinntekter i Intrafish (ref salg under), men også markedsforholdene for Upstream er utfordrende med store kostnadsprogrammer i oljebransjen internasjonalt. På den annen side vokste annonseinntektene i Tradewinds som følge av konferansen Nor-Shipping som avholdes i Oslo annethvert år. Det har vært en rekke viktig bransjekonferanser i Global i andre kvartal som påvirket både inntekts- og kostnadsnivået.

Intrafish gjennomførte salget av Fishing News Weekly i begynnelsen av kvartalet. Det vil påvirke sammenlignbare tall for Intrafish siden mai. Salget isolert sett hadde kun en svak positiv resultat effekt.

GLOBAL i mnok



Samlede driftskostnader var MNOK 78, som til tross for høyt aktivitetsnivå var på nivå med første kvartal. Mot samme periode i fjor økte kostnadene 1 %, i sin helhet valutaeffekter. Underliggende kostnader er redusert i tråd med tiltakene som er gjennomført på nivå med en reduksjon på 4-5 %.

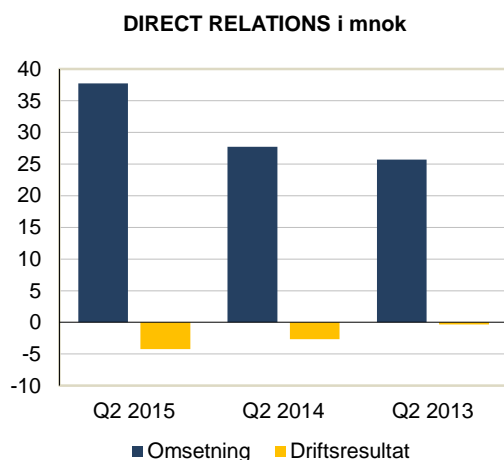
Driftsresultatet ble forbedret med MNOK 1 i andre kvartal og endte på MNOK 10. Det var andre kvartal på rad med forbedring. Lønnsomheten i segmentet er på vei opp, men det fortsetter å være for store ulikheter mellom

virksomhetene. Ytterligere forbedringer må til for å nå lønnsomhetsmessige mål, og det pågår en rekke tiltak for å lykkes med dette.

Akkumulert var omsetningen MNOK 170 etter første halvår, som er MNOK 13 høyere enn på samme tid i fjor, ekskludert engangseffekter er veksten 2 %. Akkumulert til nå i år er det primært Tradewinds som har drevet inntektsveksten. Akkumulert driftsresultat var MNOK 16 som er frem MNOK 15. Underliggende fra driften var fremgangen MNOK 5.

Forretningsområdet Direct Relations

Direct Relations vokste 36 % i andre kvartal etter en vekst på 20 % i første kvartal. Tallene for 2015 inkluderer fra mai den oppkjøpte virksomheten Intermedium. Inntektene endte på MNOK 38, frem fra MNOK 28 på samme tid i fjor. Veksten drives både av et økende antall kunder og økte inntekter per kunde.



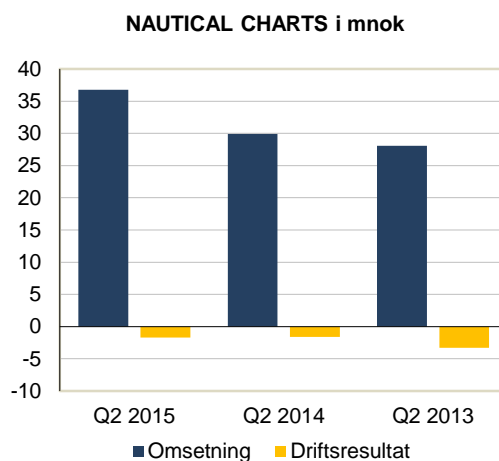
Driftsresultatet endte med et underskudd på MNOK 4, som var noe svakere enn på samme tid i fjor. Resultatutviklingen skyldes økt investering i produktutvikling samt satsningene i nye markeder. Driftskostnadene steg samlet med 38 % i andre kvartal, til MNOK 42.

Akkumulert endte inntektene på MNOK 69 etter seks måneder, det er MNOK 15, eller 28 % mer enn på samme tid i fjor. Kostnadsveksten akkumulert er MNOK 16 og reflekterer at både økte avskrivninger på produkt, samt en konsul-

tativ salgsmøll som krever up-front investering i nye kunder. Driftsresultatet etter første halvår var et underskudd på MNOK 6, som er MNOK 2 dårligere enn i fjor. Mattias Malmstrøm tiltrådte som ny CEO i Mynewsdesk fra 1. juni. Styret takker tidligere CEO Peter Ingman for stor innsats og en god utvikling.

Forretningsområdet Nautical Charts

Topplinjen i Nautical Charts fortsatte å vokse i andre kvartal og har dermed vokst syv kvartaler på rad. Inntektene endte på MNOK 37 som er en fremgang på MNOK 7 mot samme periode i fjor. Veksten er drevet av volumvekst i antall kunder, dvs antall skip, mens omsetning per skip er lavere enn på samme tid i fjor. Valutaeffekten av en svakere NOK bidrar også som følge av at majoriteten av omsetningen reflekterer utviklingen i GBP.



Driftskostnadene steg med MNOK 7 i andre kvartal sammenlignet med samme periode forrige år. Eksklusiv varekostnader steg kostnadsbasen med MNOK 4. Økningen skyldes høy salgaktivitet inkludert flere messedeltakelser, økte utviklingskostnader og også vekst i personalkostnader. Bruttomarginene er i klar bedring, mens driftsmarginen utvikler seg langsommere som følge av de økte kostnadene. I tillegg har valutaeffekten også en påvirkning på kostnadsnivået i NOK.

Driftsresultater var et underskudd på MNOK 2. Det tilsvarer nivået i samme periode i fjor.

NaviTab – et digitalt produkt for lesning av nautiske publikasjoner ble lansert som planlagt i andre kvartal og det har vært stor interesse knyttet til produktet bl.a. på Nor-Shipping messen. Mange, også nye kunder, har tatt kontakt for å teste produktet på sine skip.

Akkumulert etter første halvår var omsetningen MNOK 76, en fremgang på 18 %. Det er god utvikling i alle markedene og en svak norsk krone gir økt omsetningsvekst. Driftsresultatet endte med et underskudd på MNOK 2, det er MNOK 1 bedre enn på samme tid i fjor, men fortsatt ikke tilfredsstillende.

Andre virksomheter

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 har i andre kvartal utviklet seg som forventet. Det var noe mer kostnader i kvartalet knyttet til ekstern bistand, mens andre poster utviklet seg som normalt.

Utsikter

Markedsforholdene i mediebransjen fortsetter å være utfordrende, særlig annonseinntektene. Trenden med fallende annonseinntekter har rammet i alle markeder, og i NHST's kontekst, særlig i Norge. Fokuset på økte opplagsinntekter og utmerket redaksjonelt innhold står sentralt i strategien fremover. Herunder kommer en omfattende satsning på digitale tilbud og fortellerteknikker. Veksten i service inntektene ventes å forbli høy, men på noe lavere vekstnivåer de kommende kvartaler.

Resultatene i første kvartal var i vesentlig bedring, mens det i andre kvartal var flere svakere tegn. Fallet i lønnsomme annonseinntekter for de publisistiske områdene var større enn det enklarte å hente inn gjennom lavere kostnader eller nye inntekter. Det vil også kunne påvirke resultatene i tredje og fjerde kvartal i år. Konsernet jobber med å kompensere for dette med bedre lønnsomhet i andre virksomheter over tid. Samlet sett ventes en klar resultatforbedring for året 2015 mot 2014.

Oslo, 10.07.2015

Styret i NHST Media Group

NØKKELTALL NHST MEDIA GROUP							
(MNOK)	2. Kvartal 15	2. Kvartal 14	Akk. 2. Kv 15	Akk. 2. Kv 14	2014	2013	2012
Omsetning (***) (***)	324,3	323,6	643,4	622,9	1 235,4	1 236,8	1 200,0
Driftskostnader (***)	294,4	290,2	597,4	596,6	1 201,2	1 184,1	1 118,0
Ordinære avskrivninger	9,9	11,3	20,4	22,1	44,5	43,6	37,7
EBITDA	30,0	33,5	45,9	26,3	34,2	52,7	82,0
Driftsresultat (***)	20,1	22,2	25,5	4,2	-10,3	9,1	44,2
Netto finansinntekter	-1,0	0,2	-1,3	-2,2	-4,4	-3,5	-4,1
Resultat før skatt	19,0	22,4	24,2	1,9	-14,7	5,6	40,1
Resultat etter skatt totalt (*)	19,4	14,8	21,6	-1,1	-17,2	-8,2	24,0
Minoritetsinteresser	0,3	0,5	0,4	0,6	1,4	1,3	1,1
Resultat etter skatt majoritet (*)	19,1	14,2	21,1	-1,7	-18,6	-9,4	22,9
Antall aksjer	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925
Fortjeneste per aksje, i kr.	15,1	11,5	16,8	-0,8	-13,4	-6,3	18,7
Antall ansatte	735	752	733	749	751	736	711
Antall årsverk(**)	726	743	723	740	741	728	700
			30.06.2015	31.12.2014			
Immaterielle eiendeler			127,9	134,4			
Andre anleggsmidler			120,1	100,0			
Sum anleggsmidler			248,0	234,4			
Varer			24,7	24,9			
Kundefordringer			120,2	133,3			
Andre kortsiktige fordringer			53,2	24,8			
Bankinnskudd og kontanter			201,6	166,3			
Sum omløpsmidler			399,7	349,3			
Sum eiendeler			647,7	583,7			
Egenkapital			108,5	96,7			
Minoritetsandel			12,4	11,9			
Sum egenkapital			120,9	108,6			
Langsiktig gjeld			20,1	19,6			
Leverandørgjeld			35,5	45,3			
Forskudd fra kunder			288,2	237,2			
Annen kortsiktig gjeld			182,9	173,2			
Sum gjeld			526,8	475,1			
Sum egenkapital og gjeld			647,7	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. 30/6-15							
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)	Q2 2015	Q2 2014	Diff 15/14	YTD Q2 2015	YTD Q2 2014	Diff 15/14
Konsernomsetning	324,347	323,631	0 %	643,356	622,881	3 %
Driftskostnader	301,464	297,027	1 %	611,247	609,885	0 %
Amortisering konsern	2,826	4,407	-36 %	6,640	8,814	-25 %
Driftsresultat	20,057	22,197	-10 %	25,468	4,182	509 %
Netto finans	(1,017)	0,181	N/A	(1,255)	(2,234)	44 %
Resultat før skatt	19,040	22,378	-15 %	24,213	1,948	1143 %
SEGMENT DAGENS NÆRINGSLIV						
DN SAMLET (MNOK)	Q2 2015	Q2 2014	Diff 15/14	YTD Q2 2015	YTD Q2 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	161,863	176,561	-8 %	327,245	340,455	-4 %
Driftskostnader	139,584	147,370	-5 %	291,487	304,768	-4 %
Driftsresultat	22,279	29,191	-24 %	35,758	35,687	0 %
Netto finans	2,002	2,223	-10 %	3,895	4,285	-9 %
Resultat før skatt	24,281	31,414	-23 %	39,653	39,972	-1 %
SEGMENT GLOBAL						
GLOBAL TOTAL (MNOK)	Q2 2015	Q2 2014 **	Diff 15/14	YTD Q2 2015	YTD Q2 2014 **	Diff 15/14
Samlede inntekter	87,670	85,796	2 %	170,357	156,666	9 %
Driftskostnader	77,875	76,744	1 %	154,689	155,388	0 %
Driftsresultat ***	9,795	9,052	8 %	15,668	1,279	1125 %
Netto finans	(0,405)	0,128	N/A	(0,509)	(0,667)	24 %
Resultat før skatt	9,390	9,180	2 %	15,159	0,612	2377 %
** Inkluderer konsoliderte tall for NHST Asia						
*** Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill						
SEGMENT DIRECT RELATIONS						
DIRECT RELATIONS TOTAL (MNOK)	Q2 2015	Q2 2014	Diff 15/14	YTD Q2 2015	YTD Q2 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	37,713	27,746	36 %	69,491	54,161	28 %
Driftskostnader	41,930	30,409	38 %	75,880	60,000	26 %
Driftsresultat *	(4,216)	(2,663)	-58 %	(6,389)	(5,838)	-9 %
Netto finans	(0,010)	0,105	N/A	0,109	0,159	-31 %
Resultat før skatt	(4,227)	(2,558)	-65 %	(6,280)	(5,679)	-11 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill						
SEGMENT NAUTICAL CHARTS						
NAUTICAL CHARTS TOTAL (MNOK)	Q2 2015	Q2 2014	Diff 15/14	YTD Q2 2015	YTD Q2 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	36,777	29,897	23 %	75,629	64,024	18 %
Driftskostnader	38,458	31,493	22 %	77,647	67,138	16 %
Driftsresultat *	(1,681)	(1,597)	-5 %	(2,018)	(3,114)	35 %
Netto finans	(0,286)	0,055	N/A	(1,180)	(1,532)	23 %
Resultat før skatt	(1,967)	(1,542)	-28 %	(3,198)	(4,645)	31 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill						
ANDRE VIRKSOMHETER						
OTHER TOTAL (MNOK)	Q2 2015	Q2 2014	Diff 15/14	YTD Q2 2015	YTD Q2 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	23,545	26,244	-10 %	46,539	51,962	-10 %
Driftskostnader	26,839	33,623	-20 %	57,449	66,980	-14 %
Driftsresultat *	(3,293)	(7,379)	55 %	(10,910)	(15,018)	27 %
Netto finans	(2,317)	(2,330)	1 %	(3,571)	(4,480)	20 %
Resultat før skatt	(5,611)	(9,709)	42 %	(14,481)	(19,498)	26 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill						

Definisjoner

Annonseinntekter	Inntekter fra annonser i papirpublikasjoner eller på digitale flater
Opplagsinntekter	Inntekter fra abonnements- løssalgs- og bulk/fastsalgsprodukter i de publisistiske virksomhetene
Service inntekter	Samlede inntekter fra konsernet ikke publisistiske virksomheter og inntekter som ikke er opplag eller annonseinntekter i de publisistiske virksomhetene
Digitale inntekter	Inntekter fra digitale produkter både i publisistisk og ikke publisistisk virksomhet