

STAMPEN.

Året i korthet 2017

1 januari till 31 december



VD-KOMMENTAR

Det är mycket glädjande att kunna rapportera ett positivt resultat för Stampengruppen 2017. Året har präglats av återhämtning och normalisering efter rekonstruktionen av gruppens balansräkning 2016, men också av nya satsningar på innehåll och digitala affärsmodeller.

Under året har återbetalning av ackordslikviden (240 MSEK) och lönegarantin (80 MSEK) genomförts och vi har återfått normala kredittider hos våra leverantörer. I och med detta har vi gradvis kunnat förflytta fokus mot att bygga vidare och utveckla våra verksamheter.

Flera viktiga rekryteringar har genomförts till Stampen Media. Johan Hansson började som ny VD i mars och Christofer Ahlqvist utsågs till ny chefredaktör för Göteborgs-Posten i april. Ett stort förändringsarbete har där- efter genomförts i syfte att förbättra innehåll och att etablera en ny affärsmodell för att kunna ta betalt för vårt digitala innehåll. Vi kan konstatera att modellen fungerar och att vi nu ökar antalet totala prenumeranter.

Effektiviteten inom vår tryckeriverksamhet V-TAB utvecklas positivt och investeringar har genomförts i anläggningen i Landvetter för att säkerställa framtida volymer. Dagstidningstryck fortsätter att minska som segment medan vi ser tillväxt inom både heatset och skylt & reklam. Fortsatt konsolidering inom segmentet coldset bedöms som nödvändig.

Distributionsbolaget VTD ökar sina externa intäkter från post och varubrev med 44%. Ökade intäkter från post och e-handel är en viktig, långsiktig satsning för att kompensera för minskade pappersupplagor. Samtidigt har vi genomfört flera löpande besparingar inom VTD för att anpassa kostnaderna till lägre tidningsvolymer.

Kostnaderna för moderbolaget Stampen AB fortsätter att minska och antalet anställda var 10 FTE vid utgången av 2017. Nya och gamla ägare och en delvis ny styrelse har tillsammans med ledningen utvecklat bra samarbetsformer under året. Digitaliseringen fortsätter att förändra förutsättningarna för den traditionella affären, men den erbjuder också nya intäktsmöjligheter och effektivare arbetssätt. Samtidigt kan vi konstatera att för- troendet för de traditionella tidningshusen är stort. Lokal kvalitetsjournalistik i alla kanaler är förutsättningen för såväl journalistisk som affärsmässig framgång. Därför är vårt gemensamma fokus framåt att fortsätta förflytt- ningen och stärka vårt lokala innehåll och vår västsvenska närvaro.

Martin Alsander
VD och koncernchef

1 JANUARI-31 DECEMBER 2017

- Nettoomsättningen uppgick till MSEK 2 440 (2 834) vilket är en minskning med 14%. Justerat för avyttrade verksamheter och jämförelsestörande poster minskade omsättningen med 5%.
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) uppgick till MSEK 132 (761). I rörelseresultat före avskrivningar ingår ackordsresultat om MSEK 37 (683).
- Rörelseresultat (EBITA) uppgick till MSEK 36 (18). Rörelseresultatet belastades med omstrukturerings- och engångsposter om MSEK -31 (-53). Föregående år påverkades rörelseresultatet av nedskrivning av goodwill om MSEK -632.
- Kassaflödet uppgick till MSEK -162 (203). Årets kassaflöde belastades med ackordsrelaterade utbetalningar om MSEK 320 (0). Likvida medel vid årets slut uppgick till MSEK 176 (338).
- Finansiella kostnader minskade med MSEK 47 under året.
- Resultatet efter skatt uppgick till MSEK 12 (10).

STAMPENGRUPPEN

RESULTATRÄKNING, MSEK	2017	2016
Nettoomsättning	2 440	2 834
EBITDA*	132	761
EBITA*	36	18
Finansnetto**	-29	-25
Resultat efter skatt	12	10
NYCKELTAL	2017	2016
Tillväxt, %***	-5,0	-4,0
Årets kassaflöde, MSEK	-162	203
Avkastning på totalt kapital, % ****	2	3
Soliditet, %	18	14

Koncernens redovisning har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS)

* Inklusive rearesultat från avyttrade verksamheter MSEK 9 (-46)

** I finansnettot ingår rearesultat från avyttrade verksamheter om MSEK 0 (-43), ackordsresultat om MSEK 0 (111) och nedskrivning av finansiell skuld om MSEK 16 (0)

***Exklusive avyttrade verksamheter och jämförelsestörande poster

****Rörelseresultat EBITA plus finansiella intäkter i förhållande till genomsnittlig balansomslutning

STAMPEN MEDIA



Positiv upplageutveckling

Stampen Media leds av VD Johan Hansson och består av tidningstitlarna Bohusläningen, Göteborgs-Posten, Hallands Nyheter, Hallandsposten, Strömstads Tidning och TTELA samt åtta gratistidningar. Utöver tidningsverksamheten ingår även utomhusreklambolaget Wallstreet Media i affärsområdet.

Under året har tidningsverksamheten präglats av att stärka den lokala journalistiken och att skapa ett tydligare fokus på västkusten. Detta har gjorts genom redaktionella rekryteringar och nysatsningar på alla tidningstitlar. Exempelvis har Göteborgs-Posten lanserat utökade bevakningar för det västsvenska näringslivet, stadsbyggnadsfrågor och politik och alla titlar har gjort en storsatsning på rörlig bild och livesändningar inom bland annat sport. Vi har även börjat ta betalt för vårt digitala innehåll genom prenumerationsformerna Digital Bas och Digital Plus. Bohusläningen och Strömstads Tidning var först ut med att lansera sina respektive betalväggar i juni och Göteborgs-Posten lanserade, som sista titel, sin betalvägg i november. Lanseringen har varit framgångsrik och vid utgången av 2017 hade närmare 16 000 läsare testat en digital prenumeration. Detta innebär att vi nu ökar antalet betalande prenumeranter och att vi därmed vänt en mångårig, nedåtgående trend.

Papperstidningen fortsätter att vara en viktig del av vår totalaffär. I takt med att fler väljer att läsa våra produkter digitalt ligger fokus därmed också på att effektivisera vår tidningsdistribution för att få ner kostnaden per utdelat exemplar. Detta arbete kommer att fortgå under 2018.

Wallstreet Media har under året expanderat sin verksamhet till Stockholm genom avtal med SL, vilket har förknippats med höga kostnader 2017. Avtalet förväntas att ge en positiv effekt på resultatet 2018.

Som en följd av vårt stärkta fokus på tidningsverksamheten på västkusten har bolaget Modern Women Media, med säte i Stockholm, avyttrats i juni 2017.

Affärsområdet som helhet förbättrar resultatet mot föregående år genom fortsatt sänkta kostnader. Utmaningen har varit en fortsatt minskning av annonsintäkterna i print. Tappet har varit störst på GP med 21% medan landsortstidningarna har klarat sig bättre med en nedgång på 9%. Den digitala annonstillväxten har varit fortsatt stark under 2017 med en ökning på 11%. Vi har under året påbörjat en större genomlysning av annonsaffären med fokus på organisation och säljkompetens, teknik samt annonssegment. Detta arbete ligger till grund för utbildnings- och kompetenshöjande insatser samt tekniska nysatsningar under 2018. Målet är att minska annonstappet i print samtidigt som vi fortsätter att stärka vår digitala annonsaffär.

TRYCK & DISTRIBUTION



Fokus på effektivitet och nya affärer

Tryck & Distribution leds av VD Peder Schumacher och består av Nordens största tryckerikoncern V-TAB samt distributionsverksamheten VTD. V-TAB finns på sex orter i Sverige och tyngdpunkten ligger på tryck av dagstidningar, tidskrifter och direktreklam. Bland kunderna finns flera av landets främsta dagstidningar, tidskrifter och affärskedjor. VTD är sedan länge störst på dagstidningsdistribution i västra Sverige och växer även inom utbärning av post och andra försändelser till privatpersoner och företag.

Affärsområdets resultat försämras mot föregående år på grund av en fortsatt minskning av dagstidningsupplagor. V-TAB har dock lyckats bibehålla en god lönsamhet då endast en mindre del av affären kommer från dagstidningstryck. Genom att skapa en effektivare organisation med färre medarbetare, och genom strategiska investeringar för att bredda konkurrenskraften, har vi kunnat öka lönsamheten inom tillväxtområdena skylt & reklam och heatset. Produktionseffektiviteten i V-TABs anläggningar är en viktig förutsättning, inte minst för dagstidningarnas framgångar och därmed för journalistiken.

V-TAB har under året påverkats negativt av minskade volymer inom direktreklam som en tillfällig följd av rekonstruktionen. Under hösten har vi dock lyckats återvinna ett antal kunder, vilket visar att V-TAB är en leverantör med hög kapacitet och kvalitet.

VTDs lönsamhet påverkas i stor grad av dagstidningarnas upplagor och deras geografiska spridning. Som en följd av digitaliseringen ökar kostnaden per distribuerat exemplar, vilket försämrar resultatet. Detta kompenseras delvis genom ökad post- och paketsdistribution, vilket är ett av våra viktigaste utvecklingsområden. De externa affärerna växer stadigt och står nu för en allt större del av intäkterna. För att sänka våra kostnader har vi bland annat gjort en omläggning av våra distrikt och utvecklat nya scheman. I december ISO-certifierades VTD för kvalitet och miljö.