



Delårsrapport – Interim Report

2000

4. KVARTAL/ 31.12.2000

 SCHIBSTED

Resultatregnskap / Income statement

SCHIBSTED KONSERN / SCHIBSTED GROUP

1.10.-31.12.99	1.10.-31.12.00	MILL. KR / NOK MILLION	1.1.-31.12.00	1.1.-31.12.99
2 037	2 328	Driftsinntekter / Operating revenues	8 270	7 402
(403)	(547)	Varekostnad / Raw materials, work in progress and finished goods	(1 701)	(1 345)
(643)	(654)	Lønnskostnader / Payroll expenses	(2 478)	(2 371)
(103)	(101)	Avskrivninger / Depreciation and amortisation	(408)	(401)
(823)	(872)	Andre driftskostnader / Other operating expenses	(3 170)	(2 987)
65	154	Driftsresultat før goodwill og andre inntekter og kostnader/ Operating profit before goodwill and other revenues and expenses	513	298
(20)	(15)	Avskrivning goodwill/ Amortisation goodwill	(72)	(83)
11	12	Andre inntekter og kostnader/ Other revenues and expenses	96	(43)
56	151	Driftsresultat/ Operating profit	537	172
(24)	(76)	Inntekt fra tilknyttede selskaper / Income from associated companies	382	(67)
68	41	Finansinntekter / Financial income	291	177
(44)	(101)	Finanskostnader / Financial expenses	(260)	(168)
56	15	Ordinært resultat før skattekostnad / Profit before taxes	950	114
(41)	(2)	Skattekostnad / Taxes	(335)	(87)
15	13	Periodens resultat / Net profit	615	27
(7)	9	Minoritetens andel av periodens resultat / Net profit attributable to minority interests	7	(15)
22	4	Majoritetens andel av periodens resultat / Net profit attributable to majority interests	608	42
0,32	0,06	Resultat pr. aksje (kroner) / Earnings per share (NOK)	8,78	0,61

Virksomhetsområder / Business areas

SCHIBSTED KONSERN / SCHIBSTED GROUP

1.10.-31.12.99	1.10.-31.12.00	MILL. KR / NOK MILLION	1.1.-31.12.00	1.1.-31.12.99
1 622	1 759	Avis / Newspapers	6 637	6 084
225	400	TV / Film	1 076	709
43	16	Multimedia	73	139
91	98	Forlag / Publishing	277	268
54	52	Estland / Estonia	198	194
69	70	Annen virksomhet / Other operations	258	263
(67)	(67)	Elimineringer / Eliminations	(249)	(255)
2 037	2 328	Driftsinntekter / Operating revenues	8 270	7 402
79	105	Avis / Newspapers	450	322
15	57	TV / Film	78	32
(29)	(38)	Multimedia	(113)	(86)
9	16	Forlag / Publishing	18	8
(5)	(6)	Estland / Estonia	(20)	(32)
(4)	20	Annen virksomhet / Other operations	100	54
65	154	Driftsresultat før goodwill og andre inntekter og kostnader/ Operating profit before goodwill and other revenues and expenses	513	298
(9)	(3)	Avskrivning goodwill og andre inntekter og kostnader	24	(126)
56	151	Driftsresultat / Operating profit	537	172

Balanse / Balance sheet

SCHIBSTED KONSERN / SCHIBSTED GROUP

MILL. KR / NOK MILLION	31.12.00	31.12.99
Immaterielle eiendeler / Intangible fixed assets	941	969
Varige driftsmidler / Tangible fixed assets	3 164	3 242
Finansielle anleggsmidler / Financial fixed assets	1 493	1 071
Omløpsmidler / Current assets	1 931	1 925
Sum eiendeler / Total assets	7 529	7 207
Egenkapital og minoritetsinteresser / Shareholders' equity and minority interests	2 845	2 401
Langsiktig rentefri gjeld og avsetninger / Interest free long term liabilities and provisions	670	701
Langsiktig rentebærende gjeld / Interest bearing long term debt	1 751	2 267
Kortsiktig rentefri gjeld / Interest free current liabilities	2 263	1 838
Sum egenkapital og gjeld / Total shareholders' equity and liabilities	7 529	7 207

Nøkkeltall / Key figures

SCHIBSTED KONSERN / SCHIBSTED GROUP

	1.1.-31.12.00	1.1.-31.12.99
Finansielle nøkkeltall / Financial key figures		
Driftsmargin / Operating margin		
Avis / Newspapers	6,8 %	5,3 %
TV / Film	7,3 %	4,5 %
Multimedia	(154,5 %)	(61,5 %)
Forlag / Publishing	6,3 %	2,9 %
Estland / Estonia	(10,1 %)	(16,3 %)
Schibsted Konsern / Schibsted Group	6,2 %	4,0 %
Fortjenestemargin / Profit ratio	7,3 %	0,6 %
Egenkapitalandel / Equity ratio	37,8 %	33,3 %
Netto rentebærende gjeld (mill kroner) / Net interest bearing debt (NOK million)	1 168	1 502
Kontantstrøm pr. aksje (kroner) / Cash flow per share (NOK)	15,15	8,76
Opplag / Circulation		
Aftenposten, morgen / morning edition, hverdager / weekdays	276 429	284 251
Aftenposten, aften / evening edition, hverdager / weekdays	175 783	180 497
Aftenposten, søndag / Sunday	235 441	236 995
VG, hverdager / weekdays	375 983	373 552
VG, søndag / Sunday	313 261	307 863
Aftonbladet, hverdager / weekdays	379 933	380 600
Aftonbladet, søndag / Sunday	454 917	475 100
Svenska Dagbladet, hverdager / weekdays	175 771	178 100
Svenska Dagbladet, søndag / Sunday	190 041	193 700
Annonsevolum / Advertising volumes (spaltemeter/column meters)		
Aftenposten	61 599	55 311
VG	7 690	7 326
Aftonbladet	11 185	12 274
Svenska Dagbladet	28 514	29 832

Schibsted ASA
Apotekergaten 10
Postboks 1178
Sentrum
N-0107 Oslo

Tel: (+47) 23 10 66 00
Fax: (+47) 23 10 66 01
schibsted@schibsted.no
www.schibsted.no

Kommentarer - Foreløpig årsresultat 2000

Resultatet for 2000 er det beste årsresultat i Schibsted-konsernets historie. Driftsresultatet ble kr 537 mill., mens ordinært resultat før skatt ble kr 950 mill. og resultat etter skatt ble kr 615 mill. Kontantstrøm fra driften ble kr 1.049 mill. I 4. kvartal ble driftsresultatet kr 151 mill. sammenlignet med kr 56 mill. for samme periode i 1999.

Året som helhet viser at det har skjedd en gjennomgående forbedring av underliggende drift innen alle Schibsted-konsernets virksomhetsområder. Både konsernets aviser, multimedia-, TV/film- og forlagsselskaper holdt eller styrket sine markedsposisjoner. Investeringer innen nye satsingsområder som mobile tjenester, nye medier i avisene og 20 Minutter-prosjektet er utgiftsført løpende med kr 215 mill. i 2000.

Reprisingen av den internasjonale TMT sektoren hadde negativ innvirkning på Schibsted-aksjen i 2000. På samme måte bidro et overopphet "com" marked til å løfte kursen tilsvarende året før. Konsernets langsiktige strategi har ligget fast siden 1995, uavhengig av disse svingningene. Visjonen fra 1995 om å bli Skandinavias ledende mediebedrift gjennom å være den foretrukne innholdsleverandør til lesere, seere og annonsører, uavhengig av medievalg - er fortsatt grunnlaget for alle vesentlige strategiske vurderinger i konsernet.

Avis

Den positive utviklingen med bedre annonsemarkeder, styrket posisjon i løssalgsmarkedet og høy trafikk på nettstedene for Schibsteds aviser preget 2000. Virksomhetsrådets driftsresultat før goodwill og andre inntekter/kostnader ble for 2000 kr 450 mill., en forbedring på kr 128 mill. i forhold til 1999. Annonseinntektene i papirutgavene av Aftenposten, VG, Aftenbladet og Svenska Dagbladet økte med 11% sammenlignet med 1999. Annonseinntektene på avisenes nettstedet inkludert FINN.no økte markant, fra kr 69 mill. i 1999 til kr 181 mill. i 2000. Også konsernets gratisavis i Oslo, avis1, hadde en solid vekst i annonseomsetning og -volum.

Aftenbladet holder sin klare markedslederposisjon blant de svenske løssalgsvisene. I november hadde Aftenbladet for første gang et opplag som var høyere enn Expressen/ GT/ Kvallsposten samlet. Det er ikke noe som tyder på at Aftenbladets opplag har blitt påvirket av gratisaviseringen i Stockholm i vesentlig grad. Aftenbladets opplag falt med 4.000 eksemplarer i løpet av 2000.

VG hadde meget sterke opplagstall i 2. halvår 1999, men fikk likevel en opplagsvekst også i 2000. Økningen var 2.400 på hverdager og 5.400 på søndager. Hovedårsakene til Aftenpostens opplagsnedgang for morgenutgaven på ca. 7.800 i 2000 er abonnenters overgang fra komplett abonnement til enkeltprodukter samt krediteringer til kunder på grunn av tidligere produksjonsproblemer ved trykkeriet i Nydalen. Til tross for opplagsnedgangen økte antall lesere for morgenutgaven fra 812.000 i 1999 til 813.000 i 2000. Svenska Dagbladet gikk den 16. november over til tabloidformat. I desember og januar hadde SvD for første gang på svært lenge en økning i opplaget sammenlignet med samme periode året før.

I november kom Apax inn som ny investor i 20 Minutes Holding AG med en investering på EUR 50 mill. som verdsetter 20 Minutter til EUR 180 mill. etter at Apax har skutt inn sin kapital. Samtidig investerte Schibsted ASA og A&A Group henholdsvis EUR 22 og EUR 5 mill. Selskapet er dermed fullfinansiert i forhold til den planlagte ekspansjonen.

Schibsteds nettaviser i Norge og Sverige er nå blant de mest besøkte i begge land, og fremgangen fortsatte i 4. kvartal. Aftenbladet er Sveriges største nettavis med 1,5 millioner brukere i desember 2000. VG hadde i 4. kvartal 832.000 ukentlige brukere, en oppgang på 18% fra tredje kvartal. VG er klart større enn de andre norske nettavisene og nærmere seg nå

SOL, som er Norges største nettsted.

Annonseamarbeidet på Internett mellom Aftenposten og de større norske regionavisene, FINN.no, vokser raskere enn konkurrentene i det norske markedet, og har klart flest brukere og sidevisninger. I november hadde FINN.no flere sidevisninger enn alle de største konkurrentene på markedene jobb, eiendom, bil og båt til sammen. I januar 2001 hadde FINN.no 17 millioner sidevisninger. FINN.no er nå etablert som det 11. største nettstedet i Norge og har kun portaler og nettaviser foran seg på listen.

I desember inngikk SvD en avtale med Dagens Nyheter om kjøp av 50% av distribusjonsselskapet Pressens Morgontjänst for SEK 97,5 mill. Dette kjøpet sikrer SvD distribusjon til lavere kostnad enn tidligere.

Multimedia

Resultatutviklingen innen virksomhetsområdet Multimedia var påvirket av børsnoteringen av Scandinavia Online AB (SOL) og salg av eierandeler i 1. halvår. Etter børsnoteringen og salg av 5% av aksjene i SOL til Telia har Schibsted en eierandel på 34,6% og fra og med 1. april er SOL regnskapsmessig behandlet i Schibsted som tilknyttet selskap. I 2000 var Schibsteds resultatandel fra SOL på kr -172 mill. SOL er fullfinansiert, og krever ingen ytterligere finansiering fra Schibsted for å nå sine oppsatte mål.

Hovedfokus innen virksomhetsområdet er rettet mot å posisjonere konsernet for markedsmuligheter innenfor fast og mobil bredbånd, samt venture-investeringer. I november lanserte Schibsted Telecom sin GSM-baserte tjeneste, inproc.no i Norge og lansering av Inproc i Sverige fant sted i februar. I desember ble Orange Sverige AB tildelt UMTS lisens. Schibsted har en 2% eierandel i konsortiet noe som vil utgjøre en egenkapitalinvestering på ca. kr 200 mill. over 5 år. Deltagelsen i dette konsortiet gjør at Schibsted er godt posisjonert til å ta en ledende rolle i utviklingen av tjenester som skal leveres over bredbåndnettverk i de nordiske land i løpet av de neste årene.

European Media Ventures, som nå er etablert, vil stå for forvaltningen av eksisterende og nye finansielle investeringer for Schibsted Multimedia og konsernets aviser. Investeringene vil finne sted ved bruk av annonseplass i avisene samt kontanter.

I 2000 hadde virksomhetsområdet Multimedia totale driftsinntekter på kr 73 mill. mot kr 139 mill. i 1999. Driftsresultatet før goodwill og andre inntekter/kostnader var kr -113 mill. mot kr -86 mill. i fjor. Tallene er ikke sammenlignbare med 1999 på grunn av endringen av SOLs status fra prora konsolidert til tilknyttet selskap fra og med 2. kvartal.

TV/Film og Forlag

2000 ble et meget fremgangsrikt år for Schibsteds aktiviteter på TV/filmområdet. Omsetningen for de Schibsted-kontrollerte selskapene økte samlet med 52% til kr 1.076 mill. og driftsresultatet før goodwill og andre inntekter/kostnader økte fra kr 32 mill. i 1999 til kr 78 mill. i 2000. Samtidig hadde TV 2 sitt beste år noensinne, og bidro med kr 70 mill. til Schibsteds resultat som tilknyttet selskap.

Schibsteds ledende posisjon som TV-produsent i Skandinavia ble kraftig styrket i 2000. Omsetningen for de nå 13 produksjonsselskapene i Metronome Film & Television-gruppen økte med 107,5% i 2000, fra SEK 321 mill. i 1999 til SEK 666 mill. i 2000. Driftsresultatet ble SEK 61 mill. i 2000, en økning fra SEK 15 mill. i 1999. Målt i omsetning var Metronome Film & Television-gruppen ved utgangen av året omtrent dobbelt så stor som den nærmeste konkurrenten i de nordiske land.

Sandrew Metronome-konsernet hadde et driftsresultat i 2000 på SEK

33 mill. sammenlignet med SEK 29 mill. i 1999. Omsetningen økte fra SEK 864 mill. i 1999 til SEK 913 mill. i 2000. Sandrew Metronome har utvidet samarbeidet med Warner, og er nå film-, video- og DVD-distributør av Warners filmer i alle nordiske land. Sammen med egen rettighetsportefølje vil dette medføre at Sandrew Metronome-konsernets årsomsetning vil øke til over SEK 1 milliard i 2001. Schibsted eier 50% av selskapet.

Stigende seeroppslutning, økt reklamesalg og salgsgevinst på aksjer medførte et resultat etter skatt for TV 2 konsern på kr 214 mill. i 2000 sammenlignet med et underskudd på kr 58 mill. i 1999. Driftsresultatet var kr 238 mill. sammenlignet med kr 143 mill. i 1999. TV 2 har styrket sin posisjon i seermarkedet gjennom året, og er den klart førende norske TV-kanalen i den kommersielt viktige aldersgruppen 12-49 år. TVNorges resultat er fortsatt negativt, med et underskudd på TV 2s eierandel på kr 83 mill. inklusive goodwillavskrivninger. Dette er noe bedre enn i 1999.

Schibsteds forlagsselskaper hadde en samlet omsetning i 2000 på 277 mill. sammenlignet med kr 268 mill. i 1999. Gjennom oppkjøp og organisk vekst har forlagsselskapene blitt en gruppe spesialiserte enheter som ved spisskompetanse på flere områder hevder seg stadig bedre i markedet. Driftsresultatet før goodwill og andre inntekter/ kostnader ble kr 18 mill. i 2000 sammenlignet med kr 8 mill. i 1999.

Økonomi

Konsernets omsetning i 2000 ble kr 8.270 mill., en økning på 11,7% fra året før. Driftsresultatet før goodwill og andre inntekter/kostnader ble kr 513 mill., mot kr 298 mill. året før. Den sterke resultatfremgangen skyldes hovedsakelig økt underliggende inntjening i virksomhetsområdene. Driftsmarginen før goodwill og andre inntekter/kostnader ble på 6,2%, opp fra 4,0% i 1999. Driftsresultatet ble kr 537 mill. i 2000, opp fra kr 172 mill. i 1999. Driftsresultatet for 2000 inkluderer andre inntekter og kostnader med netto kr 96 mill. hovedsakelig bestående av tilbakeføring av pensjonsmidler i Sverige (kr 116 mill.), restrukturingskostnader i Sverige (kr 82 mill.) og gevinster ved salg av datterselskaper (kr 62 mill.) Driftsresultatet for 1999 inkluderer andre inntekter og kostnader med netto kr -43 mill. hovedsakelig bestående av kostnader forbundet med oppstart av nytt trykkeri i Oslo (kr 119 mill.), restrukturingskostnader (kr 69 mill.) og salgsgevinster (kr 145 mill.)

Finansresultatet ble på kr 31 mill. (kr 9 mill.) Resultatet fra tilknyttede selskaper var kr 382 mill. (kr -67 mill.) Forbedringen skyldes hovedsakelig gevinst ved børsnotering av SOL på kr 550 mill. og resultatandel i TV 2 på kr 70 mill. motvirket av resultatandel fra SOL på kr -172 mill., resultatandel i 20 Minutter på kr -90 mill. og resultatandel på GoToGate AS på kr -26 mill.

Resultat før skatt ble kr 950 mill. (kr 114 mill.) mens resultat etter skatt ble kr 615 mill. (kr 27 mill.) Kontantstrøm fra driften utgjorde kr 1.049 mill. (kr 15,15 pr. aksje) sammenlignet med kr 607 mill. (kr 8,76 pr. aksje) i 1999. I 2000 ble det investert totalt kr 708 mill. hvorav kr 334 mill. i aksjer og andeler og kr 374 mill. i løpende driftsinvesteringer. Totale likviditetsreserver utgjorde pr. 31.12. ca. kr 2.287 mill. sammenlignet med ca. kr 2.400 mill. pr. 30.9. Konsernets egenkapitalgrad pr. 31.12. var på 37,8% sammenlignet med 33,3% i fjor. Netto rentebærende gjeld pr. 31.12 var kr 1.168 mill., sammenlignet med kr 1.502 mill. i fjor.

Styret vil overfor generalforsamlingen foreslå et utbytte på kr 2,00 pr. aksje – en økning fra kr 1,75 i 1999.

Fremtidsutsikter

Mediamarkedet er i endring og Skandinavia er en spennende og innovativ markeds plass i så måte. For et tradisjonsrikt selskap som Schibsted-konsernet innebærer dette også utfordringer. Men mest av alt åpner det opp for

en rekke muligheter til fortsatt vekst og utvikling.

Med god underliggende inntjening fra de etablerte virksomhetene og med sterke posisjoner innen nye vekstområder er konsernet godt posisjonert for videre utvikling. Skandinavia er selskapets hovedmarked, men dette skal ikke være til hinder for å utnytte forretningsmuligheter i andre land der som åpenbare konkurransefortrinn skulle tilsi dette.

Annonsetilgangen i de trykte avisene er fortsatt god, men rekordåret 2000 forventes ikke å bli gjentatt i 2001. Veksten i både det norske og svenske annonsemarkedet forventes å flate ut. Det er kortsiktig usikkerhet rundt nettannonseringen. Det er samtidig gledelig at det åpner seg muligheter for annonsering innenfor nye markedssegmenter f.eks. innen mobile tjenester. Det nordiske markedet for TV-produksjoner viser fortsatt vekst inn i 2001, og også TV-reklamemarkedet vokser.

Opplagsutviklingen har for mange aviser vist en nedadgående trend. Utviklingen følges nøye i Schibsted. VG og Aftenbladet styrket i løpet av året sin posisjon i forhold til konkurrentene og dette forventes å fortsette i 2001. Konsernet satser også på å nå lesergrupper som ikke ellers ville lest aviser gjennom utgivelse av gratisavisen 20 Minutter.

Schibsted søker aktivt å skape verdier ved å investere i nye medier. Verdiskapningen skjer ved å utvikle selskaper innen nye medier og ved salg av eierandeler. Det er stort behov for finansiell fleksibilitet og handlefrihet til å utnytte de muligheter som er fremtidsrettet, og som kan bringe Schibsted videre i utviklingen. Innsatsen vil bli konsentrert om bedrifter hvor Schibsted har strategisk kontroll.

Schibsted viderefører de iverksatte tiltak for å forbedre lønnsomheten i konsernet.

Det blir i tiden fremover stadig viktigere for Schibsted å utnytte de konkurransefortrinn som konsernet rår over i hjemmemarkedet. I første rekke gjelder det å opprettholde og styrke de sterke markedsposisjoner som konsernet har innen de tradisjonelle medievirksomhetene og bygge opp tilsvarende posisjoner innen de nye mediekanalene. Evnen til å reinvestere den positive kontantstrøm fra etablerte virksomheter i vekstsegmentene av mediesektoren vil være avgjørende for fremtidig suksess. Så langt har Schibsted lykket bedre enn de fleste sammenlignbare medieselskaper med en posisjon som en av de absolutt ledende internettaktører i Skandinavia.

Oslo, 22. februar 2001

Preliminary Annual Statement - 31.12.2000

The Schibsted Group recorded its best results ever in 2000. The operating profit totalled NOK 537 million, while the profit before tax was NOK 950 million. After tax, the accounts show a profit for the year of NOK 615 million. The cash flow from operations amounted to NOK 1,049 million. Taken separately, the fourth quarter provided an operating profit of NOK 151 million, against NOK 56 million in the same period in 1999.

The performance for the year as a whole reflects a general improvement in underlying operations in all the Group's business areas. The Group's newspapers, multimedia, TV/film and publishing companies all held or strengthened their market positions. The accounts include investments of NOK 215 million in new business areas such as mobile services, new media in the newspaper sector and the 20 Minutes project which were charged against profits in the course of the year.

The Schibsted share price was negatively affected by repricing of the international TMT sector in 2000, just as the overheated ".com" market had the corresponding opposite effect in the previous year. Regardless of these fluctuations, the Group has remained committed to the long-term strategy that was drawn up in 1995. The vision of becoming Scandinavia's leading media company by being the preferred supplier of content for readers, viewers and advertisers, irrespective of the medium chosen, as formulated in 1995, remains the basis upon which all major decisions are made affecting Group strategy.

Newspapers

The year was characterised by a positive trend, as reflected in growth in the advertising markets, a strengthened position in the market for casual sales newspapers and a high level of traffic on the Schibsted newspapers' Internet sites. The operating profit for the year in this business area totalled NOK 450 million, before goodwill and other revenues/expenses, which was an improvement of NOK 128 million on 1999. Advertising revenues for the paper editions of *Aftenposten*, *VG*, *Aftonbladet* and *Svenska Dagbladet* were 11% up on the previous year. There was a sharp rise in advertising revenues from the newspapers' online editions, including *FINN.no*, from NOK 69 million in 1999 to NOK 181 million in 2000. The Group's free newspaper in Oslo, *avis1*, also recorded sound growth in both advertising revenues and volume.

Aftonbladet maintained its position as the undisputed leader among Sweden's casual sales newspapers. In November, for the first time, *Aftonbladet's* circulation exceeded the combined circulation for *Expressen/GT/Kvällsposten*. There is nothing to indicate that *Aftonbladet's* circulation has been affected by the free newspaper war in Stockholm to any appreciable extent. *Aftonbladet's* circulation fell by 4,000 in the course of 2000.

Despite very high circulation figures in the second half of 1999, *VG* again experienced further growth in 2000, with circulation rising by 2,400 and 5,400 on weekdays and Sundays, respectively. *Aftenposten* morning edition saw circulation falling by around 7,800 in 2000, mainly due to subscribers replacing a full subscription with individual products and credits to subscribers related to previous production problems at the *Nydalen* printing plant in Oslo. Despite the lower circulation, the number of readers of the morning edition rose from 812,000 in 1999 to 813,000 in 2000. Since 16 November, *Svenska Dagbladet* has been published in tabloid format, and in December and January 2001, for the first time for a very long time, *SvD's* circulation was up on the same period in the previous year.

In November, *Apax* took a shareholding in *20 Minutes Holding AG* with an investment of EUR 50 million, after which *20 Minutes* is valued at EUR 180 million. At the same time, Schibsted ASA and the A&A Group invested EUR 22 million and EUR 5 million, respectively. The company is thus fully financed in accordance with the planned programme of expansion.

Schibsted's online newspapers in Norway and Sweden are among the most visited in both countries, and the positive development continued in the fourth quarter. *Aftonbladet* is by far the largest online newspaper in Sweden and had 1.5 million readers in December. In the fourth quarter *VG* had

832,000 weekly users, up 18% from the third quarter. *VG* is clearly larger than the other Norwegian online newspapers and is now approaching *SOL*, Norway's largest Internet site.

The Internet advertising collaboration between *Aftenposten* and the larger regional Norwegian newspapers - *FINN.no* - is growing at a faster rate than its competitors in the Norwegian market, and the number of users and page views are far greater. In November, *FINN.no* had more page views than the combined figure for all of its largest competitors in the market for jobs, property, cars and boats. In January 2001 *FINN.no* had 17 million page views. *FINN.no* is now the 11th largest Internet site in Norway, only behind general portals and online newspapers.

In December, *SvD* entered into an agreement with *Dagens Nyheter* to acquire 50% of the distribution company *Pressens Morgontjänst* for SEK 97.5 million. With this purchase, *SvD* will be assured of lower distribution costs.

Multimedia

The Multimedia business area performed well in 2000, partly thanks to the listing of *Scandinavia Online AB (SOL)* and the sale of shareholdings in the first half of the year. Following the listing and the sale of a 5% shareholding in *SOL* to *Telia*, Schibsted now has a 34.6% holding. Since 1 April Schibsted has treated *SOL* as an associated company for accounting purposes. Schibsted's share of *SOL's* results for 2000 was a loss of NOK 172 million. *SOL* is fully funded and requires no further financing from Schibsted to achieve the goals that have been set.

The main focus in this business area is to position the Group for opportunities in the field of fixed and wireless broadband, as well as venture investments. In November, Schibsted Telecom launched its GSM-based service, *inproc.no* in Norway, and the launch of *Inproc* in Sweden took place in February. In December, *Orange Sverige AB* was allocated an UMTS licence. Schibsted has a 2% holding in the consortium which will involve an equity investment of around NOK 200 million over five years. Through participation in this consortium Schibsted is well placed to play a leading role in the development of services to be provided over the broadband network in the Nordic countries in the coming years.

European Media Ventures, now up and running, will be responsible for managing existing and new financial investments for Schibsted Multimedia and the Group's newspapers. The investments will be made by using spare advertising space in the newspapers and making cash payments.

In 2000 the Multimedia business area had total operating revenues of NOK 73 million, against NOK 139 million in 1999. The operating result before goodwill and other revenues/expenses was a loss of NOK 113 million, against a loss of NOK 86 million in 1999. The figures are not directly comparable with 1999 as *SOL* ceased being a pro rata consolidated subsidiary and became an associated company with effect from the second quarter.

TV/Film & Publishing

2000 was a very successful year for the TV/film business area. The companies controlled by Schibsted saw aggregate revenues rising by 52% to NOK 1,076 million, while the operating profit before goodwill and other revenues/expenses increased from NOK 32 million in 1999 to NOK 78 million in 2000. At the same time, *TV 2* had its best year ever, contributing NOK 70 million to Schibsted's profits as an associated company.

Schibsted's leading position in the field of Scandinavian TV production was greatly strengthened in 2000. The production companies of the *Metronome Film & Television* group increased their revenues by 107.5%, from SEK 321 million in 1999 to SEK 666 million in 2000. The operating profit for the year was SEK 61 million, an improvement on the 1999 figure of SEK 15 million. Measured by revenues, the *Metronome Film & Television* group was roughly twice as large as its closest competitor in Scandinavia at the end of 2000.

The *Sandrew Metronome* group recorded a profit for the year of SEK 33

million, against SEK 29 million in 1999. Revenues increased from SEK 864 million in 1999 to SEK 913 million in 2000. Sandrew Metronome has broadened its collaboration with Warner and is now the film, video and DVD distributor of Warner's films in all the Nordic countries. Along with the contribution made by its own film portfolio, this means that the annual revenues of the Sandrew Metronome group will increase to more than SEK 1 billion in 2001. Schibsted owns 50% of the company.

Higher viewer figures, increased advertising revenues and a gain on the sale of shareholdings resulted in a profit after tax of NOK 214 million for the TV 2 group in 2000, against a loss of NOK 58 million in 1999. The operating profit was NOK 238 million, compared with NOK 143 million in 1999. At the same time, TV 2 strengthened its position in the market for viewers during the year and is the undisputed leading Norwegian TV channel for the commercially important age group from 12 to 49. TVNorge continued to run at a loss, and TV 2's holding put its share of the loss at NOK 83 million, including goodwill amortisation. This is a slight improvement on 1999.

Schibsted's publishing companies had total revenues of NOK 277 million in 2000, against NOK 268 million in the previous year. Through acquisitions and organic growth the publishing companies have become a group of specialised units with leading expertise in a number of areas which is enabling them to steadily strengthen their position in the market. The operating profit for the year before goodwill and other revenues/expenses amounted to NOK 18 million, against NOK 8 million in 1999.

Results

Group revenues in 2000 totalled NOK 8,270 million, an increase of 11.7% on the previous year. The operating profit before goodwill and other revenues/expenses was NOK 513 million, against NOK 298 million in 1999. The sharp improvement in 2000 was mainly due to higher underlying earnings in the various business areas. The operating margin before goodwill and other revenues/expenses stood at 6.2%, up from 4% in 1999. The operating profit for the year totalled NOK 537 million, up from NOK 172 million in 1999. The operating profit for 2000 includes a net contribution of NOK 96 million from other revenues and expenses, consisting mainly of a refund of pension funds in Sweden (NOK 116 million), restructuring costs in Sweden (NOK -82 million) and gains on the divestment of subsidiaries (NOK 62 million). The operating profit for 1999 includes a net loss of NOK 43 million from other revenues and expenses, consisting mainly of start-up costs for a new printing plant in Oslo (NOK -119 million), restructuring costs in Sweden (NOK -69 million) and gains on sales of shareholdings (NOK 145 million).

Net financial items showed a profit of NOK 31 million (NOK 9 million), while associated companies provided profits of NOK 382 million (- NOK 67 million). The improvement was mainly due to a gain of NOK 550 million on the floatation of SOL and the share of TV 2's profits amounting to NOK 70 million. This was partially offset by the share of SOL's loss totalling NOK 172 million, the share of the loss recorded by 20 Minutes totalling NOK 90 million, and the share of the loss posted by GoToGate AS amounting to NOK 26 million.

The profit before tax was NOK 950 million (NOK 114 million), while the net profit came to NOK 615 million (NOK 27 million). The cash flow from operations amounted to NOK 1,049 million (NOK 15.15 per share), compared with NOK 607 million (NOK 8.76 per share) in 1999. A total of NOK 708 million was invested during the year, with shares and other investments making up NOK 334 million, while maintenance and other operational investments accounted for NOK 374 million. Total liquid reserves at 31 December amounted to approximately NOK 2,287 million, compared with roughly NOK 2,400 million at 30 September. At year-end, the Group's equity ratio stood at 37.8%, compared with 41.3% at 30 September. Net interest-bearing debt at 31 December totalled NOK 1,168 million, against NOK 1,158 million at 30 September.

The Board will ask the General Meeting to approve a dividend of NOK 2.00 per share compared to NOK 1.75 for 1999.

Prospects

The media market is changing, and in this respect Scandinavia is an exciting and innovative marketplace. For Schibsted, a company with long traditions, this also presents challenges. But most of all it presents a number of interesting opportunities for further expansion and development.

With good underlying earnings from the established businesses and with strong positions in new growth areas, the Group is well placed for continued growth. Scandinavia is the company's main market, but this will not prevent us from exploiting business opportunities in other countries where our obvious competitive advantages make this appropriate.

The inflow of advertising revenues to the printed newspapers is still at a good level, but it is unlikely that the 2001 will see a repetition of the record level achieved last year. Growth in both the Norwegian and the Swedish advertising market is expected to level out. A short-term uncertainty is expected in the online advertisement market. At the same time, it is encouraging that new opportunities are appearing in new market segments in the SMS and GPRS market. The Nordic TV production market has continued to grow in 2001, as has the market for TV advertising.

Many newspapers have experienced a downward trend in circulation. Schibsted is following developments closely and strengthening the product development to reach the audience. Both VG and Aftonbladet strengthened their positions in relation to their competitors, and this is expected to continue in 2001. The Group is also aiming to reach reader groups who would otherwise not read newspapers by publishing the free newspaper 20 Minutes.

Schibsted is actively seeking to create values by investing in new media. The value creation is done by developing new media companies and through sale of shareholdings. On the contrary, there is a great need for financial flexibility and freedom of action in order to exploit opportunities that are geared to the future and that can contribute to Schibsted's further development. The focus will be on companies where Schibsted has strategic control.

Further steps are being taken to improve profitability within the Group.

In the period ahead it will be increasingly important for the Schibsted Group to exploit the competitive advantages it has in the home market. In the first instance, this means maintaining and strengthening the Group's strong market positions in the traditional media areas, while at the same time establishing corresponding positions in the new media channels. Our ability to reinvest the positive cash flow from established businesses in growth areas within the media sector will be decisive for our success in the future. So far, Schibsted has succeeded better than most of the comparable media companies, and we enjoy a position at the very forefront of developments in Internet activities in Scandinavia.

Oslo, 22 February 2001