

KVARTALSRAPPORT 3. kvartal 2015



Tradewinds markerte at det var 25 år siden lanseringen i tredje kvartal – og styrker sin posisjon som verdens fremste publikasjonen rettet mot kommersiell shipping

Hovedpunkter i kvartalet

- Samlede inntekter økte med 4 % til MNOK 296 for kvartalet og akkumulert til nå i år er veksten 3 %
- For kvartalet økte opplagsinntektene med 1 %, annonseinntektene ble redusert med 12 %, mens media service inntektene økte med 34 %
- EBITDA for kvartalet viste et overskudd på MNOK 4 som er MNOK 11 bedre enn i fjor. Akkumulert EBITDA viser et overskudd på MNOK 50 mot et overskudd på MNOK 19 i fjor
- I tredje kvartal var det driftsresultatfremgang i DN og Nautisk. Det var tilbakegang i Global grunnet reduserte annonseinntekter, samt marginal tilbakegang i Direct Relations
- Konsernet hadde 29 % vekst i digitale inntekter i kvartalet. Akkumulert utgjorde digitale inntekter 34 % av inntektene. Det pågår en omfattende digital produktutvikling i konsernet – og det er løpende en rekke mindre lanseringer
- Svekkelsen av den norske kronen øker inntektene og kostnadene i NOK for NHST konsernet, men har hatt mer marginale utslag på det samlede driftsresultatet

TREDJE KVARTAL 2015

Tall i MNOK	Q3 2015	Q3 2014	Endring i %	YTD Q3 2015 (1)	YTD Q3 2014	Endring i %
Omsetning	296,4	285,1	4 %	939,8	908,0	3 %
Driftskostnader	303,1	303,9	0 %	921,0	922,6	0 %
EBITDA (1)	3,6	-7,3	N/A	49,5	19,0	161 %
Driftsresultat (1)	-6,7	-18,7	64 %	18,8	-14,6	N/A
Netto finans	-1,1	-3,0		-2,3	-5,3	
Resultat før skatt	-7,8	-21,8		16,5	-19,8	

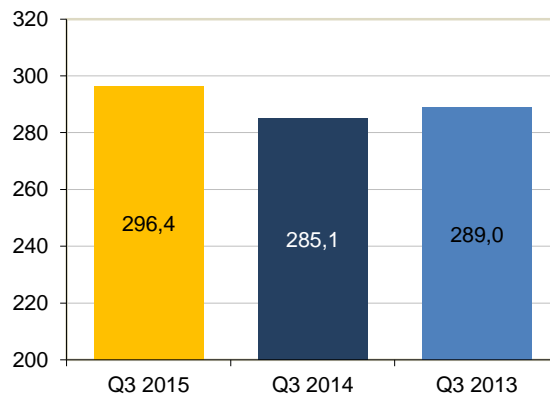
(1) Resultatet i YTD Q3 inkluderer en engangseffekt ved salg av husleiekontrakt i London på MNOK 11

Tredje kvartal reflekterte utviklingen fra tidligere kvartaler med sterkt voksende media service inntekter, frem 34 %, mens fallende inntekter fra de publisistiske virksomhetene trekker i motsatt retning. Annonseinntektene var tilbake 12 % i kvartalet, mens opplagsinntektene var marginalt frem. Den underliggende kostnadsutviklingen fortsatte å falle, mens effekten i norske kroner er påvirket av den svekkede kronkursen. Lønnsomheten i tredje kvartal var bedre enn i samme periode i fjor, drevet primært av bedre lønnsomhet i DN og fremgang i andre virksomheter. De forserte kostnadstiltakene i Global klarte ikke å kompensere, i norske kroner, for fallet i annonseinntektene. Tredje kvartal er normalt NHSTs svakeste kvartal grunnet ferieavviklingen i Norden.

NHST konsernet i kvartalet

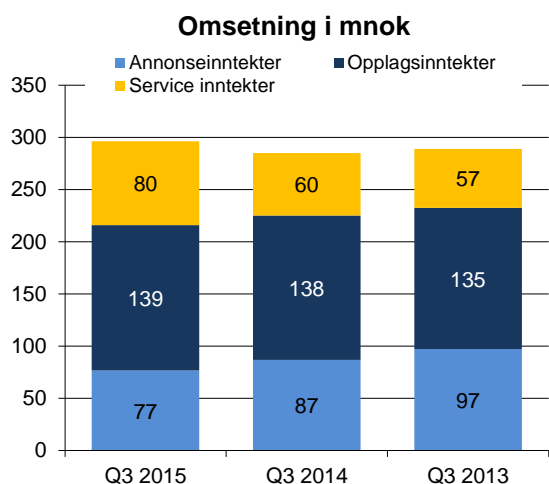
Omsetningen i tredje kvartal var MNOK 296, som var 4 % mer enn i samme periode i fjor. Underliggende, før valutaeffekter og ny virksomhet, var tredje kvartal marginalt tilbake. Som i tidligere kvartaler i år er det den sterke veksten i konsernets ikke publisistiske virksomheter som understøtter topplinjeutviklingen. Opplagsinntektene for tredje kvartal økte med 1 %, drevet primært av prisøkninger og valuta. Annonseinntektene fortsatte å falle, i tredje kvartal er tilbakegangen like kraftig i de globale publikasjonene som tilfellet har vært med det norske mediemarkedet tidligere i år.

Omsetning i mnok



Samlede annonseinntekter endte på MNOK 77 i kvartalet, mot MNOK 87 i samme periode i fjor. Tilbakegangen var dermed 12 %. De samlede digitale annonseinntektene vokste med 28 %.

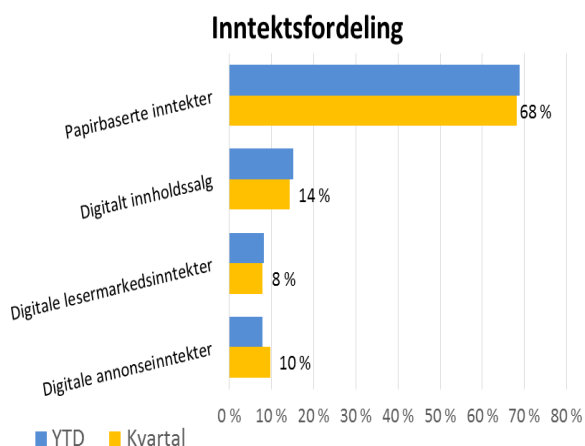
Opplagsinntektene endte på MNOK 139, mot MNOK 138 i tilsvarende periode i fjor. Det var vekst 9 % i de globale publikasjonene, mens DN var tilbake med 3 %.



Media service inntektene var igjen konsernets nest største inntektsområde, foran annonser, mens opplagsinntektene holder sin stabile posisjon med rundt 40 % av totalinntektene.

Samlede inntekter fra media service områdene, samt andre mindre inntektsstrømmer som konferanser, endte på MNOK 80 i tredje kvartal mot MNOK 60 i samme periode forrige år. Veksten i media service inntektene var 34 % og tiltakende. Organisk vekst utgjorde 30 % i tredje kvartal. Her er det også økende valutaeffekter.

Samlede digitale inntekter fortsatte å vokse også i tredje kvartal. I kvartalet var 34 % av konsernets inntekter «heldigitale», etter at de for første gang gikk over 30 % i første kvartal i år. Veksten i digitale inntekter i de publisistiske virksomhetene var 17 % målt mot samme periode forrige år. Det er igjen høyere enn snittet for hele 2014.

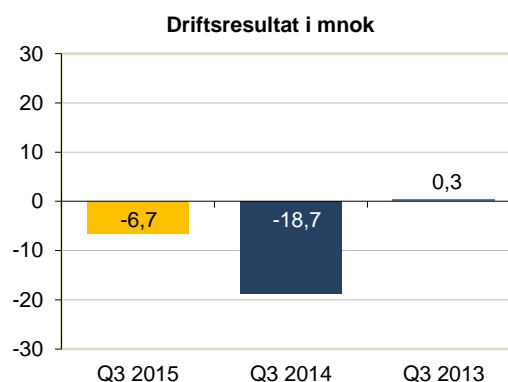


Øvrige digitale inntekter i konsernet økte med 46 %, disse inntektene er først og fremst drevet av Direct Relations.

Kostnadene i tredje kvartal endte på MNOK 303, mot MNOK 304 forrige år. Det var på linje med samme periode i fjor, og følger trenden fra tidligere kvartaler med variasjoner litt over og litt under kostnadsbasen i 2014. Justert for valutaeffekter i de globale virksomhetene og ny virksomhet var det dermed igjen en lavere underliggende kostnadsbase i tredje kvartal enn på samme tid i fjor. Den underliggende reduksjonen er størst på personal og aktivitetsdrevne kostnader.

EBITDA endte med et overskudd på MNOK 4, som er frem MNOK 11 i forhold til samme periode forrige år.

Driftsresultatet i tredje kvartal var et underskudd på MNOK 7, som var en fremgang på MNOK 12.



Netto resultat før skatt ble et underskudd på MNOK 8.

Totalkapitalen i konsernet fulgte normalutviklingen i tredje kvartal og falt noe. Egenkapitalandelen endte på 19 %. Den underliggende kontantstrømmen i konsernet og likviditetssituasjonen er tilfredsstillende. Samlet likviditet endte på MNOK 196, som var en netto kontantstrøm på minus 6 i kvartalet. Konsernet har et rentebærende lån som utgjør MNOK 50.

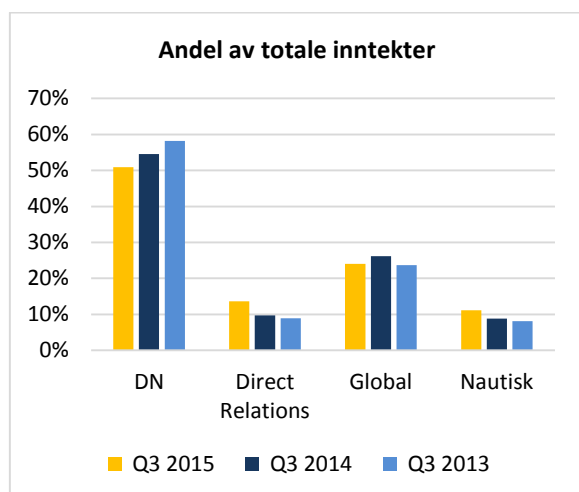
Akkumulert per tredje kvartal

Omsetningen etter tre kvartaler endte på MNOK 940, som er MNOK 32 opp fra MNOK 908 etter tredje kvartal i fjor. Akkumulert vokste opplagsinntektene 3 %, mens annonseinntektene var tilbake 10 %. Media service inntektene vokste 28 %, eller 13 % etter engangseffektene relater til salget av husleiekontrakten i London.

Akkumulerte driftskostnader etter tre kvartaler var MNOK 921. Underliggende har DN redusert sin kostnadsbase med MNOK 28, området Other med MNOK 15, Global før valutajusteringer med MNOK 15, mens Direct Relations og Nautical Charts har økte kostnader så langt i 2015. Samlet i norske kroner er kostnadene ned MNOK 2 sammenlignet med de ni første månedene forrige år.

Etter tre kvartaler er det resultatfremgangen i de fleste av virksomhetene. DN og Other etter nedslaget i Smartcom har bidratt mest. Resultatfremgangen etter engangseffekter er MNOK 22.

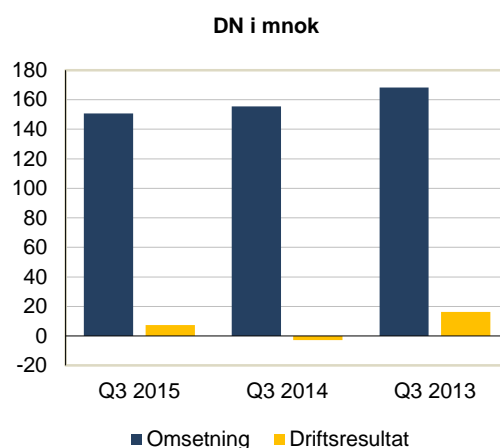
Nærmere om forretningsområdene i kvartalet



Forretningsområdet DN

Inntektene i kvartalet var MNOK 151, som var en tilbakegang på 3 % eller MNOK 5 mot tilsvarende periode forrige år.

Annonseinntektene var tilbake 4 % i tredje kvartal, til MNOK 54. Det var et mindre fall enn tidligere perioder i år. Underliggende var det også i dette kvartalet fall på annonseinntektene fra papirproduktene, mens de digitale annonseinntektene vokste. Den gode utviklingen med trafikkvekst på DN's digitale flater har vært gjennomgående i hele 2015 og bidratt til veksten i digitale annonseinntekter.



I tredje kvartal falt opplagsinntektene 3 % og de har dermed falt to kvartaler på rad målt mot samme perioder i fjor. Andelen digitale opplagsinntekter økte, mens det var fall i inntektene fra papirabonnement og fra løssalg. Opplagsinntektene endte på MNOK 96.

Driftsresultatet i tredje kvartal var MNOK 7 som er frem MNOK 10 fra samme periode i fjor. Driftsmarginen akkumulert er 9 % som er høyere enn året som helhet i fjor på 8 %. Kostnadene i tredje kvartal endte MNOK 15 lavere enn i samme periode i fjor.

Morgenbladet konsolideres foreløpig kun som et tilknyttet selskap i konsernet og påvirker således ikke virksomhetsområdet DN. Morgenbladets omsetning etter ni måneder var MNOK 46, som er en fremgang på MNOK 2 fra samme periode forrige år. Driftsresultatet var MNOK 3, også det frem fra tilsvarende periode

i fjor. NHST eier 34% av aksjene i Morgenbladet.

Forretningsområdet Global

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

Intrafish gjennomførte salget av Fishing News Weekly i begynnelsen av andre kvartal. Bortfallet av disse inntektene i tredje kvartal er inkludert i omsetningsfallet mot 2014.

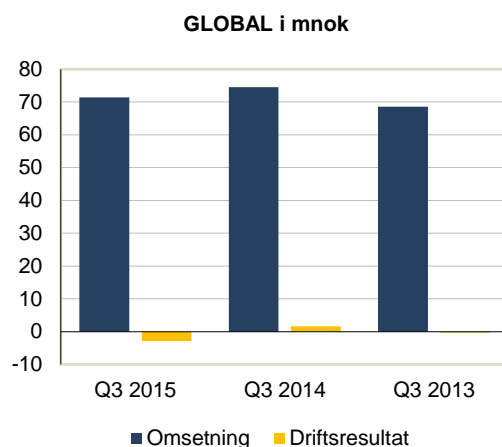
Omsetningen i kvartalet endte på MNOK 71, som er tilbake 4 % fra tilsvarende periode forrige år. Tilbakegangen kommer etter to kvartaler med moderat vekst i norske kroner. Tradewinds vokste for andre kvartal på rad, mens de andre virksomhetene var tilbake. Oljeprisfallet gjennom 2015 påvirker Upstream i betydelig grad og effekten forsterket seg i tredje kvartal. Underliggende før valutaeffekter, falt den samlede omsetningen i Global omlag 15 % i kvartalet.

Omsetningsutviklingen i Global er preget av fallende annonseinntekter, mens opplagsinntektene vokser. Opplagsinntektene blir hjulpet av den svekkede kronekursen, i antall abonnenter var utviklingen svakt fallende i tredje kvartal.

Annonseinntektene i tredje kvartal har ikke blitt påvirket av bransjerelaterte konferanser i samme grad som i andre kvartal. Annonseinntektene i tredje kvartal falt 25 % sammenliknet med samme periode forrige år.

Opplagsinntektene fortsatte å vokse i tredje kvartal til MNOK 44 som var frem MNOK 4, eller 9 %. Veksttaket i opplagsinntektene holder seg og inntektsarten utgjorde 62 % av totale inntekter i tredje kvartal. Både Tradewinds og Upstream vokste, henholdsvis 17 % og 20 %, godt støttet av den svekkede norske kronen. I lys av utviklingen på annonsesiden er det

gjort tiltak for å fokusere enda mer på å utvikle abonnementsinntektene i de globale publikasjonene, både gjennom organisatoriske endringer og produktutvikling, ikke minst digitalt.



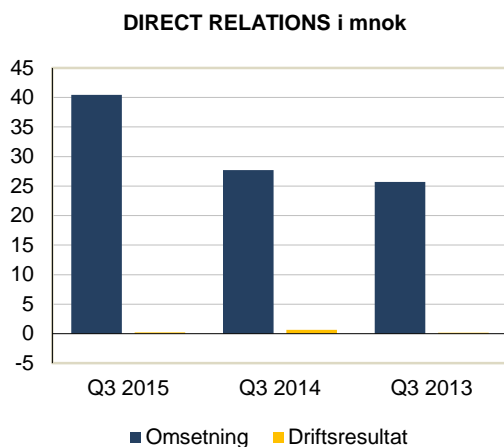
Samlede driftskostnader var MNOK 74, som var noe lavere enn tidligere perioder i år. Mot samme periode i fjor økte kostnadene 2 % i norske kroner. Den underliggende kostnadsbasen i USD og GBP i tredje kvartal var 14 % lavere enn i samme periode forrige år. Det tilsvarer en reduksjon på 6 % for hele kostnadsbasen i tredje kvartal. Øvrige virksomheter utviklet seg flatt i kvartalet.

Driftsresultatet ble MNOK 5 svakere enn samme periode i fjor og endte med et underskudd på MNOK 3. Etter to kvartaler med resultatfremgang, var resultatene i tredje kvartal et skritt tilbake. Kostnadstiltakene var ikke tilstrekkelig til å kompensere for det store fallet i annonseinntekter. Arbeidet med å organisere globale segmenter med tanke på å ta ut effektiviserings synergier går videre og vil løpe ut 2015 og inn i neste år.

Forretningsområdet Direct Relations

Direct Relations vokste 46 % i tredje kvartal. Organisk var veksten 29 %, først og fremst drevet av vekst i Sverige og Norge. Omsetningen endte på MNOK 40, frem fra MNOK 28 i samme periode forrige år.

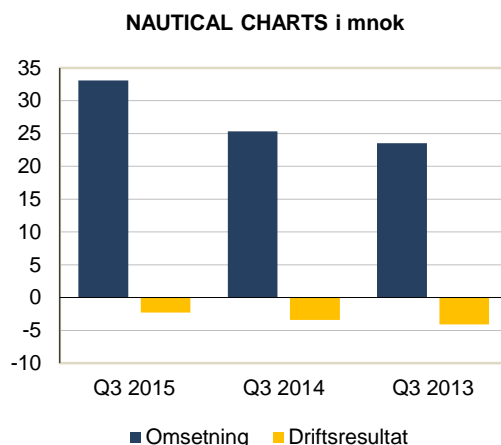
Direct Relations sin funksjonelle valuta er SEK. I tredje kvartal 2015 var NOK 11 % svakere mot SEK enn på samme tidspunkt forrige år. Veksten i tredje kvartal var 31 % justert for valutaeffekter.



Driftsresultatet i kvartalet var MNOK 0, som var MNOK 1 svakere enn samme periode forrige år. Det er bedre enn utviklingen første halvår. Resultatutviklingen er fortsatt primært drevet av satsningene i nye markeder og på produktutvikling. Driftskostnadene steg med 49 % i tredje kvartal, til MNOK 40. På sammenlignbar virksomhet var kostnadsveksten 32 % eller MNOK 9. Ekskludert valutaeffekter var veksten MNOK 5 eller 20 %.

Forretningsområdet Nautical Charts

Topplinjen i Nautical Charts fortsatte å vokse i tredje kvartal og har dermed vokst åtte kvartaler på rad. Inntektene endte på MNOK 33 som er en fremgang på MNOK 8 mot samme periode i fjor. Veksten er drevet av virksomheten i Asia og i UK, samt valutautviklingen.



Driftskostnadene steg med MNOK 6 i kvartalet sammenlignet med samme periode forrige år. Eksklusiv varekostnader steg kostnadsbasen med MNOK 2 og underliggende eksklusiv valutaeffekter er utviklingen flat.

Bruttmarginen vokste sammenlignet med samme periode forrige år, men er fortsatt ikke nok til å bringe virksomheten i balanse. Driftsunderskuddet endte på MNOK 2, som er MNOK 1 bedre enn tredje kvartal forrige år. Lønnsomheten er fortsatt ikke tilfredsstillende. Det arbeides med tiltak som skal få virksomheten i balanse og skape tilfredsstillende lønnsomhet.

NaviTab – et digitalt produkt for lesning av nautiske publikasjoner ble lansert i andre kvartal. Produktet er godt mottatt i markedet, mange rederier har produktet på prøve, men beslutningssyklusene er relativt lange. De første salgene er gjort, men at det vil ta tid før markedet er modent.

Forretningsområdet Other

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 tredje kvartal utviklet seg som forventet. Kostnadsbasen er 6 % lavere enn i samme periode i fjor og inkludert

effekten av Smartcom salget er det negative resultatbidraget fra Other halvert i tredje kvartal til MNOK 6.

Utsikter

Markedsforholdene i mediebransjen fortsetter å være utfordrende, særlig annonseinntektene. I tredje kvartal kom et tyngre fall i annonseinntektene i Global som en ytterligere utfordring.

Konsernet vil møte denne utviklingen gjennom flere tiltak. Konsernet fortsetter å satse på økte opplagsinntekter gjennom godt redaksjonelt innhold, samt en utvidet og stadig forbedret digital produktportefølje. Fortsatt sterk vekst i media service inntektene vil også bidra til å kompensere for lavere annonseinntekter.

Lønnsomheten vil forbli presset på kort sikt med den fallende utviklingen i annonseinntekter som det var i tredje kvartal. Det er nødvendig med ytterligere tiltak på både inntekts- og kostnadssiden for å møte denne utviklingen.

Oslo, 28.10.2015

Styret i NHST Media Group AS og konsernsjef

(MNOK)	3. Kvartal 15	3. Kvartal 14	Akk. 3. Kv 15	Akk. 3. Kv 14	2014	2013
Omsetning	296,4	285,1	939,8	908,0	1 235,4	1 236,8
Driftskostnader	292,8	292,4	890,2	889,0	1 201,2	1 184,1
Ordinære avskrivninger	10,3	11,4	30,7	33,6	44,5	43,6
EBITDA	3,6	-7,3	49,5	19,0	34,2	52,7
Driftsresultat	-6,7	-18,7	18,8	-14,6	-10,3	9,1
Netto finansinntekter	-1,1	-3,0	-2,3	-5,3	-4,4	-3,5
Resultat før skatt	-7,8	-21,8	16,5	-19,8	-14,7	5,6
Resultat etter skatt totalt (*)	-7,4	-29,4	13,8	-22,8	-17,2	-8,2
Minoritetsinteresser	-0,0	0,4	0,4	1,0	1,4	1,3
Resultat etter skatt majoritet (*)	-7,4	-29,8	13,4	-23,8	-18,6	-9,4
Antall aksjer	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925	1 287 925
Fortjeneste per aksje, i kr.	-5,7	-22,8	10,7	-17,7	-13,4	-6,3
Antall ansatte	735	752	733	749	751	736
Antall årsverk(**)	726	743	723	740	741	728
			30.09.2015	31.12.2014		
Immaterielle eiendeler			132,0	134,4		
Andre anleggsmidler			122,6	100,0		
Sum anleggsmidler			254,6	234,4		
Varer			25,3	24,9		
Kundefordringer			89,1	133,3		
Andre kortsiktige fordringer			57,4	24,8		
Bankinnskudd og kontanter			196,2	166,3		
Sum omløpsmidler			367,9	349,3		
Sum eiendeler			622,6	583,7		
Egenkapital			105,8	96,7		
Minoritetsandel			12,5	11,9		
Sum egenkapital			118,3	108,6		
Langsiktig gjeld			20,7	19,6		
Leverandørgjeld			33,6	45,3		
Forskudd fra kunder			272,0	237,2		
Annen kortsiktig gjeld			177,9	173,2		
Sum gjeld			504,3	475,1		
Sum egenkapital og gjeld			622,6	583,7		
(*) Benyttet skattesats på 27 % ved beregning av kvartal-tallene.						
(**) Helårstallene er gjennomsnitt for året, kvartalstall er ved utgangen av kvartalet.						
De 10 største aksjonærene pr. 30/9-15						
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)	Q3 2015	Q3 2014	Diff 15/14	YTD Q3 2015	YTD Q3 2014	Diff 15/14
Konsernomsetning	296,414	285,127	4 %	939,769	908,008	3 %
Driftskostnader	303,098	303,868	0 %	920,985	922,567	0 %
Amortisering konsern	-3,094	-4,587	33 %	-9,734	-13,401	27 %
Driftsresultat	-6,685	-18,741	64 %	18,784	-14,559	N/A
Netto finans	-1,066	-3,037	65 %	-2,322	-5,271	56 %
Resultat før skatt	-7,751	-21,778	64 %	16,462	-19,830	N/A
SEGMENT DAGENS NÆRINGS LIV						
DN SAMLET (MNOK)	Q3 2015	Q3 2014	Diff 15/14	YTD Q3 2015	YTD Q3 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	150,790	155,377	-3 %	478,036	495,833	-4 %
Driftskostnader	143,502	158,127	-9 %	434,990	462,895	-6 %
Driftsresultat	7,288	-2,750	N/A	43,046	32,938	31 %
Netto finans	1,723	1,715	0 %	5,618	6,000	-6 %
Resultat før skatt	9,011	-1,034	N/A	48,664	38,938	25 %
SEGMENT GLOBAL						
GLOBAL TOTAL (MNOK)	Q3 2015	Q3 2014 **	Diff 15/14	YTD Q3 2015	YTD Q3 2014 **	Diff 15/14
Samlede inntekter	71,349	74,529	-4 %	241,706	231,195	5 %
Driftskostnader	74,245	72,881	2 %	228,935	228,269	0 %
Driftsresultat ***	-2,896	1,648	N/A	12,772	2,926	336 %
Netto finans	0,273	0,490	-44 %	-0,236	-0,177	-34 %
Resultat før skatt	-2,624	2,137	N/A	12,536	2,749	356 %
** Inkluderer konsoliderte tall for NHST Asia						
*** Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill						
SEGMENT DIRECT RELATIONS						
DIRECT RELATIONS TOTAL (MNOK)	Q3 2015	Q3 2014	Diff 15/14	YTD Q3 2015	YTD Q3 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	40,464	27,698	46 %	109,955	81,859	34 %
Driftskostnader	40,266	27,056	49 %	116,146	87,055	33 %
Driftsresultat *	0,198	0,643	-69 %	-6,191	-5,196	-19 %
Netto finans	-0,157	0,032	N/A	-0,048	0,192	N/A
Resultat før skatt	0,041	0,675	-94 %	-6,239	-5,004	-25 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill						
SEGMENT NAUTICAL CHARTS						
NAUTICAL CHARTS TOTAL (MNOK)	Q3 2015	Q3 2014	Diff 15/14	YTD Q3 2015	YTD Q3 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	33,082	25,313	31 %	108,710	89,337	22 %
Driftskostnader	35,368	28,708	23 %	113,015	95,846	18 %
Driftsresultat *	-2,287	-3,395	33 %	-4,305	-6,509	34 %
Netto finans	-0,344	-0,617	44 %	-1,524	-2,149	29 %
Resultat før skatt	-2,630	-4,012	34 %	-5,829	-8,658	33 %
* Inkluderer ikke avskrivninger på konserngoodwill						
SEGMENT OTHER						
OTHER TOTAL (MNOK)	Q3 2015	Q3 2014	Diff 15/14	YTD Q3 2015	YTD Q3 2014	Diff 15/14
Samlede inntekter	19,599	21,060	-7 %	66,138	73,022	-9 %
Driftskostnader	25,492	31,360	-19 %	82,942	98,340	-16 %
Driftsresultat *	-5,894	-10,300	43 %	-16,804	-25,318	34 %
Netto finans	-2,561	-15,366	83 %	-6,131	-19,847	69 %
Resultat før skatt	-8,454	-25,666	67 %	-22,935	-45,165	49 %
* 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
Mediaservice 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