Kvartalspresentasjon 3. kvartal 2026

5. november 2026

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Jørgen Aune

Presentasjonen er tilgjengelig på polarismedia.no

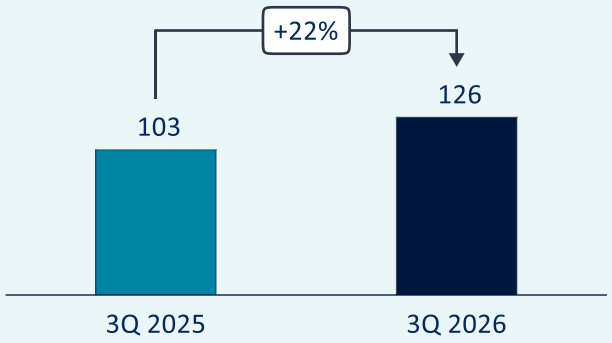
Driftsresultater

3. kvartal 2026

POLARISMEDIA

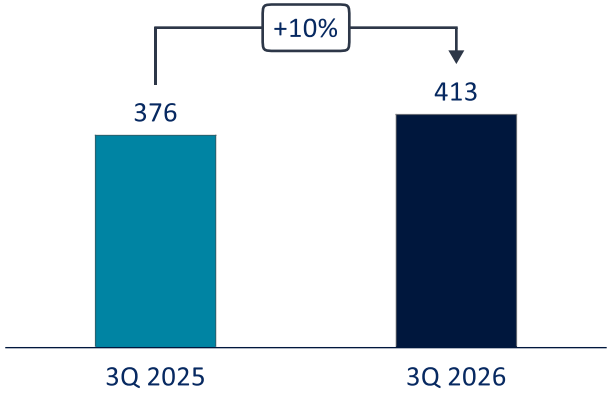
3. kvartal 2026: Videre resultatvekst drevet av sterk digital utvikling og kostnadsbesparelser

EBITDA justert[1]
(MNOK)



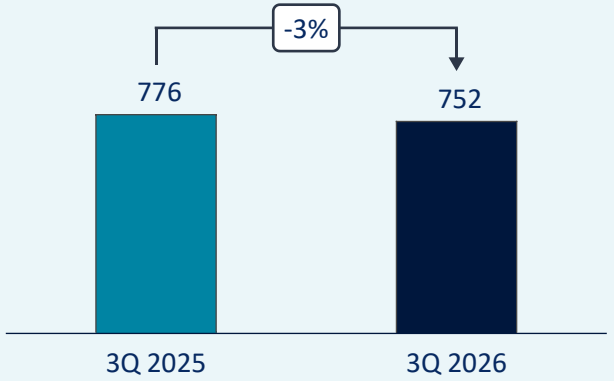
- Sterk resultatvekst i mediehusene i Sverige
- Høyeste EBITDA-justert margin siden tredje kvartal 2021

Digitale inntekter[2]
(MNOK)



- Sterk vekst i digitale brukerinntekter i både Norge og Sverige, drevet av økning i volum og ARPU[3]
- Vekst i digitale annonseinntekter drevet av sterk vekst i de svenske mediehusene.

Driftskostnader[1]
(MNOK)



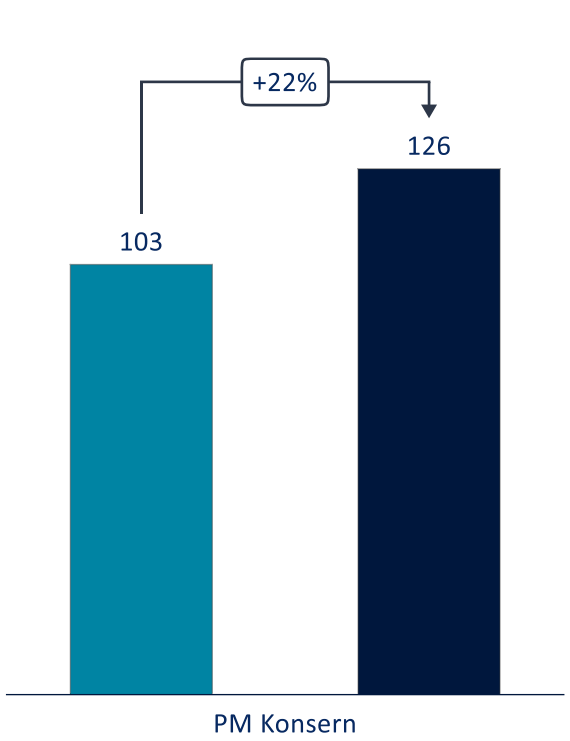
- Driftskostnadene justert for engangseffekter i tredje kvartal 2025 ble redusert med 3 %
- Markant nedgang i Stampen Media, drevet av effekter av kostnadstiltak gjennomført i tredje kvartal 2025. Lav kostnadsvekst i Polaris Media Norge

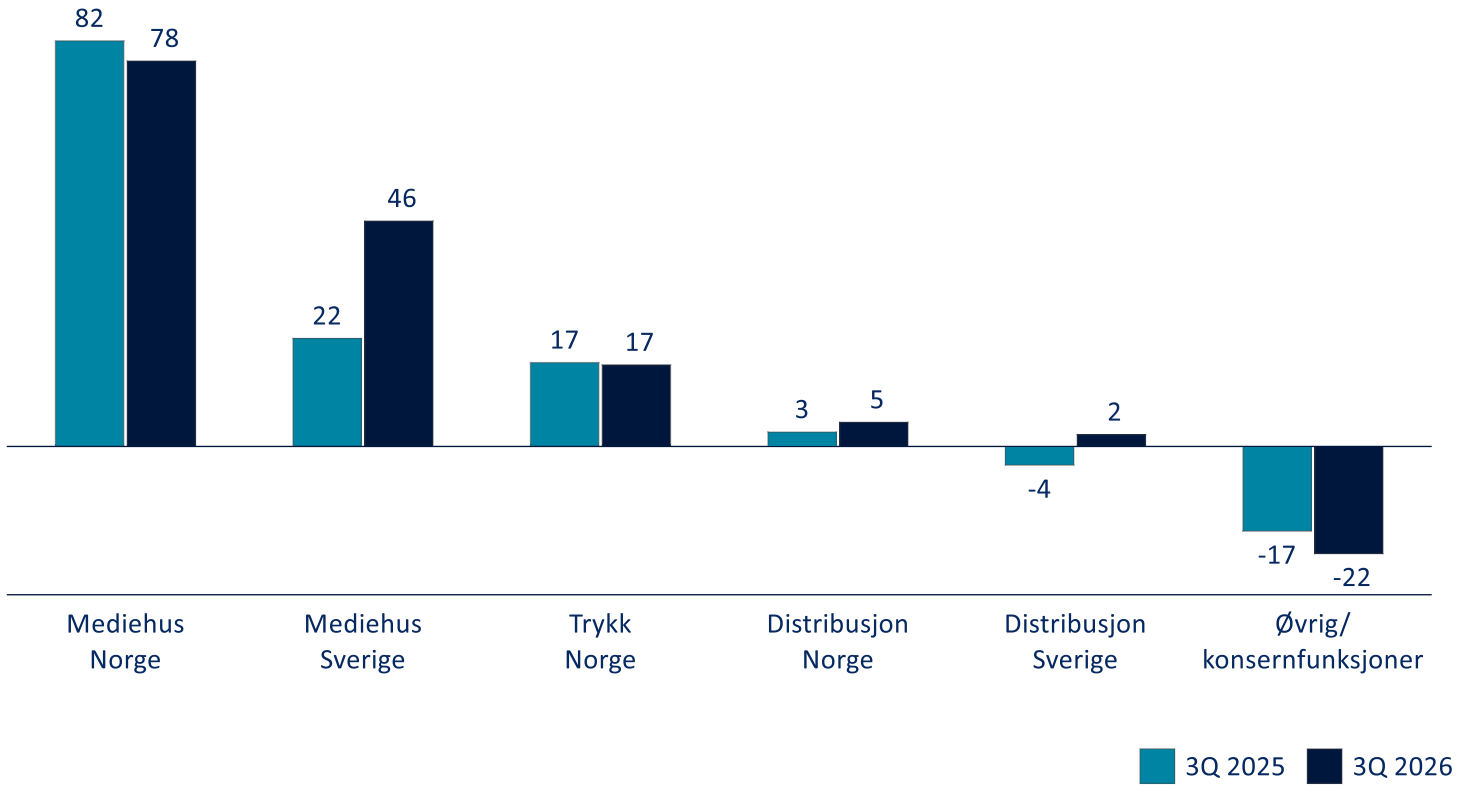
[1] Justert for engangseffekter. Engangseffektene i kvartalet bestod av fraregning av utsatt skattefordel i det tilknyttede selskapet Helthjem Netthandel (kostnadseffekt på MNOK 6). Engangseffektene i tredje kvartal 2025 bestod av avsetninger til sluttvederlag i forbindelse med nedbemanning (kostnadseffekt på MNOK 27) .
[2] Inntekter fra rene digitale produkter. Inkluderer ikke inntekter fra kombinerte digital- og papirprodukter (Komplett)
[3] ARPU: Average Revenue Per User

3. kvartal 2026: Resultatvekst drevet av mediehusene i Sverige

Driftsresultat (EBITDA justert[1])

(MNOK)

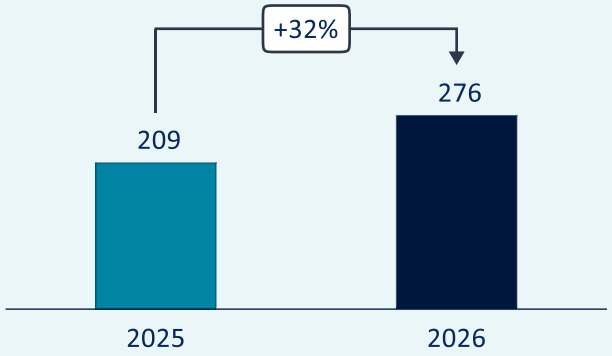




[1] Justert for engangseffekter. Engangseffektene i kvartalet bestod av fraregning av utsatt skattefordel i det tilknyttede selskapet Helthjem Netthandel. Engangseffektene i tredje kvartal 2025 bestod av avsetninger til sluttvederlag i forbindelse med nedbemanning.

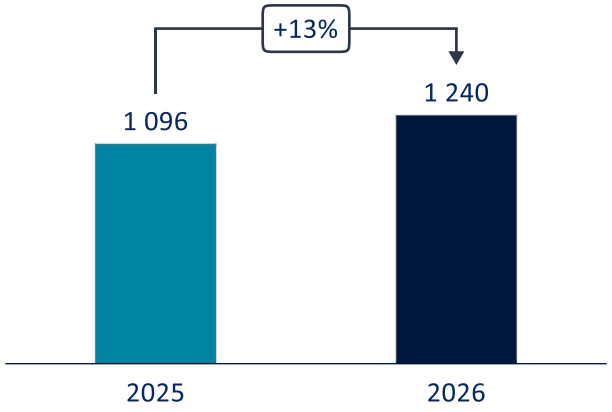
Per 3. kvartal 2026: Sterkt resultat drevet av digital inntektsvekst og kostnadsbesparelser

EBITDA justert[1]
(MNOK)



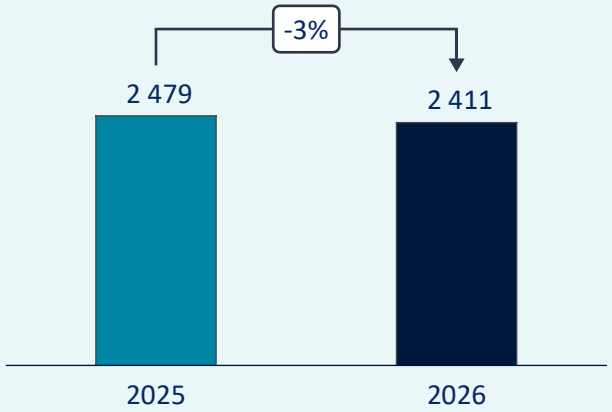
- Betydelig resultatvekst i både de norske og svenske mediehusene
- Høyeste EBITDA-justert margin siden 2021

Digitale inntekter[2]
(MNOK)



- Sterk vekst i digitale brukerinntekter i både Norge og Sverige, drevet av økning i volum og ARPU[3]
- Vekst i digitale annonseinntekter i de svenske mediehusene

Driftskostnader[1]
(MNOK)



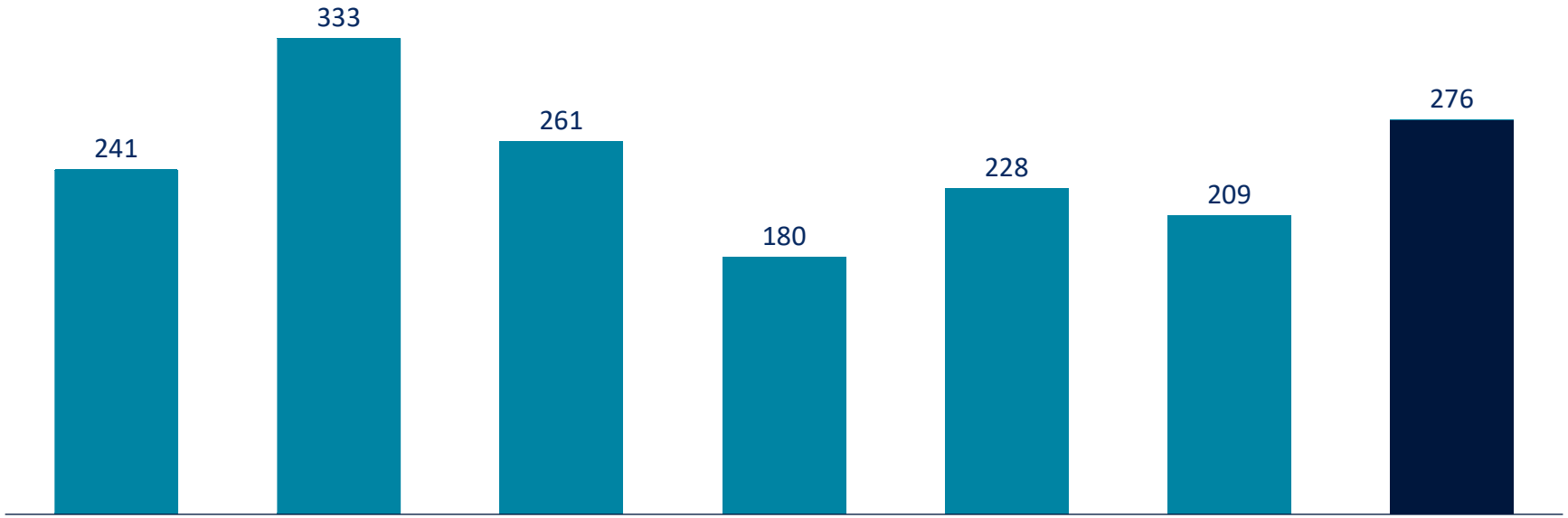
- Markant nedgang i Stampen Media, drevet av effekter av kostnadstiltak gjennomført i tredje kvartal 2025
- Lav kostnadsvekst i Polaris Media Norge

[1] Justert for engangseffekter. Engangseffektene i kvartalet bestod av fraregning av utsatt skattefordel i det tilknyttede selskapet Helthjem Netthandel (kostnadseffekt på MNOK 6). Engangseffektene i tredje kvartal 2025 bestod av avsetninger til sluttvederlag i forbindelse med nedbemanning (kostnadseffekt på MNOK 27) .
[2] Inntekter fra rene digitale produkter. Inkluderer ikke inntekter fra kombinerte digital- og papirprodukter (Komplett)
[3] ARPU: Average Revenue Per User

Per 3. kvartal 2026: Høyeste EBITDA justert siden 2021

EBITDA justert[1] | YTD per 3Q | 2020 - 2026

(MNOK)

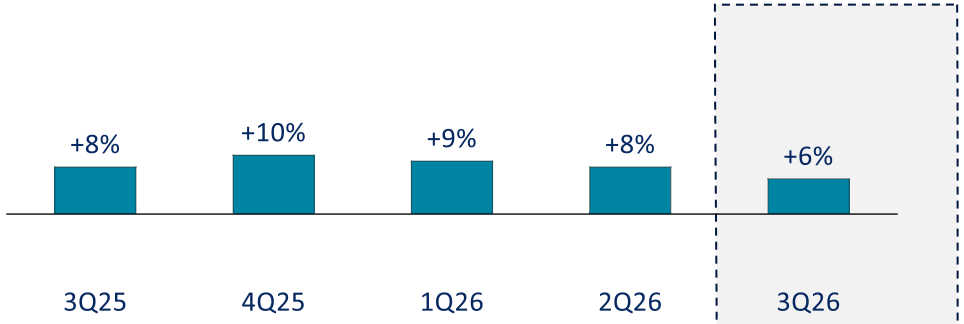


[1] EBITDA justert og EBITDA-justert margin for 2020, 2021 og 2022 er korrigert for IFRS 16-effekter som ikke var inkludert i rapporterte tall for 2020, 2021 og 2022.

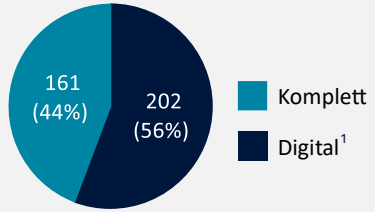
Brukerinntekter Norge: Solid utvikling drevet av fortsatt sterk vekst i digitale inntekter

Brukerinntekter – Totalt

(år/år)



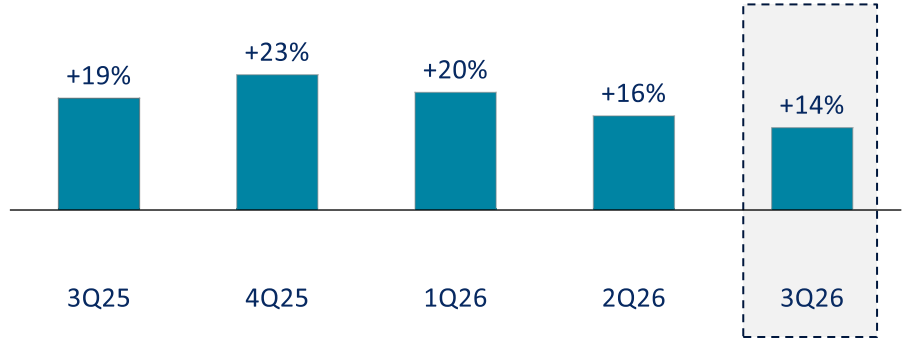
Brukerinntekter – Totalt (MNOK)



[1] Inntekter fra rene digitale produkter. Inkluderer ikke inntekter fra kombinerte digital- og papirprodukter (Komplett)

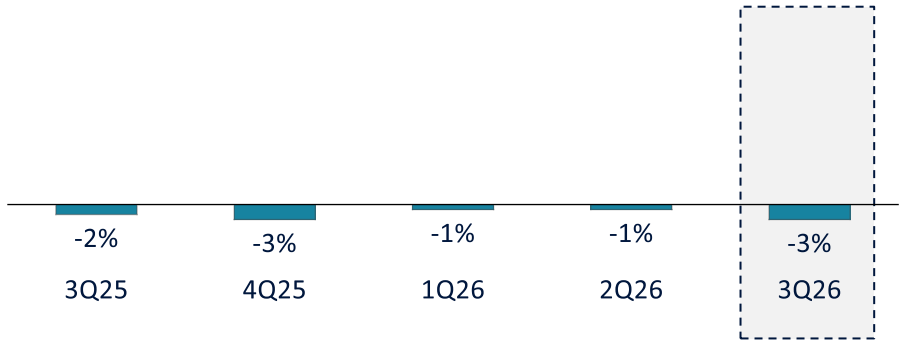
Brukerinntekter – Digital[1]

(år/år)



Brukerinntekter – Komplett

(år/år)

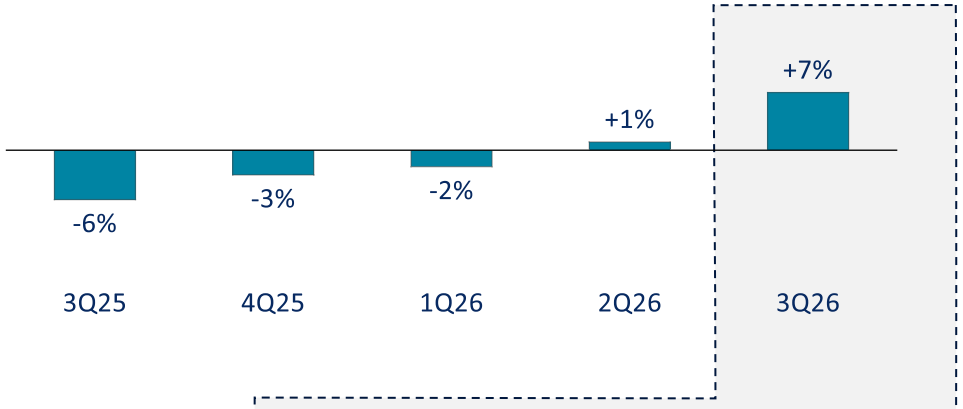


[1] Inntekter fra rene digitale produkter. Inkluderer ikke inntekter fra kombinerte digital- og papirprodukter

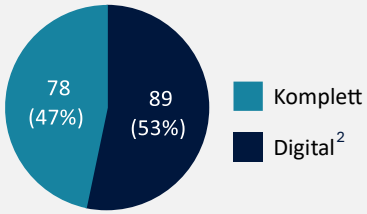
Brukerinntekter Sverige: Sterk utvikling drevet av solid vekst i digitale inntekter kombinert med avtagende nedgang i komplett

Brukerinntekter – Totalt

(år/år)[1]



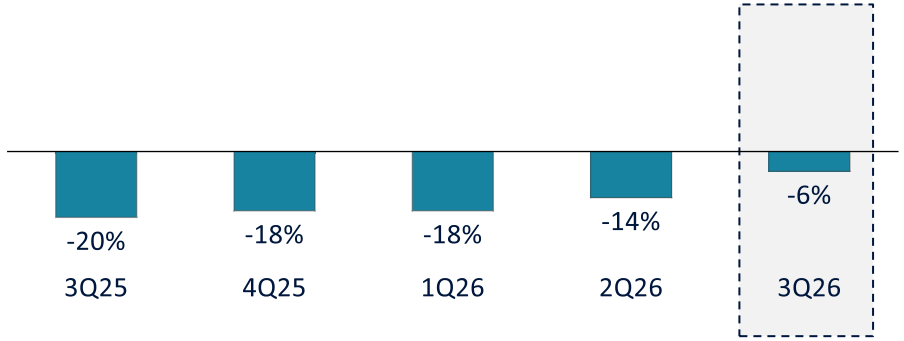
Brukerinntekter – Totalt (MSEK)



[2] Inntekter fra rene digitale produkter. Inkluderer ikke inntekter fra kombinerte digital- og papirprodukter (Komplett)

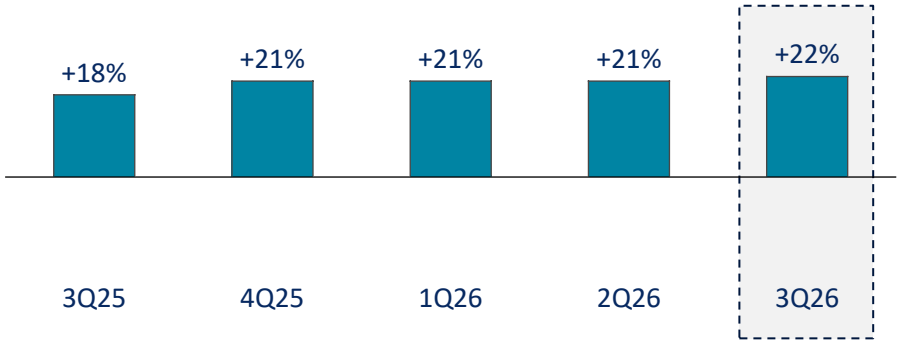
Brukerinntekter – Komplett

(år/år)[1]



Brukerinntekter – Digital

(år/år)[1,2]

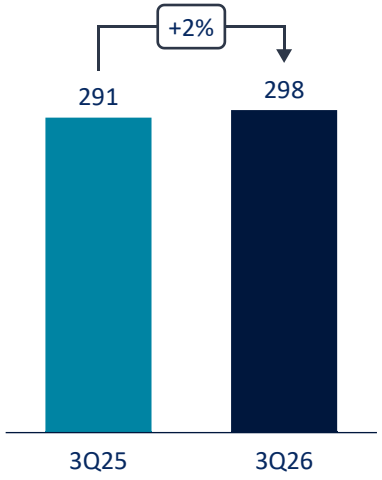


[1] I SEK
[2] Inntekter fra rene digitale produkter. Inkluderer ikke inntekter fra kombinerte digital- og papirprodukter

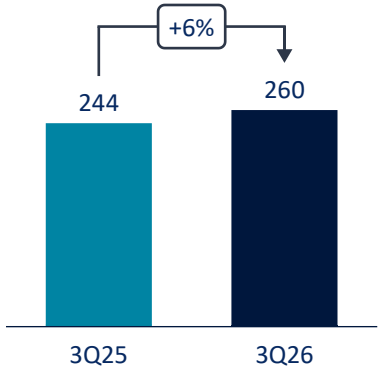
Sunn utvikling i antall heldigitale abonnementer med god vekst i antall fullprisbetalende

Mediehus Norge – Antall heldigitale abonnement

(1 000)



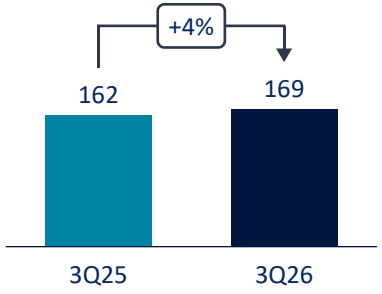
 # DIGITALE ABONNEMENT: TOTALT



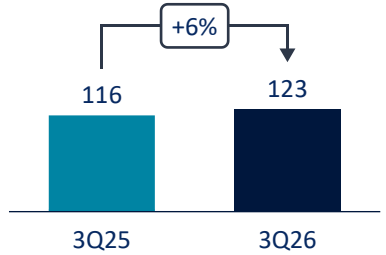
 # DIGITALE ABONNEMENT: FULLPRIS

Mediehus Sverige – Antall heldigitale abonnement

(1 000)



 # DIGITALE ABONNEMENT: TOTALT



 # DIGITALE ABONNEMENT: FULLPRIS

Kloakkavsløringen: Journalister og KI avdekket systemsvikt

Data-SKUP-diplom til Adresseavisen for undersøkende journalistikk med KI som verktøy



KI-assistert analyse

- Leste og strukturerte hundrevis av utslippstillatelser og dokumenter
- Sparringspartner og kodehjelp for datamodellen

Journalistisk graving

- Feltarbeid og prøvetaking i Nidelva
- Kontrollerte alle funn manuelt
- Konfronterte kommune, direktorat og statsråd med funnene

- KI gjorde analysen mulig. Journalistene gjorde den viktig. -

Hva Adresseavisen avdekket

9 615	steder der kommunene slipper ut urenset kloakk
433	offentlige badeplasser ligger nær et overløpsrør
275	«renseanlegg» renser ikke kloakken i det hele tatt
2 av 3	renseanlegg i større tettsteder bryter dagens krav

Gjennomslag

- **Miljødirektoratet** bekreftet brudd på EUs avløpsdirektiv
- **Regjeringen** innrømmet bruddet - statsråden: *«Gravejournalistikk på sitt beste*
- **ESA** ba Norge redegjøre for tettsteder som ikke oppfyller kravene

Viktig prinsipielt gjennomslag mot Meta

Midlertidig forføyning i Oslo tingrett

Metas nye brukervilkår

Meta varslet endring av kommersielle vilkår med ikrafttredelse 30. oktober 2026, senere utsatt til 20. november.

Vilkårene kan gi Meta svært vide rettigheter til å hente og bruke medienes innhold, blant annet til KI-trening og utvikling av konkurrerende tjenester.

Polaris Media og de fleste andre norske mediehus begjærte derfor midlertidig forføyning, med støtte fra MBL[1].

Begjæringen bygger på at Meta misbruker sin dominerende stilling ved å kreve omfattende innholdsrettigheter som betingelse for fortsatt tilgang til en sentral distribusjonskanal.

Mediehusene fikk medhold

Oslo tingrett ga 28. oktober mediehusene medhold i kravet om å stanse endringene i de kommersielle vilkårene inntil lovligheten er rettskraftig avgjort.

Retten la til grunn at Meta har en dominerende stilling og at de nye vilkårene er urimelige.

Saken gjelder kontroll over egen journalistikk og redaksjonelt innhold. Bruk i KI-tjenester må bygge på frivillige avtaler.

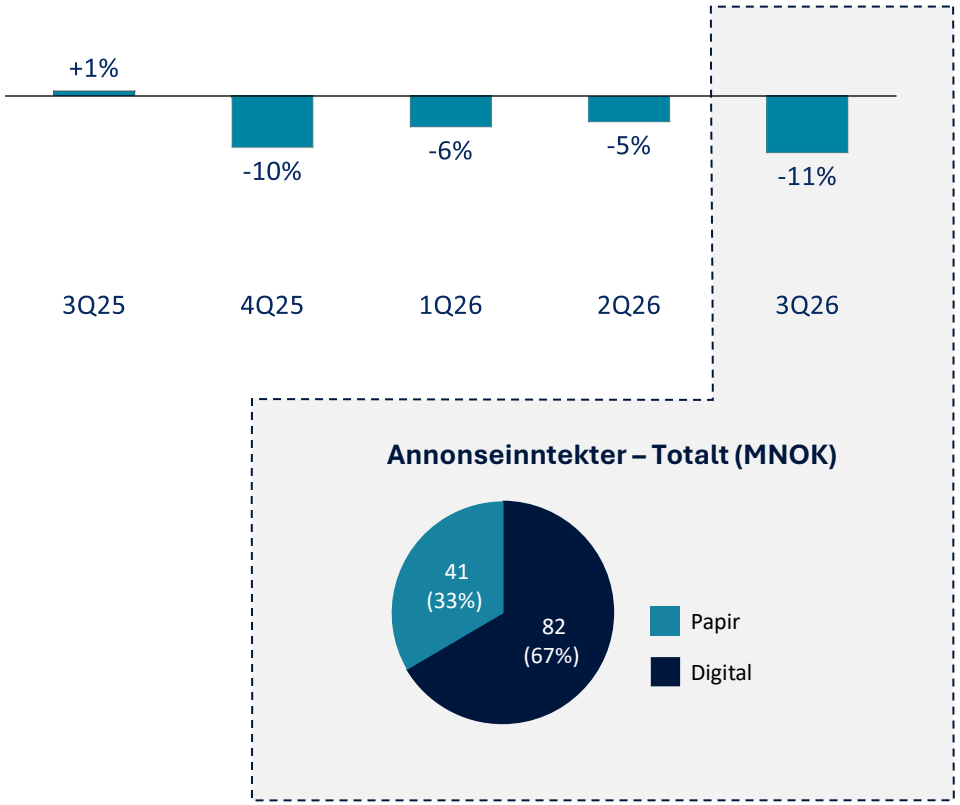
[1] Mediebedriftenes Landsforening

Annonseinntekter Norge: Fortsatt nedgang i samlede inntekter

Nedgang i både digitale og papirbaserte inntekter i kvartalet

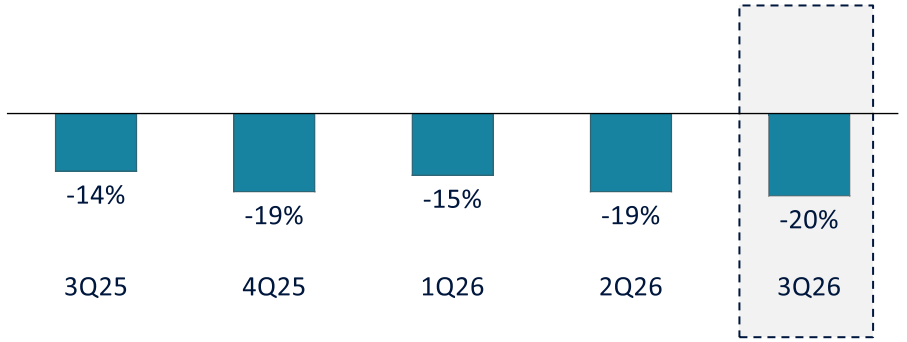
Annonseinntekter – Totalt

(år/år)



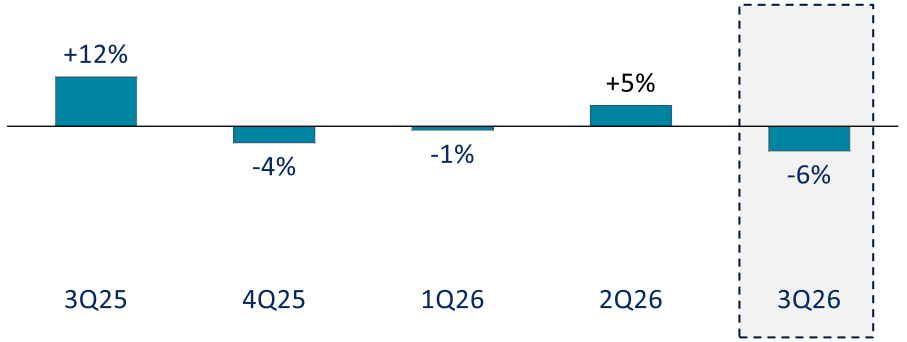
Annonseinntekter – Papir

(år/år)



Annonseinntekter – Digital

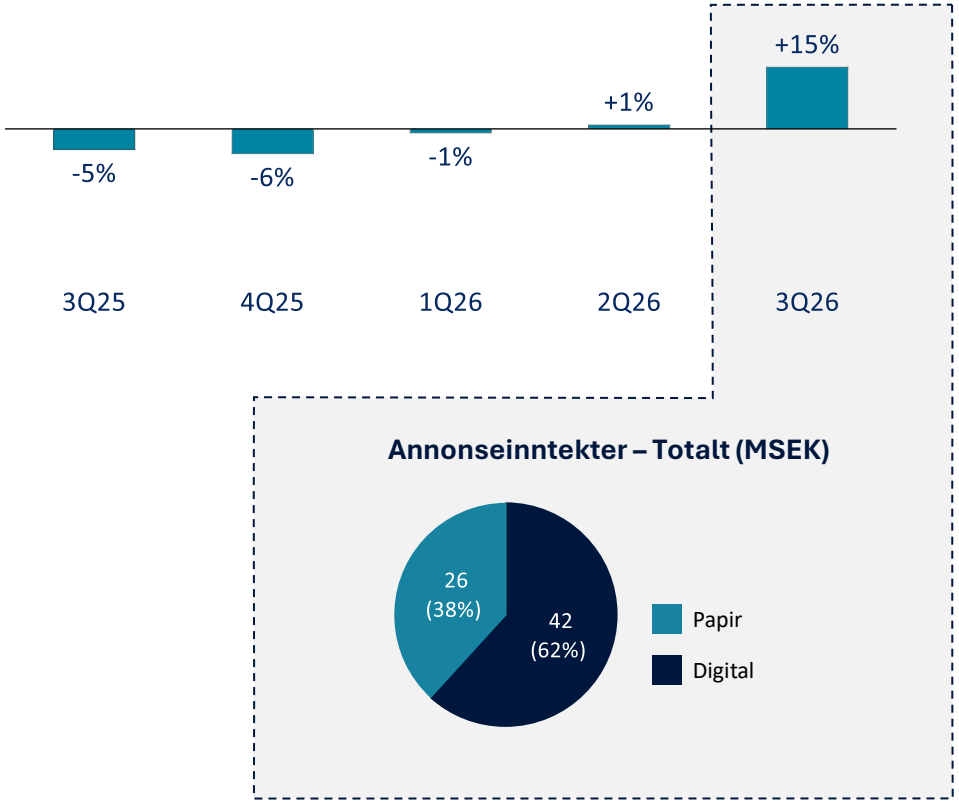
(år/år)



Annonseinntekter Sverige: Økte annonseinntekter drevet av tiltakende digital vekst i kombinasjon med lav nedgang i papirbaserte inntekter

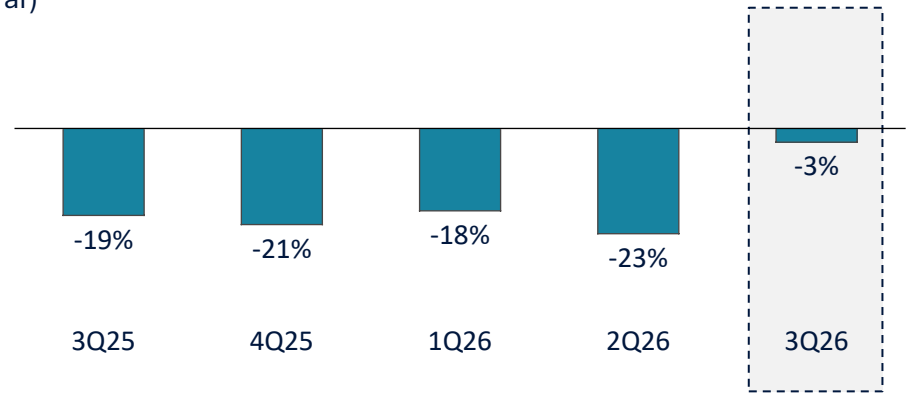
Annonseinntekter – Totalt

(år/år)[1]



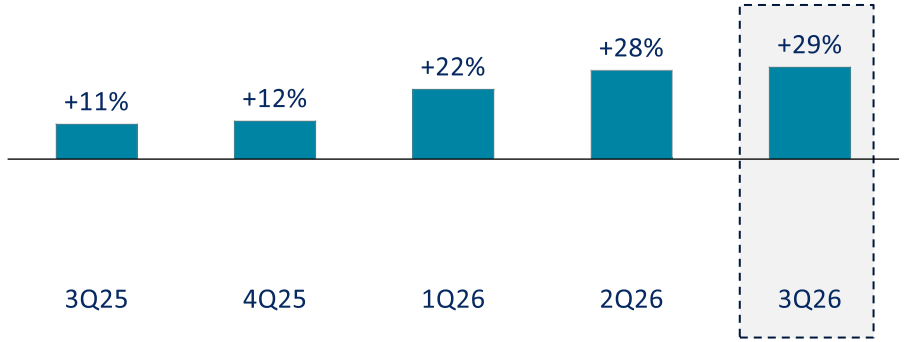
Annonseinntekter – Papir

(år/år)[1]



Annonseinntekter – Digital

(år/år)[1]

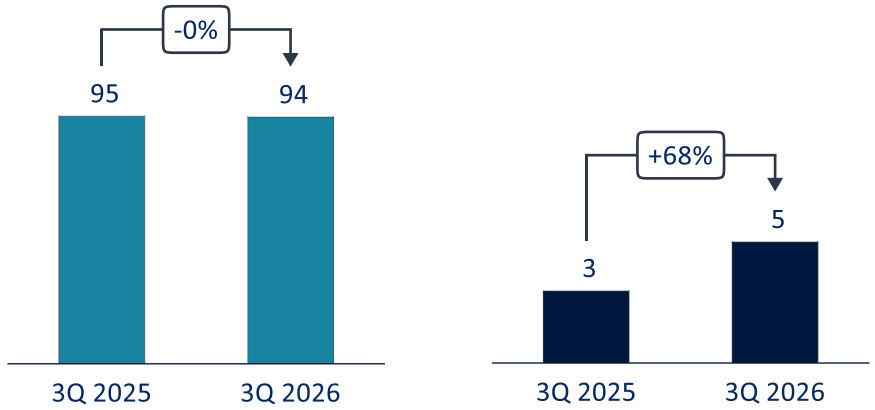


[1] I SEK

Distribusjon: Resultatforbedring både i den norske og den svenske virksomheten

Distribusjon Norge

(MNOK)

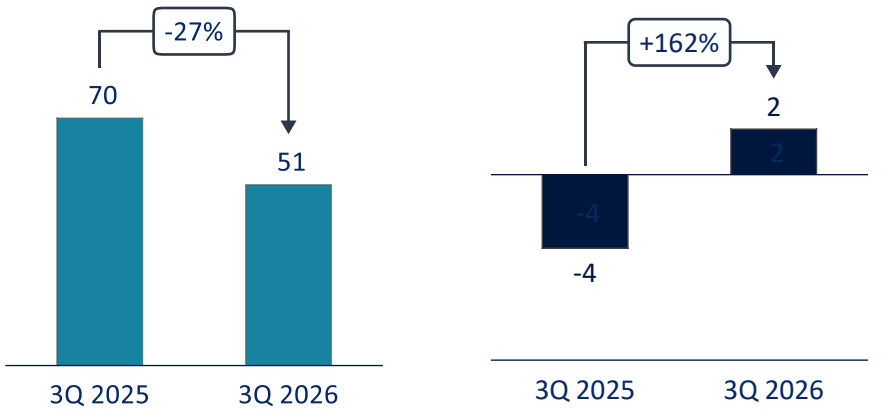


Inntekter netthandelspakker[2]
(år/år)

helthjem polaris distribusjon **29%**

Distribusjon Sverige

(MSEK)



Inntekter netthandelspakker[2]
(år/år)

Early Bird **-100%**

[1] EBITDA justert for engangseffekter. Engangseffektene i tredje kvartal 2025 bestod av avsetninger til sluttvederlag
[2] Distribusjon Norges inntekter fra pakkedistribusjon gjennom Helthjem Netthandel og Distribusjon Sveriges inntekter fra pakkesortering og -distribusjon gjennom Early Bird

Trykk: Solid resultatbidrag til tross for betydelig reduserte inntekter

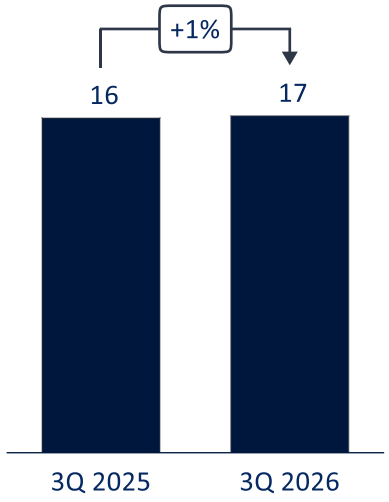
Vesentlige kostnadsbesparelser realisert fra gjennomførte effektiviseringstiltak

Trykk Norge

(MNOK)



INNTEKTER



EBITDA

Finansiell gjennomgang

3. kvartal 2026

POLARISMEDIA

Konsolidert resultatregnskap

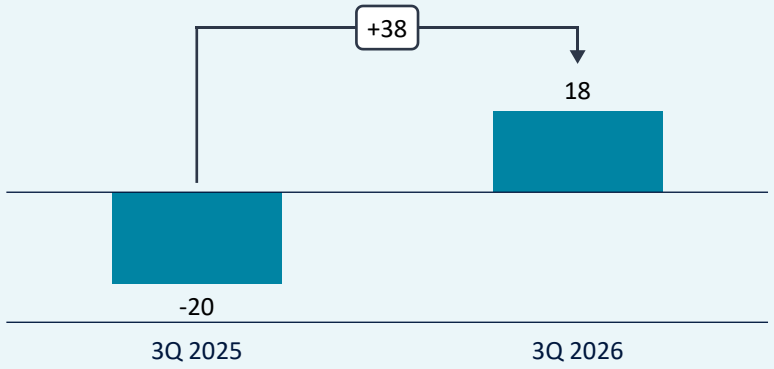
(Beløp i NOK millioner)	3Q 2026	3Q 2025	Endring
Annonseinntekter	189,0	200,2	-11,2
Brukerinntekter	527,5	508,8	18,7
Trykkeriinntekter	34,3	38,0	-3,6
Distribusjonsinntekter	67,8	83,0	-15,2
Andre inntekter	57,3	46,7	10,6
Sum driftsinntekter	**876,0**	**876,6**	**-0,7**
Driftskostnader	751,8	803,1	-51,3
Resultat fra TS og FKV	-4,3	2,4	-6,7
EBITDA	**119,9**	**75,9**	**44,0**
Avskrivninger	53,8	58,6	-4,7
Nedskrivninger	8,3	8,6	-0,3
EBIT	**57,8**	**8,8**	**49,0**
Finansinntekter	10,1	4,5	5,6
Finanskostnader	7,5	16,0	-8,5
Resultat før skattekostnad	**60,4**	**-2,7**	**63,2**
Skattekostnad	12,8	4,3	8,6
Resultat etter skatt	**47,6**	**-7,0**	**54,6**

Kommentarer tredje kvartal 2026

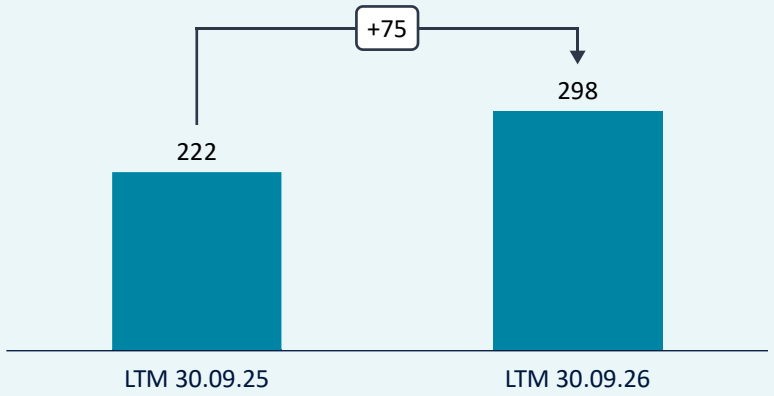
- Engangseffekt MNOK -6,0 knyttet til fraregning av utsatt skattefordel i Helthjem Netthandel inngår i regnskapslinjen *Resultat fra TS og FKV*
- Driftsmidler i trykkeri- og distribusjonsvirksomhetene er nedskrevet med MNOK 8,3
- Finansinntekter inkluderer MNOK 4,8 i verdiendring rentefond og MNOK 4,8 i renteinntekter

Vekst i kontantstrøm fra drift i kvartalet og siste 12 måneder

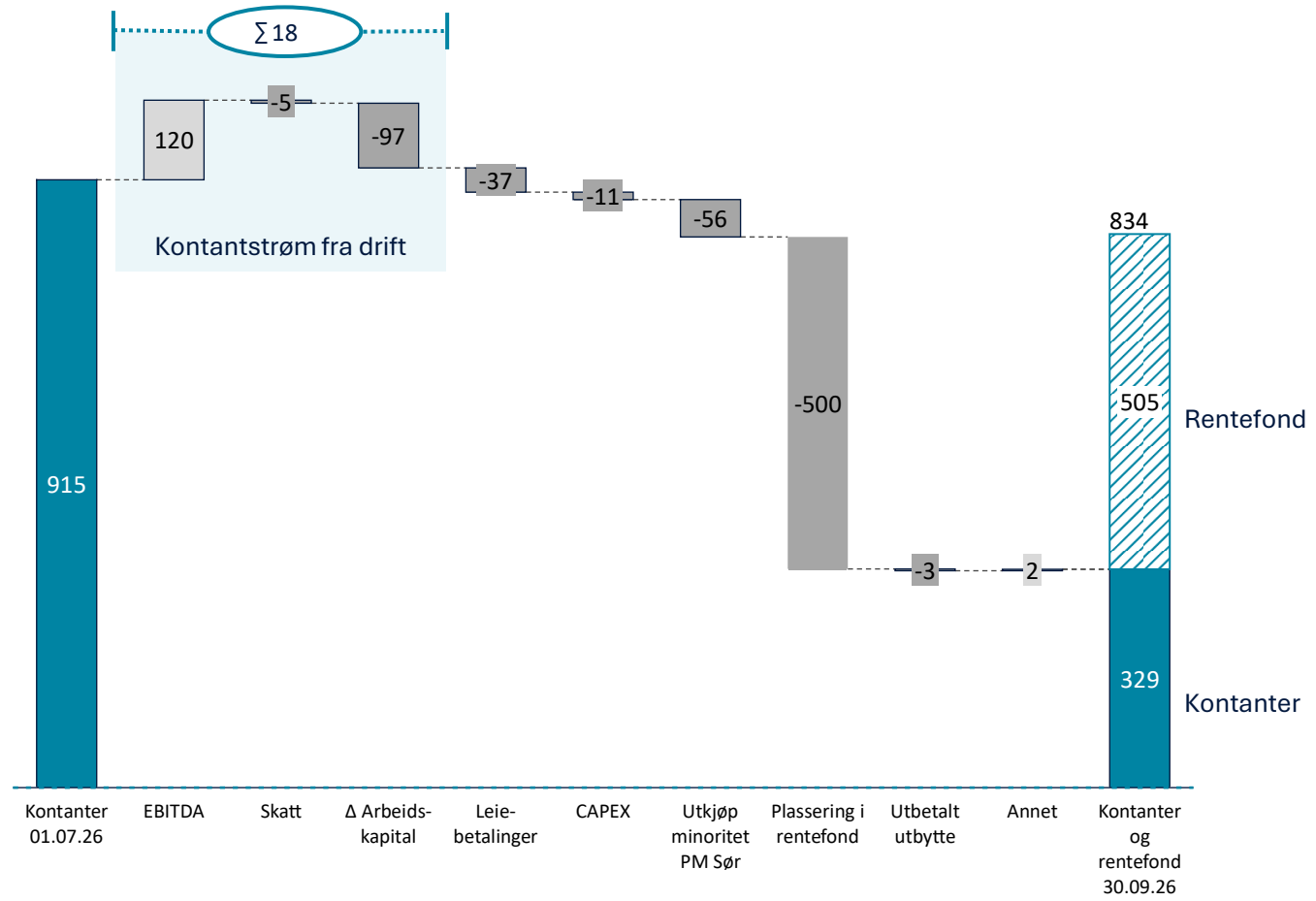
Kontantstrøm fra drift – 3Q
(MNOK)



Kontantstrøm fra drift – LTM[1]
(MNOK)



Kontantstrømutvikling – 3Q 2026
(MNOK)



[1] LTM = Siste 12 måneder

Skatteetatens mva-kontroll ventes ikke å gi økonomiske konsekvenser for Polaris Media

Flere norske mediekonsern er i lignende prosess med Skatteetaten

STATUS OG PROSESS

1. **Juni 2026**
   Mottatt varsel om kontroll for perioden 3. termin 2021 t.o.m. 2. termin 2026
2. **September 2026**
   Besvarelse på Skatteetatens spørsmål
3. **September 2026**
   Oppfølgingsspørsmål og forespørsel om ytterligere dokumentasjon
4. **1. desember 2026**
   Svarfrist

VÅR VURDERING

All omsetning rapportert som fritatt mva. oppfyller etter vår vurdering lovens vilkår for fritak

Vi forventer derfor ingen økonomiske konsekvenser av kontrollen

Solid grunnlag for videre lønnsom vekst

Utsikter til videre vekst i brukerinntekter og en stabilisering i annonsemarkedet i 2027

INNTEKTSUTVIKLING

- Forventer fortsatt vekst i brukerinntektene; digital inntektsvekst i begge land, men noe avtakende vekstrate i Norge
- Utsikter til fortsatt utfordrende annonsemarked for vår bransje; marginal inntektsvekst i Norge og en mindre nedgang i Sverige i 2027[1]

KOSTNADSBASE

- Betydelig lavere kostnadsbase etter tiltak gjennomført i 2025
- Trykk og distribusjon tilpasses løpende lavere papirvolumer
- Sterkt kostnadsfokus videreføres

FINANSIELL STILLING

- Solid kontantbeholdning og plasseringer i rentefond
- Investeringer i lønnsom digital vekst prioriteres
- God finansiell fleksibilitet til å fortsatt styrke konsernets posisjon i Norge og Sverige

[1] IRM, Prognose 2026-2027 (sept. 2026)

Q&A

POLARISMEDIA