

## BERNER GRUPPEN – KVARTALSBREV 1. KVARTAL 2012

### KONSERN

Konsernets driftsresultat før avskrivninger (EBITDA) pr. 1. kvartal ble 4,3 mkr, en nedgang på 5,3 mkr i forhold til samme periode i fjor. Resultatnedgangen har sin hovedårsak i økt satsning på digitale medier og noe svakere inntjening i AS Dagbladet. Annonsemarkedet for papir er noe svakere, samtidig som opplagsinntektene på papiravisa er noe lavere enn på samme tid i fjor. Annonseomsetningen på digitale plattformer er imidlertid i fin utvikling og påvirker driftsresultatet positivt.

### MEDIEVIRKSOMHETEN

#### Avis

Driftsresultatet før avskrivninger (EBITDA) pr. 1. kvartal ble -2,9 mkr, 7,0 mkr svakere enn tilsvarende periode i fjor. Opplaget (snitt alle dager) pr. 1. kvartal har hatt en nedgang på -5,3 % mot i fjor.

#### Digitale plattformer

Dagbladet opplever en rivende trafikkutvikling på nett, mobil og webtv. Driftsresultatet før avskrivninger (EBITDA) pr. 1. kvartal ble 4,0 mkr, en bedring på 1,3 mkr mot tilsvarende periode i fjor.

Målt etter antall daglige brukere var Dagbladet.no landets 3. største nettsted, med 847.000 daglige unike brukere i snitt 1. kvartal. Dette var en vekst på 8 % i forhold til samme periode i fjor. Dagbladet mobil rangeres som den nest største mobilaktøren målt i daglige unike brukere. Med 202.000 daglige brukere hadde Dagbladet mobil en vekst på 94 % i forhold til samme periode i fjor.

### EIENDOMSOMRÅDET

Eiendomsvirksomhetens driftsresultat før avskrivninger (EBITDA) pr. 1. kvartal ble 9,8 mkr, 1,3 mkr svakere enn tilsvarende periode i fjor.

### FRAMTIDSUTSIKTER

Transformasjonen fra papir til digitale plattformer har skutt fart de siste månedene. Selv om papiravisa i 2011 stabiliserte opplaget, må vi forvente et krevende opplagsmarked i tiden som kommer.

For nettavisa fortsetter brukerveksten. Den store trafikkveksten på det digitale området skjer nå på mobilplattformen. Mobiltelefonen er nå den raskest voksende plattform for nyhetsformidling. I tillegg har Web-tv denne vinteren fått sitt gjennombrudd, og også her vil veksten vil fortsette. Både mobil og web-tv er i ferd med å bli viktige annonsebærere. I likhet med andre aktører arbeider Dagbladet med prosjekter for å kunne ta betalt for digitalt innhold.

Finansuroen i Europa har så langt i bare begrenset grad påvirket reklamemarkedet i Norge. Mer påfallende er det hvordan markedet for annonsemarkedet på papir er svekket til fordel for digitale plattformer. Det er grunn til å tro at tiden framover vil bekrefte denne trenden.

Med et utbyggingspotensial på nærmere 30.000 m<sup>2</sup>, god løpende kontantstrøm fra Akersgata og tilsvarende fra Drammensveien fra medio 2014, er forretningsområdet Eiendom godt rustet for videre verdiskapning. Vi opplever interesse fra mulige brukere av tomten på Lørenskog og ser positivt på utviklingen der. Vi ser også på nye muligheter i form av potensielle utviklingsprosjekter, men opplever at de attraktive objektene for øyeblikket er relativt høyt priset.

Oslo, 13. juni 2012  
administrasjonen  
Berner Gruppen AS