

Prospekt **A-pressen ASA**

Offentlig emisjon

Offentlig emisjon av 1.602.820 aksjer
med fortrinnsrett for selskapets
aksjonærer pr. 21. oktober 1998

Tegningskurs: NOK 90,- per aksje

Tegningsperiode fra og med 29. oktober
til og med 12. november 1998

Introduksjonsprospekt

Ved notering på Hovedlisten ved Oslo Børs

Tilrettelagt av:

Elcon Securities ASA

i samarbeid med:

Enskilda Securities

21. oktober 1998

Meddelelser

Dette prospektet er utarbeidet i forbindelse med offentlig emisjon og søknad om notering av aksjene i A-pressen ASA på Oslo Børs.

Adgangen til å distribuere dette prospektet og til å invitere til kjøp av aksjer er begrenset i visse land. Personer som mottar dette prospektet må orientere seg om slike begrensninger og er forpliktet til å respektere disse. Se informasjon om dette på siden "Notice to Investors" (neste side).

Prospektet er forelagt Oslo Børs for kontroll i samsvar med § 5-1, jfr. § 5-7 i Lov om verdipapirhandel 19. juni 1997 nr. 79.

Ingen andre enn de som er beskrevet i prospektet er gitt tillatelse til å gi informasjon eller andre opplysninger om nærværende prospekt eller om forhold omtalt i prospektet. Dersom noen likevel gir slik informasjon, må disse anses som uberettiget til dette.

Dette prospektet representerer ikke et tilbud om å kjøpe verdipapirer utover de aksjer som blir tilbudt for tegning gjennom dette prospektet. Det er heller ikke et tilbud om å tegne aksjer dersom dette blir gjort av noen som ikke er berettiget til formidling av slik tegning.

Meddelelser fra A-pressen eller tilrettelegger vedrørende prospektet, den offentlige emisjonen eller søknaden om børsnotering anses for å være gitt når de er offentliggjort gjennom pressemelding eller gjennom informasjonssystemet ved Oslo Børs. Enhver ny vesentlig omstendighet eller unøyaktighet vil behandles i henhold til Børsforskriftens § 14-6.

Regnskapstall er gjengitt i henhold til god regnskapsskikk i Norge, hvis ikke annet er angitt.

Hvor ikke annet er angitt, er selskapets ledelse eller styre kilde.

Eventuelle tvister vedrørende dette prospektet er undergitt norsk lov og skal underlegges norske domstolers eksklusive domsmyndighet.

Notice to Investors

This Prospectus has been prepared in connection with the rights issue (the "Issue") of the shares (the "Shares") of A-Pressen ASA or the "Company". This Prospectus is being sent to current shareholders also outside Norway. Elcon Securities is acting as manager as described on the cover page hereof (the "Manager").

The Company and each of their respective Directors collectively and individually accept full responsibility for the accuracy of the information contained herein. The Company and each of their respective Directors confirm that this Prospectus, to the best of their knowledge, contains all information with regard to the Company and the Shares that is material in the context of the Issue, that the opinion and intentions expressed herein have been reached after considering all relevant circumstances and are based on reasonable assumptions and that, to the best of their knowledge and belief, there are no other facts the omission of which would make this Prospectus misleading and that all reasonable enquires have been made by the Company to ascertain such facts and verify the accuracy of all such information and statements.

This Prospectus does not constitute an offer of, or an invitation by or on behalf of the Company or the Manager, to purchase any of the Shares. No action has been or will be taken that would permit a public offering of any of the Shares or the circulation or distribution of this Prospectus or any offering material in relation to the Company or the Shares, in any country or jurisdiction where any such action is required. There are restrictions on the distribution of this Prospectus and the making of solicitations pursuant thereto in certain jurisdiction, including, among others, the United States of America and United Kingdom. Further details of which are set out in the section below headed "Distribution and Solicitation Restrictions". Persons into whose possession this Prospectus comes are required by the Company and the Manager to inform themselves about and observe any applicable restrictions.

The Shares have not been and will not be registered under the United States Securities Act of 1933, as amended (the "Securities Act") and may not be offered or sold within the United States except in transactions exempt from or not subject to the registration requirements of the Securities Act. Accordingly, the Shares are being initially offered and sold, in each case, (i) outside the United States in accordance with Regulation S under the Securities Act, or (ii) to institutional "accredited investors" (as defined in Rule 501 (a) (1), (2), (3) or (7) under the Securities Act, ("Institutional Accredited Investors") within the United States in a private sale exempt from the registration requirements of the Securities Act, or (iii) to "qualified institutional buyers" as defined in, and in an transaction meeting the requirements of, Rule 144 A under the Securities Act, and in accordance with all applicable securities laws of any other jurisdiction.

This Prospectus is being submitted in the United States on a confidential basis only to the current shareholders for informational use only in connection with the consideration of a purchase of the Shares. Its use for any other purpose is not authorised. It may not be copied or reproduced in whole or in part or may not be distributed or any of its contents disclosed to anyone other than the current shareholders to whom it is submitted.

The Shares are offered subject to the terms and conditions applicable to the Issue as set out herein. No person is authorised in connection with the Issue to give any information or to make any representation not contained in this Prospectus. Any information or representation not contained herein must not be relied upon as having been authorised by or on behalf of the Company or any of the Directors or any other party involved in the Issue.

Neither the delivery of this Prospectus or the offer of the Shares shall, under any circumstances, constitute a representation or create any implication that there has been no change in the affairs of the Company or any of its subsidiaries or associated companies since the date if the Prospectus or that any information contained herein is correct at any time subsequent to the date hereof.

THE MANAGER HAS AGREED TO ACT AS MANAGER ON BEHALF OF THE COMPANY IN CONNECTION WITH THE ISSUE OF SHARES. THE MANAGER TAKE NO RESPONSIBILITY FOR THE STATEMENTS MADE HEREIN AND HAS RELIED SOLELY UPON INFORMATION PROVIDED BY THE COMPANY AND THEIR RESPECTIVE DIRECTORS AND OFFICERS. NO SEPARATE VERIFICATION OF THE STATEMENTS MADE AND INFORMATION PROVIDED HAS BEEN MADE BY THE MANAGER.

Distribution And Solicitation Restrictions

The Distribution of this Prospectus or any offering material and the offering, sale or delivery of the Shares is restricted by law in certain jurisdictions. Therefore, persons who may come into possession of this Prospectus of any offering material are advised to consult with their own legal advisers as to what restrictions may be applicable to them and to observe such restrictions. This Prospectus may not be used for the purpose of an offer or invitation in any circumstances in which such an offer or invitation is not authorised.

United States of America

The Shares have not been and will not be registered under the United States Securities Act of 1933, as amended, (the "Securities Act") and may not be offered or sold within the United States except in transactions exempt from or not subject to the registration requirements of the Securities Act. Accordingly, the Shares are being initially offered and sold, in each case, (i) outside the United States in accordance with Regulation S under the Securities Act, or (ii) to institutional "accredited investors" (as defined in Rule 501 (a) (1), (2), (3) or (7) under the Securities Act) ("Institutional Accredited Investors") within the United States in a private sale exempt from the registration requirements of the Securities Act or (iii) to "qualified institutional buyers" as defined in, and in a transaction meeting the requirements of, Rule 144A under the Securities Act, and in accordance with all applicable securities laws of any other jurisdiction. Each applicant for the Shares is required to agree that it will not offer or sell any Shares within the United States. In addition, until 40 days after the commencement of the Issue, an offer or sale of Shares within the United States by any dealer (whether or not participating in the Issue) may violate the registration requirements of the Securities Act.

United Kingdom

No action has been or will be taken which would permit a public offering of the Shares in the United Kingdom. In particular, this Prospectus has not been prepared in accordance with the Public Offers of Securities Regulations 1995. Accordingly, the Shares may not be offered or sold in the United Kingdom, and this document may not be passed to, any person in the United Kingdom other than persons whose ordinary activities involved them in acquiring, holding, managing or disposing of investments (as principal or agent) for the purpose of their business or otherwise in circumstances which do not constitute an offer to the public within the meaning of the Public Offers of Securities Regulations 1995.

All applicable provisions of the Financial Services Act 1986 must be complied with in respect of anything done by any person in relation to the Shares in, from or otherwise involving the United Kingdom. Neither this Prospectus or any other investment advertisement, invitation or document relating to the Shares may be distributed in the United Kingdom other than to persons who are of a kind described in Article 3 or Article 11 (3) of the Financial Services Act 1986 (Investment Advertisements) (Exemptions) Order 1996, or to persons to whom the document may otherwise lawfully be issued or passed on.

Innholdsfortegnelse:

1. EMISJONSTEKNISKE DATA	8
2. SAMMENDRAG OG FINANSIELLE HOVEDTALL	11
2.1 BESKRIVELSE AV VIRKSOMHETEN	11
2.2 FINANSIELLE HOVEDTALL FOR A-PRESSEN	15
3. HISTORIKK	16
4. FORRETNINGSIDÉ, MÅL OG STRATEGI	19
4.1 KONSERNET A-PRESSEN	19
4.2 AVIS OG TRYKK	19
4.3 TV	21
4.4 ELEKTRONISKE MEDIER	23
4.5 ANDRE FORRETNINGSOMRÅDER	23
5. BESKRIVELSE AV VIRKSOMHETEN	24
5.1 KONSERNET	24
5.2 AVIS OG TRYKK	25
5.3 TV	33
5.4 ELEKTRONISKE MEDIER	37
5.5 ANDRE FORRETNINGSOMRÅDER	39
6. MARKEDSFORHOLD OG KONKURRANSESITUASJON	40
6.1 AVIS OG TRYKKMARKEDET	40
6.2 TV-MARKEDET	45
6.3 MARKEDET FOR ELEKTRONISKE MEDIER	47
7. FINANSIELL INFORMASJON	48
7.1 SAMMENDRAG AV DE VIKTIGSTE REGNSKAPSPRINSIPPER	48
7.2 FINANSIELLE HOVEDTALL FOR KONSERNET A-PRESSEN	50
7.3 STYRETS BERETNING PER 2. TERTIAL 1998 (AVGITT 7. OKTOBER 1998)	54
7.4 KOMMENTARER TIL RESULTAT OG BALANSEUTVIKLING FOR TREÅRSPERIODEN 1995-97	57
8. ORGANISASJON, STYRE OG LEDELSE	60
8.1 KONSERNETS ORGANISERING	60
8.2 SELSKAPETS STYRE OG LEDERGRUPPE	61
9. JURIDISKE FORHOLD	64
10. AKSJEKAPITAL OG AKSJONÆRFORHOLD	67
10.1 AKSJEKAPITAL	67
10.2 AKSJONÆRFORHOLD	68
10.3 SKATTEMESSIGE FORHOLD FOR AKSJONÆRENE	70
11. RISIKOFORHOLD	72
VEDLEGG 1, VEDTEKTER FOR A-PRESSEN ASA	
VEDLEGG 2, ÅRSRAPPORT 1997 FOR A-PRESSEN ASA	
VEDLEGG 3, ÅRSRAPPORT 1997 FOR TV 2 AS	
VEDLEGG 4, VEDTEKTER FOR TV 2 AS	

Definisjoner, ord og uttrykk

A-pressen	A-pressen ASA
DNA	Det norske Arbeiderparti
Due diligence	En økonomisk og juridisk gjennomgang av et selskaps virksomhet
Elcon Securities	Elcon Securities ASA
Enskilda Securities	Enskilda Securities, Skandinaviska Enskilda Banken AB (publ.)
Husstandsdekning:	Opplag i området delt på antall husstander i området (definisjon fra NAL)
LO	Landsorganisasjonen i Norge
MØT	Media Øst Trykk AS
NAL	Norske Avisers Landsforbund
NOK	Norske kroner
Nummer 1-avis	Avis som er ledende eller alene som lokalavis i sitt nærrområde
Nummer 2-avis	Avis som regnet i opplag er mindre enn den lokale konkurrent
NRS	Norsk Reklamestatistikk
Presseinstallasjon	Rotasjonspresse, eventuelt med pakkeriutstyr
Selskapet	A-pressen ASA
Storbyavisene	Dagsavisen AS, Bergensavisen AS, Fremtiden AS, Rogalands Avis AS og Telemarksavisa AS
Tilrettelegger	Elcon Securities ASA
TV 2	TV 2 AS

Ansvarserklæringer

Dette prospektet er utarbeidet for å gi en så fullstendig og korrekt beskrivelse som mulig av A-pressen ASA og den virksomhet som drives i forbindelse med den offentlige emisjonen og søknad om notering av Selskapets aksjer ved Oslo Børs.

Styret

Styret i A-pressen ASA bekrefter at den faktiske fremstillingen så langt vi er kjent med er korrekt, fullstendig og i overensstemmelse med alle kjente forhold. Det er så langt vi er kjent med ikke utelatt informasjon som antas å ville endre prospektets betydningsinnhold. Markedsutvikling og fremtidsutsikter er vurdert etter beste skjønn og må ses i sammenheng med de generelle risikoforhold som er beskrevet i prospektet. Ut over det som fremgår av prospektet er konsernet ikke involvert i rettssaker eller tvister som har vesentlig betydning for vurderingen av konsernet.

Oslo, 21. oktober 1998

Jan Kr. Balstad (<i>styreleder</i>)	Åshild M. Bendiksen	Jorunn Henriksen	Svein Haugsvold
Terje Moe Gustavsen	Brit Renngård	Kith Skaalerud	Johnny Helgesen
	Tore Tønne	Eigil Wettre	

Tilrettelegger

Elcon Securities ASA har i samarbeid med styret og administrasjonen i A-pressen ASA utarbeidet prospektet. Utarbeidelsen har skjedd på grunnlag av tilgjengelig informasjon herunder årsrapporter, styreprotokoller, juridisk dokumentasjon, markedsrapporter og supplerende informasjon fra Selskapet.

Tilrettelegger har bestrebet seg på å gi et så konsistent og fullstendig bilde av Selskapet som mulig, men påtar seg ikke noe juridisk eller økonomisk ansvar for at prospektets innhold er fullstendig eller korrekt. Elcon Securities ASA eier ingen aksjer i A-pressen ASA.

Oslo, 21. oktober 1998

Elcon Securities ASA

Juridisk rådgiver

Wikborg, Rein & Co. har bistått Tilrettelegger Elcon Securities ASA og A-pressen ASA i forbindelse med planlagt emisjon og børsnotering på Oslo Børs av aksjer i A-pressen ASA i oktober 1998.

Vi har gjennomført en begrenset juridisk due diligence (verifikasjon) av A-pressen ASA og dets datterselskaper.

Vi har bistått ved utarbeidelsen av prospektets kapittel 9 om juridiske forhold.

På grunnlag av den informasjon vi har mottatt og gjennomgått, og med de begrensninger som fremgår av denne erklæringen, er det vår oppfatning at omtalen av juridiske forhold gir et balansert og dekkende bilde av de juridiske forhold som må antas å være av vesentlig betydning for vurderingen av A-pressen ASA som investeringsobjekt.

Vi bekrefter at aksjekapitalforhøyelsen på NOK 32.056.400 er gyldig besluttet av kompetent selskapsorgan i A-pressen ASA.

Vår gjennomgåelse og uttalelse begrenser seg til forhold som reguleres av norsk rett, og omfatter ikke økonomiske, regnskapsmessige, skatte- og pensjonsmessige, teknologiske eller kommersielle forhold eller vurderinger.

Oslo, 21. oktober 1998
WIKBORG, REIN & CO.

Uttalelse vedrørende begrenset revisjon av regnskapet pr. 31.08.98

Denne uttalelse erstatter tidligere avgitt uttalelse datert 7. oktober 1998 da det pr. 14. oktober 1998 er ett forhold som er kommet til vår kunnskap, og som er inntatt som en presisering i denne uttalelse.

Vi har foretatt en begrenset revisjon av den fremlagte balansen for A-pressen ASA og konsernet pr. 31.08.98 samt de tilhørende resultatregnskaper for perioden som ble avsluttet på samme tidspunkt. Konsernledelsen er ansvarlig for regnskapet. Vår oppgave er å avgi en uttalelse om regnskapet basert på vår begrensede revisjon.

Vår begrensede revisjon er foretatt i samsvar med standard for begrenset revisjon av regnskaper. Denne standarden krever at vi planlegger og gjennomfører den begrensede revisjonen for med moderat sikkerhet å bekrefte at regnskapet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon. En begrenset revisjon er i hovedsak begrenset til forespørsler til selskapets personale og analytiske kontrollhandlinger rettet mot regnskapsmaterialet, og gir derfor en mindre grad av sikkerhet enn en revisjon.

Vår kontroll er begrenset i forhold til en fullstendig revisjon, og vi kan følgelig ikke avgi ordinær revisjonsberetning.

Vi har ved vår begrensede revisjon ikke fått kjennskap til forhold som gir oss grunn til å anta at det fremlagte regnskapet ikke er utarbeidet i samsvar med lov og god regnskapsskikk.

Uten at det har betydning for konklusjonen i avsnittet over, vil vi presisere at vi ikke har foretatt noen vurdering av verdien av det tilknyttede selskap TV 2 AS's investering i TV Norge AS, som er gitt særskilt omtale i avsnitt 7.2.3 i A-pressen ASA's prospekt vedrørende offentlig emisjon.

Oslo, 16. oktober 1998
NORAUDIT DA

Jan Fr. Sønsteby
statsautorisert revisor

1.1. Emisjonstekniske data

Aksjekapital

A-pressen har en registrert aksjekapital på NOK 144.253.760 fordelt på 7.212.688 aksjer hver pålydende NOK 20. Selskapet har kun en aksjeklasse. Etter gjennomføring av fortrinnsrettemisjonen som omtales i dette prospektet og rettet emisjonen i forbindelse med oppkjøp av 100% av aksjene i avisen Lofot-Tidende, vil Selskapets aksjekapital være på NOK 176.792.860 fordelt på 8.839.643 aksjer hver pålydende NOK 20.

Vedtak om kapitalforhøyelse med fortrinnsrett til eksisterende aksjonærer

I Selskapets ekstraordinære generalforsamling 21. oktober 1998 ble det fattet vedtak om å forhøye Selskapets aksjekapital med NOK 32.056.400 gjennom en offentlig kapitalforhøyelse ved utstedelse av 1.602.820 aksjer hver pålydende NOK 20 til tegningskurs NOK 90,- per aksje. Bruttoprovenyet vil med den fastsatte tegningskurs utgjøre totalt NOK 144.253.800. Selskapets aksjonærer ved utløpet av generalforsamlingsdagen 21. oktober 1998 har fortrinnsrett til tegning av de nye aksjene i henhold til aksjelovens § 4-2. De nyutstedte aksjene gis rettigheter i Selskapet fra det tidspunkt aksjekapitalforhøyelsen er registrert i Foretaksregisteret, inkludert rett til utbytte fra og med for regnskapsåret 1998.

Overkurs fratrukket emisjonskostnader vil i den grad aksjeloven krever det, bli tillagt Selskapets reservefond og forøvrig bli tillagt disposisjonsfondet.

Formålet med emisjonen

Beslutningen om forhøyelse av Selskapets aksjekapital er en konsekvens av A-pressens strategi om videre utvikling og vekst innenfor Selskapets forretningsområder, samt styrets målsetting om en egenkapitalandel på minimum 35 prosent ved utgangen av målperioden i år 2000. Fastsettelsen av emisjonsbeløpet bygger på en samlet vurdering av Selskapets soliditet, planlagte investeringer, samt et ønske om en generell bedring av Selskapets finansielle handlefrihet.

Vedtak om rettet emisjon i forbindelse med kjøp av Lofot-Tidende

For at styret i A-pressen lettere skal kunne iverksette, gjennomføre og finansiere eventuelle prosjekter og oppkjøp frem til neste ordinære generalforsamling, ble det i generalforsamlingen 26. mai 1998 gitt styret fullmakt til å utstede inntil 500.000 nye aksjer.

I medhold av denne fullmakten fattet styret i møte 9. oktober 1998 vedtak om delvis benyttelse av fullmakten i forbindelse med avtale om kjøp av 100% av aksjene i selskapet Lofoten Kommunikasjon AS. Av den totale kjøpesum for avisen på NOK 9.050.000 skal 30% skje med oppgjør i aksjer i A-pressen ASA. Styret besluttet således å utstede 24.135 nye aksjer hver pålydende NOK 20,- til tegningskurs NOK 112,50 per aksje. Aksjekapitalen forhøyes således med NOK 482.700. Tegning av de nye aksjene og oppgjør ved overdragelse av 30% av aksjene i Lofoten Kommunikasjon AS, skal skje innen 1. november 1998.

Det vises til kapittel 10 for ytterligere informasjon om fullmakt gitt av generalforsamlingen, samt styrets vedtak om rettet emisjon.

Tegningskurs i fortrinnsrettemisjon

Tegningskursen er fastsatt til NOK 90,- per aksje. Kursen er fastsatt på grunnlag av en vurdering av de generelle markedsforhold samt observerte omsetningskurser for Selskapets aksjer i det unoterte markedet. Det er ved fastsettelsen av tegningskursen også tatt hensyn til at emisjonen gjennomføres med fortrinnsrett for eksisterende aksjonærer. Aksjonærenes interesser ivaretas dermed gjennom tegning av aksjer eller ved salg av tegningsretter. Tegningskursen representerer således ikke styrets vurdering av de underliggende verdier i Selskapet.

Omsettelige tegningsretter

Selskapets eksisterende aksjonærer har fortrinnsrett til å tegne aksjer i samme forhold som de fra før eier aksjer, jfr. aksjelovens § 4-2 første ledd. Det vil bli utstedt en tegningsrett for hver aksje som eies ved utløpet av generalforsamlingsdagen den 21. oktober 1998. Det vil kreves 9 (ni) tegningsretter for å tegne 2 (to) nye aksjer. Tegningsrettene forventes å bli registrert på aksjonærenes verdipapirkonto fra og med 28. oktober 1998, og ha verdipapirnummer: ISIN NO 000 5014043.

Selskapet legger opp til at tegningsrettene vil være notert ved Oslo Børs i tegningsperioden 29. oktober til 12. november. Kjøpte tegningsretter gir samme fortrinnsrett til tegning som tildelte tegningsretter. Tegningsrettene må benyttes til tegning av aksjer eller selges innen tegningsfristens utløp, da de blir verdiløse etter dette tidspunkt. Overtegning er tillatt.

Tegningsperiode og tegningssteder

Tegning av aksjer vil finne sted i perioden fra og med 29. oktober til og med 12. november 1998. Tegning av aksjer må skje i form av fullstendig og korrekt utfylt tegningsblankett som leveres Elcon Securities ASA eller Enskilda Securities. For at tegningen skal være gyldig, må tegningsblanketten være mottatt av Elcon Securities eller Enskilda Securities innen kl. 16.00 på tegningsperiodens siste dag. Tegningssteder er:

Elcon Securities ASA, Postboks 153 Sentrum, Grev Wedels plass 5, 0102 Oslo
Telefon: 23 01 03 00 / Telefaks: 23 01 03 01

Enskilda Securities, Postboks 1843 Vika, Rosenkrantzgate 22, 0123 Oslo.
Telefon: 22 82 73 00 / Telefaks: 22 82 71 11

Fulltegningsgaranti

Aksjekapitalforhøyelsen er garantert fulltegnet av et konsortium etablert av Elcon Securities. Garantikonsortiet garanterer for at alle aksjene i fortrinnsrettsemisjonen blir tegnet, men ikke for innbetaling av tegnede og tildelte aksjer. Garantiprovisjonen utgjør en prosent av det garanterte beløp og dekkes av Selskapet. Sammensetningen av garantikonsortiet fremgår av tabellen.

Tabell 1.1; Deltakere i garantikonsortiet

Garantist	Antall aksjer	Beløp (NOK)
Fagbevegelsens Investeringselskap AS	606 709	54 603 810
Møller Investor AS	263 350	23 701 500
Storebrand Livsforsikring	225 000	20 250 000
Industrifinans Fondsforvaltning AS	110 000	9 900 000
Skagen Vekst	80 000	7 200 000
Vår Livsforsikring AS	73 570	6 621 300
Den norske Bank ASA	55 500	4 995 000
Elcon Securities ASA	50 001	4 500 090
Meieribrukets Pensjonskasse	35 000	3 150 000
Vår Skadeforsikring AS	33 284	2 995 560
Aksjefondet Postbanken Aksjespar	30 600	2 754 000
Storebrand Norge	15 000	1 350 000
Aksjefondet Postbanken Aksjevekst	13 250	1 192 500
Alf Hildrum	6 001	540 090
A/S OBOS-Forretningsbygg	5 555	499 950
Sum	1 602 820	144 253 800

Tildeling

Tildeling av aksjer vil bli foretatt av Selskapet i samarbeid med Tilrettelegger. Overtegning er tillatt. Det vil ikke utstedes brøkdeler av aksjer, normal avrunding vil bli foretatt.

Tildeling skal skje på følgende måte: (a) tildeling basert på (tildelte eller ervervede) tegningsretter som er benyttet. Hvis alle aksjer deretter ikke er tildelt (b) tildeling for overtegning foretatt av dem som har brukt (tildelte eller ervervede) tegningsretter (jfr. bokstav a) og slik at det foretas fordeling mellom disse mest mulig i forhold til det antall tegningsretter hver av dem har benyttet. Eventuell avrunding skal skje med størst mulig hensyntagen til prinsippet om likebehandling av tegnere som omfattes av dette punkt. Hvis alle aksjer fortsatt ikke er tildelt (c) tildeling til ansatte i A-pressen ASA (som ikke har benyttet tegningsretter og derved fått tildelt etter bokstav a og/eller b) og slik at tildeling skjer mest mulig i forhold til det antall aksjer den enkelte har tegnet. Hvis alle aksjer fortsatt ikke er tildelt (d) tildeling til øvrige tegnere, og med fordeling mest mulig i forhold til det antall aksjer den enkelte har tegnet seg for. Hvis alle aksjer fortsatt ikke er tildelt (e) tildeling til fulltegningsgarantistene iht. garantiavtale.

Ved overtegning forbeholder Selskapet seg retten til å avrunde, stryke eller redusere enhver tegning som ikke er sikret ved fortrinnsrett, og etter at aksjelovens regler om tildeling er oppfylt.

Melding om tildeling av aksjer vil bli sendt ut cirka 20. november 1998.

Oppgjør

Den enkelte tegner må i forbindelse med tegningen gi Elcon Securities ASA eller Enskilda Securities en engangsfullmakt til å belaste en oppgitt bankkonto i Norge for det beløp som tilsvarer det tildelte antall aksjer. Konto i Postbanken kan ikke benyttes. Beløpet må være disponibelt for belastning senest 24. november 1998. Ved forsinket oppgjør vil det påløpe 12 prosent forsinkelsesrente.

Dersom det ikke er dekning på den oppgitte bankkonto på belastningsdato, forbeholder Tilrettelegger og styret seg retten til å annullere bestillingen eller selge de tildelte aksjene for bestillerens regning og risiko.

De tilbudte aksjene kan ikke overdras før de er betalt, aksjekapitalforøytelsen er registrert i Foretaksregisteret og aksjene er registrert på den enkelte tegners konto i VPS.

Børsnotering og aksjeeierregister

Børsstyret besluttet i møte den 21. oktober 1998 å ta Selskapets aksjer opp til notering på hovedlisten ved Oslo Børs. A-pressen arbeider for at børsnotering av Selskapets aksjer skal skje senest samtidig med børsnotering av tegningsrettene som er planlagt den 29. oktober 1998.

A-pressen er registrert i Foretaksregisteret med organisasjonsnummer 926 914 529.

Selskapets aksjer er registrert i Verdipapirsentralen (VPS). Selskapets verdipapirnummer er ISIN NO 000 5014001. Selskapets kontofører er Den norske Bank, Verdipapirservice.

Omkostninger

Omkostningene (inkludert garantiprovisjon) i forbindelse med tilrettelegging av den offentlige emisjonen samt opptak av aksjene på Oslo Børs anslås å utgjøre 4,75 prosent av det samlede emisjonsbeløpet og dekkes av Selskapet. I tillegg skal Selskapet betale omkostninger til advokat og revisor, samt til trykking av prospekt i forbindelse med transaksjonen.

Tilrettelegger

Emisjonen og søknad om opptak av Selskapets aksjer til notering på Oslo Børs er tilrettelagt av Elcon Securities ASA.

2. Sammendrag og finansielle hovedtall

Sammendraget er underordnet den mer detaljerte informasjon som gis i prospektet og vedleggene forøvrig.

2.1 Beskrivelse av virksomheten

Historikk

Selskapet ble stiftet 27. mai 1948 da Arbeiderbevegelsens Pressefond ble erstattet av Norsk Arbeiderpresse AS. Basert på NOK 950 000 hver fra LO og Arbeiderpartiet, samt NOK 100 000 fra avisene ga dette en aksjekapital på NOK to millioner. Selskapet er imidlertid del av en mye lengre historie som går tilbake til etableringen av den første arbeideravisen i 1884.

Avisene var til langt ut på 60-tallet preget av dyp lojalitet mot Arbeiderpartiet og LO, og den politiske journalistikken var en forlengelse av partiets politikk. Flere hendelser på 60-, 70-, og 80-tallet bidro til å skille journalistikk og politikk, og i dag eksisterer det ingen bindinger mellom parti og avis i noen deler av norsk presse. Tidlig på 90-tallet endret avisene i A-pressen også formelt sine vedtekter. Der det tidligere het at avisene var "Organ for Arbeiderpartiet" heter det nå at de er "forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd".

Økonomiske problemer som følge av fallende marked og manglende kostnadskontroll resulterte våren 1989 i et vedtak om å omdanne de lokale avisselskapene til et konsern med Norsk Arbeiderpresse AS som morselskap. Prosessen ble fullført i 1991. Fra 1992 har konsernet gått med overskudd, og fra 1994 har det blitt betalt utbytte til aksjonærene. Den 2. mai 1994 ble konsernnavnet Norsk Arbeiderpresse endret til A-pressen. Høsten 1995 skjedde store endringer ved at Arbeiderpartiet solgte seg ut, og en aksjekapitalforhøyelse bragte inn finansielle investorer som blant annet Møller Investor AS. De siste tre årene har konsernet ekspandert gjennom flere aviskjøp, oppkjøp i TV 2 og engasjementer innen elektroniske medier.

Strategi

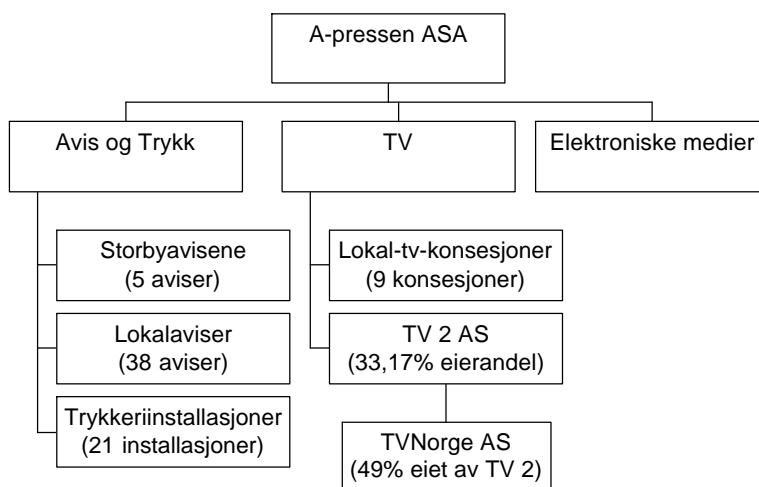
A-pressen skal være den viktigste eieren av lokale og regionale aviser i Norge. Gjennom lokale medier skal A-pressen skape lønnsomhet, øve innflytelse på samfunnsutviklingen og bidra til å styrke demokrati, språk og kultur. A-pressen skal videreutvikle sin sterke posisjon i Norge og har ambisjon om å vokse internasjonalt innenfor sine kjerneområder. A-pressen vil nå sine ambisjoner og mål ved å:

- vokse gjennom investeringer og oppkjøp i Norge og utlandet
- videreføre og utvikle strategiske allianser
- omstille for å redusere kostnader, forbedre inntjeningen og øke lønnsomheten i eksisterende bedrifter
- fokusere på reklamemarkedet som viktigste inntektskilde
- styrke redaksjonell og administrativ kompetanse
- styrke redaksjonell produktutvikling
- etablere og utvikle eiendom og distribusjon som egne forretningsområder

Virksomheten

A-pressen har i dag eierinteresser innen de tre forretningsområdene: 1) avis og trykk, 2) tv og 3) elektroniske medier. Totalt inngår 106 selskaper i konsernet, hvorav 88 er majoritetseid. A-pressen hadde 2 861 ansatte per 31. oktober 1998, hvorav konsernadministrasjonen som ligger i Oslo representerte 26 ansatte.

Figur 2.1 A-pressens tre virksomhetsområder



Avis og trykk

A-pressen er landets nest største aviseier med totalt 43 aviser, hvorav 39 er majoritetseid. Samlet representerte A-pressen 18,9 prosent av det totale avisopplaget i Norge i 1997. Avisene i A-pressen deles inn i Lokalaviser og Storbyavisene. Lokalavisene er i hovedsak abonnementsaviser som leveres til leserens bolig med bud eller via ordinær postombæring. Lokalavisene har med to unntak en meget solid stilling blant leserne i sine markeder. Disse avisene har en opplagsvektet husstandsdekning i sine utgiverkommuner på 73 prosent. 30 av avisene er alene i sine lokalk markeder, seks er markedsledere og to aviser er nummer 2 i sitt lokalk marked. Storbyavisene er såkalte nummer 2-aviser, og ble fra 1. januar 1996 skilt ut i et eget underkonsern. Avisene utgis i sterk konkurranse med større aviser, har en lav husstandsdekning, og som følge av sin posisjon mindre kraft i reklamemarkedet. Storbyavisene er avhengige av pressestøtte, og mottok NOK 79,6 millioner i 1997, tilsvarende 16 prosent av de totale inntektene i Storbyavisene. Styret i A-pressen har besluttet å redusere sine eierposisjoner i de avisene som mottar mest støtte, herunder blant annet en eiermessig atskillelse av Dagsavisen.

A-pressen har 21 presseinstallasjoner per 1. september 1998. Av disse er syv organisert i seks egne trykkeriselskaper, de resterende 14 er presseinstallasjoner i avisselskapene. Siden 1996 har A-pressen restrukturert store deler av sin trykkevirksomhet for å skape økt kostnadseffektivitet. Datterselskapet Media Øst Trykk AS installerte våren 1997 landets mest moderne produksjonsanlegg for å kunne trykke såvel dagsaviser som reklamebilag. I tillegg til å produsere A-pressens egne aviser, konkurrerer trykkeriene i større eller mindre grad i ulike deler av det eksterne trykkemarkedet.

A-pressen har siden 1994 hatt en viss oppmerksomhet mot Russland, og investerte i 1996 i det statseide trykkeriet i Murmansk. Prosjektet har vært vellykket og gitt verdifulle erfaringer. Virksomheten i Russland er nå skilt ut i et eget selskap, A-pressen Eastern Europe AS, hvor A-pressen eier 65 prosent, og det resterende eies av European Bank for Restructuring and Development (EBRD).

TV

A-pressen har en dominerende posisjon som eier av norske kommersielle tv-kanaler, og har investert om lag NOK 630 millioner innen forretningsområdet. Den viktigste investeringen er konsernets eierandel på 33,17 prosent i TV 2. Kanalen startet regulære sendinger i 1992 og kan tas inn av 95 prosent av befolkningen i Norge. Kanalen har konsesjon på etersendt, reklamefinansiert riksdekkende fjernsyn i Norge frem til og med år 2002. Selskapet arbeider for

at denne konsesjonen blir forlenget. TV 2 har en forholdsmessig stor oppslutning i aldersgruppene under 55 år, og er markedsleder i aldersgruppene under 34 år.

I tillegg har konsernet eierinteresser i ni lokal-tv-selskaper, samt noen mindre produksjonsselskaper. Det er et mål at A-pressens lokal-tv-stasjoner og aviser samarbeider om blant annet reklamesalg, promotering, redaksjonell virksomhet og administrative funksjoner. Den største enkeltstående innen lokal-tv har vært Nyhetskanalen i Oslo, som ble avvirket i 1998 som følge av svake økonomiske resultater. Øvrige kanaler har nå en positiv økonomisk utvikling.

Elektroniske medier

A-pressen har så langt valgt en noe forsiktig tilnærming til elektroniske medier, og virksomhetsområdet representerer en liten del av totalomsetningen. Datterselskapene innenfor virksomhetsområdet er engasjert i konsulentvirksomhet for utvikling av internettløsninger og reklamebyråtenester, samt rådgivning innenfor det tekniske området. I tillegg har A-pressen foretatt flere strategiske investeringer i tilknyttede selskaper.

Markedsforhold

Avis og trykk

Norske aviser har verdens sterkeste markedsposisjon. Det selges mer enn 600 aviser per 1000 innbyggere, og rundt 90 prosent av befolkningen leser aviser daglig. Avisene henter det meste av sine inntekter i to markeder – opplagsmarkedet og annonsemarkedet. Opplaget er avisenes eksistensgrunnlag. Et stort eller voksende opplag er et argument for å få flere folk til å kjøpe avisen, og er samtidig avgjørende for at avisen skal bli valgt som annonseorgan.

Opplagsmarkedet, målt ved gjennomsnittlig dagsopplag for norske aviser, har siden 1991 vært stabilt på om lag tre millioner aviser. I løpet av 90-tallet har tilbudet av medier økt kraftig med flere nye kommersielle radio- og tv-kanaler og stadig nye tilbud av produkter gjennom internett. Foreløpig har dette ikke gått nevneverdig ut over aviskonsumet. Det forventes imidlertid at den digitale teknologi kan skape grunnlag for å produsere og distribuere nye medieprodukter som kan gi betydelige endringer i medielandskapet.

Annonsemarkedet for aviser som grovt segmentert består av rubrikk-, detaljist- og merkevaremarkedet er estimert til NOK seks milliarder i 1997. Dette markedet har i gjennomsnitt vokst med åtte prosent årlig de seneste fire årene etter en nedgang ved inngangen til 90-årene. Veksten er nå avtagende.

Markedet for rotasjonstrykk preges av at de store avisaktørene Schibsted, A-pressen og Orkla produserer egne aviser i egne trykkeriselskaper. I tillegg har aktørene ulike ambisjoner om å konkurrere i det øvrige markedet. A-pressens trykkerivirksomhet består først og fremst i å trykke egne aviser så kostnadseffektivt som mulig. Media Øst Trykk AS (MØT) ønsker å vinne andeler i det eksterne markedet.

TV

Fra og med 1992 er nordmenns tv-seing registrert via MMIs tv-meterpanel. Seingen økte jevnt fra 122 minutter per dag i 1992 til 150 minutter i 1996. I fjor sank tv-seingen med seks minutter til 144 minutter per dag. TV 2s andel var i fjor 45 minutter. I konkurransen om seerne økte TV 2 sin markedsandel med ett prosentpoeng, mens NRK 1 gikk tilbake med et halvt prosentpoeng.

Markedet for tv-reklame har hatt en meget sterk vekst etter at TV 2 kom på lufta. Netto reklamesalg er nå på mer enn NOK 1,5 milliarder i året. Dette er i første rekke drevet av TV 2 som har økt produksjonen av reklameeksponering betydelig. Det forventes at den videre utvikling i årene som kommer er avhengig av den generelle utviklingen i norsk økonomi. Lokal-tv-stasjonene sliter foreløpig med å få gjennomslag i det lokale reklamemarkedet, dels fordi

dette er et nytt reklamemedium, og dels fordi stasjonene ikke har vært flinke nok til å selge og produsere lokal reklame.

I fremtiden vil tv-signalene bli distribuert digitalt i stedet for analogt. Dette vil redusere kostnadene for etablering av nye tv-kanaler, og det forventes at dette fører til etablering av flere nisjekanaler.

Elektroniske medier

Markedet for elektroniske medier preges av å være umodent. På tross av en sterk vekst i antall brukere både på privatmarkedet og bedriftsmarkedet, slo ikke aktørenes store forventninger til annonsemarkedet til i 1997. Markedet for innholdstjenester har utviklet seg langsommere enn forventet, og betalingsvilligheten for å få tilgang til innhold er begrenset. Totalt var den norske annonseomsetningen på internett i 1997 på cirka NOK 30 millioner mens prognosene lå på NOK 75-100 millioner. Det er knyttet stor usikkerhet til 1998, men det forventes en forsiktig vekst.

Mediepolitikk

Myndighetenes mediepolitikk har som overordnet mål å bidra til en differensiert mediestruktur, fortsatt høyt aviskonsum og lokal avis konkurranse på flest mulige steder. Hovedprinsippene er nedfelt i Stortingsmelding nr. 32 (1992/93). Avisbransjens rammebetingelser er imidlertid usikre fordi de er politisk omstridt. Norske aviser har i dag to former for støtte fra det offentlige, en indirekte i form av moms fritak på aviser, og en direkte i form av direkte produksjonstilskudd.¹ Pressestøtten for A-pressen er avhengig av de totale bevilgninger, samt den relative andel som blir A-pressens aviser til del. Bevilgningene er gjenstand for årlig behandling i Stortinget og kan vanskelig forutsies. Den relative andel avhenger også av konkurrentenes suksess. Aviser i A-pressen mottok i 1997 vel NOK 98 millioner i pressestøtte, hvorav NOK 79,6 gikk til Storbyavisene.

TV 2 og lokal-tv stasjonene har konsesjon til 31. desember 2002. Det normale vil være at konsesjonene forlenges.

Risiko

En investering i aksjer i A-pressen ASA er forbundet med risiko. Verdiene av aksjene i Selskapet er preget av et antall påvirkningsfaktorer utenfor Selskapets kontroll. En nærmere redegjørelse for de mest vesentlige risikoforhold er omtalt i kapittel 11.

Aksjonærforhold

A-pressen ASA har per prospektdato en registrert aksjekapital på NOK 144.253.760 fordelt på 7.212.688 aksjer hver pålydende NOK 20. Selskapet har kun en aksjeklasse. Selskapets aksjer er registrert i Verdipapirsentralen (VPS), med verdipapirnummer er ISIN NO 000 5014001.

¹ Regulert i forskrift om produksjonstilskudd til dagsaviser av 7. november 1996

2.2 Finansielle hovedtall for A-pressen

Tabell 2.1 Resultatregnskap

	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996	1995
Driftsinntekter	1 459 285	1 399 090	2 188 310	1 951 440	1 793 681
Driftsresultat	39 336	82 120	103 048	102 792	96 434
Resultat før skatt og minoritet	15 332	56 790	45 564	91 197	100 830
Skatt	(4 194)	(19 361)	(27 190)	(24 141)	(8 070)
Minoritetens andel	(850)	(852)	(996)	864	(941)
Periodens/årets overskudd	10 288	36 577	17 378	67 920	91 819

Tabell 2.2 Balanse

	31.8.98	31.8.97	1997	1996	1995
Omløpsmidler	385 442	441 415	418 561	501 108	429 545
Anleggsmidler	1 605 673	1 549 225	1 627 577	1 269 710	960 261
Sum eiendeler	1 991 115	1 990 640	2 046 138	1 770 818	1 389 806
Kortsiktig gjeld	454 668	460 572	558 254	482 731	414 038
Langsiktig gjeld	887 796	864 747	852 894	677 419	442 850
Minoritetsinteresser	32 312	28 560	30 454	15 978	9 338
Egenkapital	616 339	636 761	604 536	594 690	523 580
Sum gjeld og egenkapital	1 991 115	1 990 640	2 046 138	1 770 818	1 389 806

Tabell 2.3 Nøkkeltall

	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996	1995
Driftsmargin	2,7%	5,9%	4,7%	5,3%	5,4%
Bokført egenkapital pr. aksje (NOK)	85,5	88,4	83,9	82,6	73,5
Kontantstrøm per aksje (NOK)	12,4	15,1	20,0	24,6	39,3
Resultat pr. aksje etter e.o.p (NOK)	1,4	5,1	2,4	9,5	21,0
Resultat pr. aksje før e.o.p (NOK)	1,4	5,1	2,4	9,5	18,8
Utbytte pr. aksje i (NOK)	n.a.	n.a.	1,0	1,2	1,1
Gjennomsnittlig antall aksjer	7 203 520	7 202 210	7 202 210	7 164 160	4 362 119

Se kapittel 7.2.5 for definisjon av nøkkeltallene.

Det vises til kapittel 7 for mer utdypende informasjon om Selskapets finansielle forhold, og kommentarer til den økonomiske utviklingen.

3. Historikk

A-pressen ASA fylte 50 år i 1998. Konsernets utvikling kan deles inn i to hovedepoker: de 40 første årene og de 10 siste. I 1988 presenterte styret i det daværende Norsk Arbeiderpresse AS en plan for refinansiering og konserndannelse. Det var starten på en overgang fra et samarbeidende avisfellesskap til dagens mediekonsern. Årsaken var økt økonomisk press gjennom fallende marked, manglende kostnadskontroll og betydelig skjerpet konkurranse. 10-års perioden fra 1988 til i dag har vært svært ekspansiv. Dette er de viktigste begivenhetene:

- 1988: Opplagstap, inntektstap og betydelig underskudd (NOK 70 millioner)
Styret i Norsk Arbeiderpresse AS beslutter plan for omorganisering
- 1989: Konsernregnskap legges frem for første gang
LO-kongressen vedtar refinansiering av A-pressen med inntil NOK 160 millioner
- 1990: A-pressen vinner aviskrig på Nordmøre mot Dagbladet: Tidens Krav blir aleneavis.
Bergensavisen og Romerikes Blad starter søndagsavis
- 1991: LO tilfører A-pressen NOK 158 millioner
A-pressen overtar Arbeiderbladet fra Arbeiderpartiet
- 1992: Felles finansforvaltning etablert
- 1993: Annenhåndssalg av aksjer til ansatte og klubber: NOK 4,9 millioner
Nye Hojem Trykkeri og BA-Trykk etablert
Norsk Lokal TV AS etablert sammen med Norsk Aller
Styret beslutter å utvide eierskapet og gjøre aksjene omsettelige
- 1994: Aksjekapitalforhøyelse mot ansatte: NOK 5,5 millioner
Navneskifte fra Norsk Arbeiderpresse AS til A-pressen AS
Vedtektsendring; ingen kan eie mer enn 20 prosent av Selskapets A-aksjer
- 1995: Betaler utbytte for første gang
Kjøper Lofotposten, Østlandsposten, Firda og 22 prosent i TV 2
DNA selger seg ut av A-pressen AS
Vedtektene endret; avisene er ikke lenger organ for Arbeiderpartiet
Deleier med 20 prosent i RiksNett
Rettet aksjekapitalforhøyelse: NOK 225 millioner
- 1996: Omorganisering: A-pressen deles inn i seks regioner
Kjøper 4 prosent i TVNorge, deltar i ni konsesjoner for lokal-tv
Kjøper Indre Smaalenenes Avis og Trykkeri, Rakkestad Avis og Indre Akershus Blad
Selger RiksNett til Telia
Avisa Trondheim legges ned
- 1997: Overtar aksjemajoriteten i Nordlys, kjøper Ringerikes Blad
Selger Dagningen til Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer (GLT)
Arbeiderbladet endrer navn til Dagsavisen og starter søndagsavis
Utøver opsjon på 16 prosent i TVNorge, og øker til 33 prosent i TV 2
TV 2 kjøper 49 prosent i TVNorge
Nyhetskanalen starter sendinger 18. august
Kjøper 51 prosent i Digital Hverdag
Etablerer A-pressen Nett: lanserer 12 aviser på internett
Media Øst Trykk åpner nytt trykkeri på Lillestrøm
Selger Sentrum Trykk
- 1998: Styret vedtar å søke notering på Oslo Børs
Kjøper Kvinnheringen
Nyhetskanalen avvikles
Etablerer A-pressen Eastern Europe AS

Fra lojalitet til frihet

Den 27. mai 1948 ble Selskapet stiftet under navnet Norsk Arbeiderpresse AS. Dette eierselskapet fungerte ved siden av Arbeiderpressens Samvirke AL, som en solid ramme rundt A-pressens samarbeid og organisering. Konserndannelsen i 1989 forente disse selskapene.

Men 50-års jubileet er også del av en mye lengre historie som går tilbake til etableringen av den første arbeideravisen i 1884. På 1880-tallet ble arbeiderbevegelsen en stadig sterkere samfunnskraft. Arbeiderpartiet så en egen partipresse som en avgjørende del av den politiske kampen. I årene etter ble det startet en rekke arbeideraviser over store deler av landet, drevet av ildsjeler, under meget vanskelige betingelser. I 1884 ble Socialdemokraten (senere Arbeiderbladet) startet i Kristiania. I 1905 var det 14 Arbeiderparti-aviser, og i 1928 hadde antallet nådd 45.

Til langt ut på 60-tallet var avisene preget av dyp lojalitet mot DNA og LO. Den politiske journalistikken var en forlengelse av partiets politikk. Den borgerlige valgseieren i 1965 og USAs krigføring i Vietnam kom til å bety mye for å skille journalistikk og politikk i A-pressen. DNA var splittet i synet på Vietnamkrigen, og yngre journalister nektet å følge partiledelsen. Med Einar Gerhardsen ute av regjeringskontorene i 1965 kunne A-pressen dessuten operere friere i forhold til statsmakten.

Den samme frigjøringen fant sted også i Høyres aviser, Venstres aviser og i øvrig politisk presse på 60-, 70- og 80-tallet. I dag eksisterer det ingen bindinger mellom parti og avis i noen deler av norsk presse. I A-pressen sto Arvid Jacobsen sentralt i mye av løsrivelsen. Som ansvarlig redaktør i A-pressens Oslo-redaksjon (APOR) fra 1977 til 1991 stoppet han formidling av intern informasjon fra DNA til redaktørene, og han sluttet å delta i lukkede møter i DNAs sentralstyre og stortingsgruppe. To begivenheter står som symbolene på A-pressens frigjøring fra DNA. I 1975 fikk Arbeiderbladet sin første redaktør som ikke var valgt av landsmøtet i DNA, og i 1981 sendte APOR ut meldingen om statsminister Odvar Nordlis sykdom og mulige avgang. Dette førte til sterke reaksjoner og er blitt stående som selve symbolet på A-pressens selvstendighet.

Tidlig på 90-tallet endret avisene i A-pressen også formelt sine vedtekter. Der det tidligere het at avisene var "Organ for Arbeiderpartiet" heter det nå at de er "forankret i arbeiderbevegelsens ideer om frihet, demokrati og likeverd".

Felles organisering

Ved etableringen før og etter år 1900 hadde avisene sterk opplagsvekst, men knappe ressurser og hard konkurranse. Økonomiske bidrag var nødvendig både lokalt og sentralt fra LO og Arbeiderpartiet. Arbeiderpressens Samvirke (1920) hjalp avisene med lån, større innkjøp og regnskapsarbeid. Arbeidernes Pressekontor (1912) ble redaksjonelt felles byrå. 1920-årene var vanskelige med politisk oppsplitting og økonomisk krise, men 30-årene gav A-pressens aviser økt slagkraft. Arbeiderpressens Annonsekontor (1932) skulle utvikle A-pressen som annonsealternativ. Arbeiderbevegelsens Pressefond (1938) ble opprettet for å administrere LOs nyetablerte pressestøtte, som året etter lå på cirka NOK 300 000. LO stilte også 10 prosent av sin kapital til rådighet for fondet. I 1939 ble Arbeiderpressens Samvirke reorganisert som en overbygning over pressekontoret og annonsekontoret. Nå som et andelslag der avisene tegnet andeler etter størrelse, for å hjelpe de svakeste avisene.

Krig og gjenoppbygging

Krigen rammet A-pressen hardt. 38 av 44 aviser ble stanset, mens mer enn halvparten av Høyres og Bondepartiets aviser fortsatte. I krigsårene satt Johan Ona i London og trakk opp utviklingslinjene for A-pressen. Ona ble strateg og drivkraft i oppbyggingsårene, som disponent i Arbeiderpressens Samvirke. Planene for gjenoppbyggingen skjerpet rollen som talerør for partiet og LO, og var et bindemiddel for organisasjonene. I gjenoppbyggingsarbeidet samarbeidet Ona tett med Haakon Lie, som ved stor innsats reiste penger i USA til å betale nødvendige

investeringer i trykkeriutstyr. 8. mai 1945 var sju arbeideraviser pluss Arbeidernes Pressekontor i drift. Ved utgangen av mai var 21 aviser på gaten, og alle de største byene var dekket.

Eierselskap og vekst

27. mai 1948 ble Arbeiderbevegelsens Pressefond erstattet av Norsk Arbeiderpresse AS. NOK 950 000 hver fra LO og DNA, og NOK 100 000 fra avisene ga en aksjekapital på NOK 2 millioner. Eierselskapet Norsk Arbeiderpresse forvaltet kapitalen og støtten fra LO og DNA, gjennom et stadig sterkere formelt eierskap i avisselskapene. Gradvis gikk et lokalt eierskap over i et flertall til Norsk Arbeiderpresse, gjennom økninger i aksjekapitalen når avisene trengte midler til drift eller investeringer. Parallelt videreutviklet Arbeiderpressens Samvirke stordriftsfordeler og forretningsmessig samarbeid mellom avisene, gjennom innkjøps-samarbeid, samordnet investering, særlig i trykkeriutstyr, og satsing på kursing, kompetanseheving og samarbeid på alle plan. Arbeiderpressens Samvirke ble finansiert gjennom kontingenter fra avisene. Virksomheten var tett integrert med Norsk Arbeiderpresse, med felles disponent og administrasjon. I 1955 ble Arbeiderbevegelsens Tarifforening (ATF) stiftet, for å bistå med tariffspørsmål og problemstillinger knyttet til arbeidsgiverrollen.

Konkurransesatt

På 1970- og særlig 80-tallet kom et tøffere konkurranseklima. Åtte opprinnelige A-presseaviser måtte legges ned på 80-tallet på grunn av tradisjonell aviskonkurranse. Opplagsmessig økte likevel A-pressen fra 424 000 i 1972 til 499 000 i 1987, men dette var svakere enn bransjen for øvrig. Allerede i 1980 drøftet man en konsernorganisering av Norsk Arbeiderpresse. Minst 90 prosent eierskap i lokalavisene skulle gi skattefordeler. Det avisdominerte Arbeiderpressens Samvirke gikk imot. Men tilbakegangen i norsk økonomi på slutten av tiåret tvang frem endringer, og utløste beslutningen om dagens konsernmodell.

4. Forretningsidé, mål og strategi

4.1 Konsernet A-pressen

Visjon

A-pressen skal være den viktigste eieren av lokale og regionale aviser i Norge. Gjennom lokale medier skal A-pressen skape lønnsomhet, øve innflytelse på samfunnsutviklingen og bidra til å styrke demokrati, språk og kultur. A-pressen skal videreutvikle sin sterke posisjon i Norge, og har ambisjon om å vokse internasjonalt innenfor sine kjerneområder.

Hovedmål

A-pressen har vokst betydelig de tre siste årene og utvidet virksomheten fra tradisjonell avisdrift til et komplett mediekonsern. Konsernet vil fortsette veksten i årene som kommer. En offensiv vekstpolitikk er nødvendig for å trygge nåværende virksomhet og for å ekspandere i takt med markedets utvikling og konsernets strategi. Det er A-pressens strategi å investere videre i avis, tv og elektroniske medier, samt å utvikle konsernet internasjonalt. Samtidig vil A-pressen forsterke fokus på sin kjernevirksomhet for å bedre lønnsomheten.

Dette er overordnede konsernmål for perioden frem til og med år 2000:

- A-pressen skal styrke lokalmediene som samfunnsaktør
- A-pressens medievirksomhet skal fortsette veksten i perioden 1998 – 2000
- A-pressen har som målsetting å øke avkastningen på bundet kapital opp mot 10 prosent
- A-pressen har som målsetting å styrke soliditeten ved å ha en egenkapital på minimum 35 prosent ved utgangen av år 2000

Hovedstrategi

Konsernets strategiske delmål og mål for forretningsområdene forutsetter at bedriftene hele tiden tilpasser produkter og tjenester til nye behov og forventninger fra kundene. Det kreves i et mediemarked i akselererende utvikling. A-pressen vil nå sine ambisjoner og mål ved å:

- vokse gjennom investeringer og oppkjøp i Norge og utlandet
- videreføre og utvikle strategiske allianser
- omstille for å redusere kostnader, forbedre inntjening og øke lønnsomheten i eksisterende bedrifter
- fokusere på reklamemarkedet som viktigste inntektskilde
- styrke redaksjonell og administrativ kompetanse
- styrke redaksjonell produktutvikling
- etablere og utvikle eiendom og distribusjon som egne forretningsområder

4.2 Avis og trykk

Selv om A-pressen har ekspandert i takt med medieutviklingen, er avis og det som følger med avis, fortsatt viktigst for konsernet. Slik vil det også være i overskuelig fremtid. Norge ligger på verdensstoppen i avislesing, og A-pressens lokalaviser står sterkt i konkurranse med riksaviser, tv og nye medier. I en fragmentarisk tid foretrekker folk den nærhet lokalavisen representerer. Dette er senest bekreftet i 1998-utgaven av Norges offisielle leserundersøkelse for avis, Forbruker og Media, som gjennomføres av Norsk Gallup Institutt. Både i form av oppmerksomhet fra publikum og i økonomisk sammenheng er utgivelse, av lokalaviser selve bunnplanken i A-pressens virksomhet. Derfor vil dette området ha hovedfokus også i årene som kommer.

Det er konsernets mål å:

- sikre og forsterke lokalavisenes strategiske posisjon
- påbegynne investeringer og alliansebygging internasjonalt innenfor avis og trykk
- øke lønnsomheten i eksisterende drift av avis, trykk og distribusjon betydelig

Aviser

Innholdsmessig speiler A-pressens aviser sine geografiske områder i stoffvalg og redaksjonelle prioriteringer. Forretningsmessig er imidlertid avisene organisert i gruppene Lokalaviser og Storbyavisene ut fra deres høyst ulike markedsposisjoner.

Lokalaviser

Lokalavisenes fremste fortrinn, og bærende ide, er deres nærhet til leserne og annonsørene. A-pressen er Norges fremste utgiver av lokalaviser. 36 av konsernets 38 lokalaviser er ledende i sine områder. Det betyr at de enten er alene på utgiverstedet eller har høyest opplagstall og er den foretrukne avis for lesere og lokale annonsører.

Det er avgjørende for A-pressen å befeste lokalavisens posisjon i folks bevissthet, samt å befeste konsernets dominerende grep på lokalk markedet gjennom utvikling, oppkjøp og allianser.

Det er et mål å redusere kostnadene ved å utnytte A-pressens regionsstruktur til samarbeid og uttak av synergier.

Det er et særlig mål å styrke inntjeningen ved å øke kompetansen om reklamemarkedet, så vel på konsernnivå som regionalt og lokalt.

Fremtidsutsiktene for lokalavisene vurderes som gode. Ingen medier, nye eller gamle, har maktet å rokke ved lokalavisens posisjon som ankerfeste og uttrykk for lokal identitet for et bredt flertall av nordmenn.

Storbyavisene AS

Storbyavisene omfatter Dagsavisen, Bergensavisen, Rogalands Avis, Telemarksavisa og Fremtiden. Avisene er såkalte nummer 2-aviser for lesere og annonsører i sine områder, og utsatt for sterk konkurranse fra dominerende regionale aviser og riksaviser.

Styret i A-pressen har besluttet at konsernet skal redusere sine eierposisjoner i disse avisene. Det arbeides med å overføre Dagsavisen til en egen stiftelse, Telemarksavisa selges til A-pressen Avis og Trykk AS (heleid av A-pressen ASA). For de øvrige tre avisene vil prosessen med endringer kunne ta noe lengre tid, men forventes å være avklart innen utgangen av første halvår 1999.

Forretningsideen til Storbyavisene er å etablere et markedsmessig alternativ til sine konkurrenter. Kravet til kortsiktig inntjening må fortløpende avveies mot behovet for ressurskrevende markedsinnsats og redaksjonell utvikling.

Fremtidsutsiktene for Storbyavisene er usikre. Avisene sliter generelt med svak lønnsomhet, de er utsatt for sterk konkurranse og er avhengig av offentlig støtte minst på dagens nivå. På den annen side er samtlige av Storbyavisene, med unntak av Fremtiden og Rogalands Avis, inne i en periode med opplagsøkning. Det pågår også et betydelig arbeid for å redusere kostnadene og utvikle produktene.

Trykk

Trykkeribransjen preges av store omstillinger. Siden 1996 har A-pressen omstrukturert store deler av sin trykkerivirksomhet. På Østlandet er antall trykkerier blitt redusert fra seks til to i løpet av 1997/98. I denne perioden ble all produksjon i trykkeriene på Kongsvinger, Sarpsborg, Drammen og Skøyen overført til Media Øst Trykk AS på Lillestrøm. I Sogn og Fjordane er trykkeriene til Firdaposten og Sogn Dagblad lagt ned, og virksomheten overført til Firda. I

Stavanger ble trykkeriet til Rogalands Avis solgt, og trykkingen av avisen overført til konkurrenten Stavanger Aftenblad. Da Telemarksavisas eget trykkeri ble avviklet, overtok Østlands-Posten i Larvik trykkingen av avisen. I 1997 har A-pressen dessuten solgt Sentrum Trykk i Trondheim og Østlands-Postens Boktrykkeri i Larvik.

Media Øst Trykk AS

I løpet av få år har alle ledende avisaktører investert i neste generasjon trykkpresser. A-pressen var først ute med oppstarten av den nye trykkerifabrikken til Media Øst Trykk på Lillestrøm sommeren 1997. Den har økte muligheter både når det gjelder volum og farger, og gir langt høyere kvalitet på produktene. Etter en periode med innkjøringsproblemer er inntjeningen i det nye anlegget nå i bedring.

Strategien til Media Øst Trykk er industrialisering av produksjonen, forbedret kvalitet og økt utnyttelse av investeringene. Målet er å erobre eksterne oppdrag i konkurranse med andre rotasjonstrykkerier.

Det ventes fortsatt vekst i markedet for rotasjonstrykk, men konkurransen blir hardere når flere store trykkerifabrikker kommer i drift de nærmeste årene.

Øvrige trykkerier

A-pressens øvrige trykkerivirksomhet er delvis organisert i egne trykkeriselskaper og delvis som avdelinger i avisselskapene. Primærfunksjonen til trykkeriene i avisselskapene er å trykke egen avis så rasjonelt og effektivt som mulig, samt å gjøre eksterne oppdrag for å bedre kapasitetsutnyttelsen og øke lønnsomheten.

Også for de øvrige trykkeriene er strategien å forbedre kvaliteten på produktene og øke utnyttelsen av investeringene.

4.3 TV

Tv har vært A-pressens største vekstområde siden 1995. I dag har A-pressen en dominerende posisjon som eier av norske kommersielle tv-kanaler. Nordmenns konsum av tv har økt på hele 90-tallet, med fjoråret som eneste unntak. Markedet for tv-reklame har også hatt en sterk vekst. Det er trolig at det kommersielle tv-markedet i Skandinavia kan vokse ytterligere, og A-pressen er innstilt på å ekspandere i takt med markedet.

TV 2

TV 2 er Norges største og viktigste kommersielle tv-kanal. TV 2 har en andel på 67 prosent av markedet for tv-reklame i Norge, og har en solid posisjon som nummer to etter NRK 1 i seermarkedet. Blant yngre seere (12-34 år) er TV 2 den klart mest populære kanalen i Norge.

A-pressen har en eierandel på 33,17 prosent i TV 2, og ønsker å bidra til TV 2s videre utvikling. Det er naturlig å kapitalisere TV 2s betydelig kunnskap og organisasjon innenfor en skandinavisk ramme.

Inn i neste årtusen vil TV 2 holde fast ved profilen som har skapt selskapets suksess: en bred allmennkringkaster med hele befolkningen som målgruppe. TV 2 har som ambisjon om å være en uavhengig, troverdig, informerende, engasjerende, underholdende og, ikke minst, nyskapende tv-kanal.

TV 2 står overfor store utfordringer. På kort sikt er tre faktorer fremtredende; a) konkurransebildet i Norge, b) økte kostnader på programvare og sportsrettigheter, c) konkurranse fra internasjonale aktører. På lengre sikt må TV 2 møte globaliseringen av tv-markedet og overgangen til digital-tv.

TV 2 og TVNorge inngikk en omfattende samarbeidsavtale i 1997 i forbindelse med at TV 2 overtok 49 prosent av aksjene i TVNorge. TV 2 har forpliktet seg til å øke seeropplutningen om TVNorge. Det er ventet at samarbeidet styrker begge kanalene i konkurranse med NRK, TV 3 og andre tv-kanaler.

Totalmarkedet for tv-reklame vokste fra NOK 1,28 milliarder i 1996 til NOK 1,58 milliarder i 1997. TV 2s reklameinntekter vokste til NOK 1,06 milliarder i fjor, og det er ventet at veksten fortsetter. Selskapet ser også et betydelig potensial i utviklingen av annonsemedier som internett og tekst-tv gjennom datterselskaper. Konvergensen og synergien mellom PC-teknologien, telekommunikasjon og tv-industrien byr på spennende muligheter for TV 2 i fremtiden.

Derimot er den tiltagende priskarusell på rettigheter til å sende sport urovekkende. TV 2 anser det for svært viktig å knytte strategiske allianser i kappløpet om rettigheter til internasjonale sportsbegivenheter.

TV 2 ønsker å være en åpen kanal med åpen teknologi, og har gått inn på et samarbeid med andre nordiske allmennkringkastere om en felles digital plattform. På lengre sikt ser TV 2 et betydelig potensial i å utvikle nye tjenester muliggjort av den digitale teknologien. TV 2 vil fra og med høsten 1998 distribuere tv-signaler digitalt over satellitt parallelt med de analoge sendingene.

I løpet av de siste årene har TV 2 vokst fra å være en rendyrket tv-kanal til å engasjere seg i en rekke andre forretningsområder relatert til tv-virksomhet. For eksempel har TV 2 etablert selskapene Autograph Broadcast Systems, Storm Weather Center AS, Nyhetssentralen Byrå 2 AS og Net 2 Interaktiv AS, som alle sitter på gode forretningsideer og produkter innen ekspanderende markeder. TV 2 har fusjonert satellittkortselskapet Norgeskanalen med Telenor/Canal Pluss-selskapet Canal Digital Norge AS og har etter fusjonen en eierandel på 16 prosent i Canal Digital Norge. Slike selskaper skal sikre TV 2 flere ben å stå på, og inn i neste årtusen er det sannsynlig at de til sammen vil representere en vesentlig del av TV 2s inntekter.

TV 2s konsesjon løper ut 31.12.2002. Selskapet arbeider for at denne konsesjonen blir forlenget.

Lokal-tv

A-pressen gikk inn i lokal-tv da myndighetene i 1996 ga bedre rammevilkår for bransjen. A-pressens motivasjon var både av defensiv og offensiv karakter. Lokal-tv opererer i samme marked som lokalavisene. A-pressen ønsket å være i posisjon dersom lokal-tv kom til å erobre betydelige markedsandeler fra lokalavis. På steder hvor A-pressen er involvert både i avis og tv er strategien å samarbeide for å gi reklamemarkedet et bedre tilbud.

Lokal-tv er en relativt liten del av A-pressens tv-engasjement. Det er likevel et mål å være en ledende eier av lønnsomme lokal-tv selskaper. A-pressen har i dag eierinteresser i ni selskaper.

Utsiktene for lokal-tv er usikre, men resultatene er i klar bedring. Flere stasjoner har oppnådd gode seertall, men bransjen som helhet sliter med reklameinntektene. Konsernet følger situasjonen nøye, og har som mål at samtlige selskaper minst skal nå balanse i løpet av 1999.

Øvrig tv-virksomhet

A-pressen har i dag mindre eierinteresser innen programproduksjon og produksjon av reklame. Konsernet har som mål å etablere lønnsomme virksomheter i flere deler av verdikjeden, enten alene eller sammen med partnere.

4.4 Elektroniske medier

Forretningsideen for området elektroniske medier er dels å posisjonere A-pressen for en digital fremtid, dels å delta i selve fremveksten av nye medier. Det er mange usikkerhetsmomenter knyttet til utviklingen av de elektroniske mediene. Samtidig vokser det frem en hel bransje som allerede i dag har interessante forretningsmuligheter.

Strategien for A-pressens engasjement er tredelt. For det første utgir en rekke aviser nøkterne nettutgaver som en posisjonering av kjernevirksomheten. For det andre leverer flere av A-pressens selskaper konsulent tjenester mot dagens profesjonelle marked. For det tredje bygges det opp en forsiktig satsing på nisjepregede innholdsmedier.

Fremtidsutsiktene for dette området er usikre. Omfanget av den videre satsing innen dette området vil vurderes fortløpende, men det planlegges en forsiktig ekspansjon.

4.5 Andre forretningsområder

A-pressen Eastern Europe AS

A-pressen tar sikte på å etablere en strategisk posisjon i det russiske regionavismarkedet ved etablering av moderne aviser i Russlands største regioner. Det er et mål å etablere virksomhetene i en tidlig fase i utviklingen av et privat mediemarked. Satsingen understøttes av enkle og moderne avisrotasjoner som fleksibelt kan bygges ut i takt med markeds-utviklingen.

Engasjementet i Russland er et ledd i A-pressens verdiutvikling, og uttrykk for et ønske om å kapitalisere konsernets kompetanse og organisasjon. Markedspotensialet er betydelig og vil trolig stige i takt med økt kjøpekraft blant publikum.

Virksomheten er skilt ut i et eget selskap, A-pressen Eastern Europe AS (AEE). Selskapet eies med 65 prosent av A-pressen, 35 prosent av European Bank for Restruction and Development (EBRD) og EBRDs regionale fond Nordic Russian Management Company Ltd (NORUM). AEE har inngått en rammeavtale om et samarbeid med mediekonsernet Komsomolskaya Pravda-Group To-day (KP-GS) og regionale investorer.

Det arbeides med en rekke prosjekter, hvorav de tre første planlegges satt i drift primo 1999.

Eiendom

A-pressen skal oppnå markedsmessig avkastning på Selskapets eiendommer. De skal forvaltes slik at verdiene vedlikeholdes og utvikles.

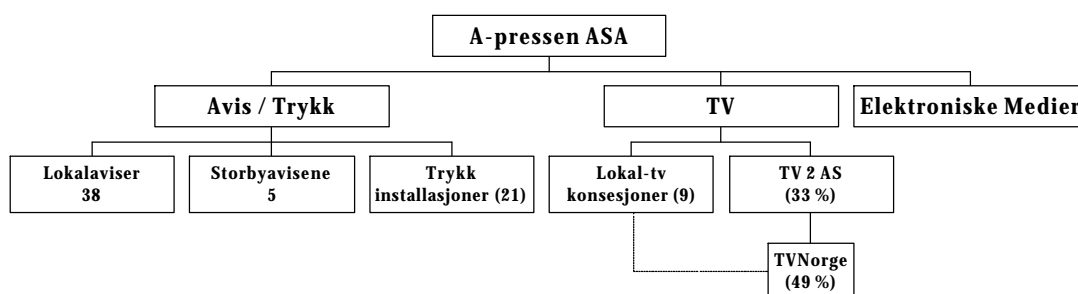
Strategien er å skille ut deler av eiendomsmassen og legge den under sentral forvaltning. Innkjøp knyttet til drift, forvaltning og vedlikehold av eiendommer skal sentraliseres der det er lønnsomt. A-pressen skal utarbeide vedlikeholds- og utviklingsplaner for samtlige eiendommer, og det skal belastes intern markedsleie for alle bygg.

5. Beskrivelse av virksomheten

5.1 Konsernet

A-pressen har betydelige interesser innen bransjene aviser, trykkerier og fjernsyn, samt en gryende virksomhet innen elektroniske medier. Totalt inngår 106 selskaper i konsernet, hvorav 88 er majoritetseid.² Konsernet hadde per 31. oktober 1998, 2 861 ansatte som utgjorde 2 630 årsverk. 43 prosent av de ansatte i A-pressen er kvinner. Konsernadministrasjonen i Oslo hadde per 31. oktober 1998 26 ansatte.

Figur 5.1 A-pressens tre virksomhetsområder



Avis/trykk

A-pressen har eierinteresser i aviser som representerer 18,9 prosent av det totale avisopplaget i Norge. A-pressen er majoritetseier i 39 lokale og regionale aviser, som hadde et samlet opplag på 510 321 eksemplarer i 1997. I tillegg eier konsernet mindre enn 50 prosent i fire aviser. 36 av avisene er lokalt markedsledende. A-pressen eier totalt 21 presseinstallasjoner. Syv av disse er organisert i seks egne trykkeriselskaper. De øvrige 14 finnes spredt i avvisselskapene.

TV

A-pressen har en sterk posisjon som eier av norske kommersielle tv-kanaler. A-pressen eier 33,17 prosent i TV 2 som igjen eier 49 prosent i TVNorge. I tillegg har konsernet eierinteresser i ni lokal-tv stasjoner i Norge gjennom datterselskapene. I andre deler av verdikjeden innenfor tv-området har A-pressen eierinteresser i tre mindre produksjons-selskaper.

Elektroniske medier

A-pressen er majoritetseier i internett-selskapene Digital Hverdag, Lokalnett, Funn Narvik og A-pressen Nett. I tillegg har konsernet eierandeler i flere mindre utviklingsselskaper. Alle konsernets eierengasjement er i selskaper som opererer i nisjemarkeder og innenfor innholds- eller konsulentsegmentet.

² For en komplett oversikt over selskapene pr. 31.12.97 vises det til note 10 i Årsrapport 1997 for A-pressen ASA som er gjengitt i Vedlegg 2 til prospektet. Det gjøres oppmerksom på at kjøp og salg av virksomheter innenfor forretningsområdene er en naturlig del av Selskapets virksomhet og at endringer som er kommentert i prospektet ikke nødvendigvis har fått, eller hadde per 31.12.97, selskapsrettslig virkning og vil således ikke fremkomme i note 10 til regnskapet pr. 31.12.97.

5.2 Avis og trykk

Avis, trykk og distribusjon utgjør godt over 90 prosent av omsetningen i A-pressen. A-pressen er landets nest største aviseier med 43 aviser, hvorav 39 er majoritetseid. De fleste avisene er enten markedsledende eller alene på utgiverstedet. Avisene deles inn i de to områdene Lokalaviser og Storbyavisene. Området Lokalaviser utgjør 38 aviser med et samlet gjennomsnittlig hverdagsopplag på 438 641 i 1997. Dette utgjør 14,8 prosent av det totale avisopplaget i Norge. Området Storbyavisene utgjør fem aviser med et samlet gjennomsnittlig hverdagsopplag på 125 190 i 1997, som tilsvarer 4,2 prosent av det totale avisopplaget i Norge. Samlet har A-pressen 18,9 prosent av avisopplaget i Norge. Alle avisenes innholds-profil er klart lokal, med unntak av Dagsavisen som har en nyhets- og kommentarorientert riksprofil.

Avis

A-pressens aviser hadde i 1997 en samlet driftsmargin på 5,7 prosent. Syv av avisene, deriblant samtlige i forretningsområdet Storbyavisene, er såkalte nummer 2-aviser, og utgis i sterk konkurranse med markedslederne. Disse har svak lønnsomhet. De fleste av avisene som er såkalte nummer 1- eller aleneaviser har rimelig god lønnsomhet.

A-pressens aviser inngår i en rekke lokale, regionale og sentrale annonsesamkjøringer, det vil si samarbeidsordninger mellom flere aviser for økt kraft i annonsesalget.

5.2.1 Lokalaviser

A-pressen er ene- eller majoritetseier i 34 lokalaviser. I tillegg har A-pressen eierinteresser i fire lokalaviser. Blant avisene er 30 alene i sine lokalmarkeder, seks er markedsledere i sine lokalmarkeder, mens to er nummer 2 i sine lokalmarkeder.

Tabell 5.1 Lokalaviser - 1997

Avis	Sted	Opplag	Posisjon	Eier	Husstands-	Omsetning	Driftsresultat
		antall	kilde: NAL	andel	dekning	NOK 1 000	NOK 1 000
Romerikes Blad	Lillestrøm	42 123	alene	97,85 %	60 %	174 294	24 171
Nordlys	Tromsø	32 874	1	59,00 %	66 %	130 166	15 213
Oppland Arbeiderblad	Gjøvik	28 605	1	99,47 %	79 %	111 420	14 789
Hamar Arbeiderblad **	Hamar	28 252	1	16,31 %	76 %	122 792	12 471
Glåmdalen	Kongsvinger	22 017	alene	91,80 %	81 %	83 960	5 333
Nordlands Framtid	Bodø	20 828	1	95,65 %	59 %	74 694	936
Sarpsborg Arbeiderblad	Sarpsborg	17 605	alene	97,56 %	76 %	97 130	16 370
Tidens Krav	Kristiansund	16 091	alene	99,71 %	80 %	50 069	6 714
Firda	Førde	15 007	alene	100,00 %	82 %	53 753	5 388
Smaalenene* **	Askim	14 721	alene		82 %	57 049	8 107
Østlands-Posten	Larvik	14 372	alene	100,00 %	87 %	82 816	1 263
Namdals-Avisa	Namsos	13 401	alene	95,63 %	78 %	41 967	4 604
Ringerikes Blad	Hønefoss	13 276	alene	100,00 %	71 %	64 861	10 354
Rana Blad	Mo i Rana	11 034	alene	99,49 %	76 %	51 249	5 221
Finnmark Dagblad	Hammerfest	10 679	alene	91,16 %	68 %	39 229	3 313
Halden Arbeiderblad**	Halden	10 477	alene	41,50 %	79 %	58 175	2 742
Demokraten	Fredrikstad	10 462	2	94,86 %	33 %	43 567	-132
Lofotposten	Svolvær	10 418	alene	100,00 %	74 %	34 844	1 237
Fremover	Narvik	10 410	1	96,61 %	75 %	34 115	2 116
Helgeland Arbeiderblad	Mosjøen	9 950	alene	95,84 %	84 %	37 307	2 882
Akershus Amtstidende	Drøbak	8 303	alene	97,85 %	69 %	27 122	3 646
Finnmarken	Vadsø	7 955	alene	94,77 %	75 %	27 001	2 330
Stjørdalens Blad	Stjørdal	7 277	alene	100,00 %	84 %	18 228	996
Arbeidets rett	Røros	7 158	alene	97,21 %	89 %	18 527	2 767
Indre Akershus Blad	Bjørkelangen	6 540	alene	97,85 %	77 %	11 144	583
Moss Dagblad	Moss	6 370	2	90,83 %	42 %	25 743	-2 340
Firdaposten	Florø	5 870	alene	98,30 %	74 %	14 743	878
Hardanger Folkeblad	Odda	5 861	alene	99,06 %	85 %	16 090	3 494
Bygdeposten	Vikersund	5 782	alene	100,00 %	59 %	9 662	526
Kvinnheringen ***	Husnes	4 804	alene	100,00 %	73 %	11 300	1 337
Aust Agder Blad	Risør	3 712	alene	98,51 %	76 %	6 567	632
Aura Avis	Sunnalsøra	3 578	1	97,03 %	82 %	8 500	248
Oppdalingen	Oppdal	3 201	alene	97,03 %	85 %	7 812	1 215
Malvik Bladet	Hommelvik	2 751	alene	100,00 %	58 %	3 278	144
Rjukan Arbeiderblad	Rjukan	2 580	alene	100,00 %	70 %	6 484	541
Rakkestad Avis	Rakkestad	2 366	alene	97,56 %	80 %	5 882	-678
Årdal & Lærdal avis	Øvre Årdal	1 931	alene	99,90 %	55 %	10 534	-191
Totalt		438 641			73 %	1 672 074	159 220

* Er opplaget til de to avisene Indre Smaalenenes Avis / Øvre Smaalenene

** Tilknyttet selskap, ikke inkludert i regnskapene for forretningsområdet

*** Kjøpt med virkning fra 1.9.98

Kilde: A-pressen

For mer detaljert informasjon vises det til Selskapets årsrapport for 1997, som er tatt inn som vedlegg 2 til prospektet.

28 av avisene har 70 prosent eller høyere husstandsdekning i sitt område. Kun to aviser har mindre enn 50 prosent husstandsdekning. Den opplagsvektete husstandsdekning i utgiverkommunene for avisene samlet er 73 prosent.

Husstandsdekningen er en indikator på avisenes lønnsomhet og potensiale. Avisene som er mest dominerende i sitt lokalmarked, tenderer til å være mest lønnsomme eller har det største økonomiske potensial.

Nummer 2-avisene i gruppen av lokalaviser i A-pressen, Moss Dagblad og Demokraten i Fredrikstad, hadde begge negativt driftsresultat i 1997. Dette skyldes sterk konkurranse og behov for markedsinnsats og innsats på produksiden. Avisene er viktige for A-pressens totale markedsinntekter i Østfold, gjennom sine bidrag til Østfoldsamkjøringen. Konsernets markedsledende aviser og de to nummer 2-avisene er som gruppe ledende i det regionale reklamemarkedet i Østfold.

Samlet omsetning for lokalavisene var NOK 1 672 millioner og driftsresultatet ble på NOK 159 millioner i 1997, som gir en driftsmargin på 9,5 prosent. Den konsoliderte omsetning for lokalavisene var NOK 1 354 millioner og konsolidert driftsresultat var NOK 114 millioner i 1997. Forskjellen skyldes at fire av avisene ikke er majoritetseid, og derfor ikke konsolideres, samt at Nordlys var tilknyttet selskap i deler av 1997. Videre inkluderer tabellen Ringerikes Blad som ble kjøpt mot slutten av 1997 og Kvinnheringen som ble kjøpt i 1998.

Konsernets portefølje av lokalaviser er ytterligere styrket, som følge av en rekke aktiviteter i 1997 og 1998:

- Ringerikes Blad, som er aleneavis på Hønefoss, ble kjøpt
- Eierandelen i Nordlys, Nord-Norges største avis, ble økt fra minoritet til majoritet
- Virksomheten i Dagningen ble solgt, for å bli slått sammen med konkurrenten Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer til innlandets største avis; Gudbrandsdølen Dagningen. A-pressen eier ingen aksjer i den videreførte avisen, men vil ha fordel av at den er med i A-pressens annonsesamkjøring.
- Avisene Indre Smaalenenes Avis og Øvre Smaalenene i Østfold ble samlet i et felles eierskap
- Sogn Dagblad ble nedlagt, mens to nye aviser, Årdal & Lærdal Avis og Avis Sogndal (ukeavis) ble startet
- Kvinnheringen, aleneavis på Husnes, ble kjøpt 1. september 1998
- Avtale om kjøp av lokalavisen Lofot-Tidende (ikke gjennomført pr. prospektdato)
- Avtale med styret i A/S Hadeland som åpner for at A-pressen kommer sterkere inn på eiersiden i selskapet. Avtalen inneholder i tillegg til et kjøpstilbud til alle aksjonærene, et forslag om en rettet emisjon mot A-pressen som gir 25 prosent av aksjene. (ikke gjennomført pr. prospektdato)

Distribusjon og lesing

Lokalavisene er i hovedsak abonnementsaviser som leveres til leserens bolig med egne bud eller med ordinær postombæring. A-pressens lokalaviser har, med to unntak, en svært solid stilling blant leserne i sine markeder.

I pressteorien deles gjerne aviser inn i fire nivåer: riksaviser, storbyaviser (regionaviser), lokale dagsaviser og lokale fådagersaviser. Undersøkelser av folks avisvalg på hverdager (Norsk mediebarometer 1996) viser at leseren klart foretrekker den ledende lokale dagsavisen eller den ledende lokale storbyavisen. Ved kjøp av to aviser kommer en løssalgavis eller en annen lokalavis/storbyavis i tillegg.

Markedsposisjon og annonsesamkjøringer

Lokalavisene er den viktigste annonsekanalen for lokalt næringsliv, samt en god kanal for lokale rubrikkannonser. For disse annonsørene er lokalavisen den mest kostnadseffektive kommunikasjonskanal. Hver enkelt annonsør er relativt liten.

I forhold til regionale og nasjonale annonsører har brorparten av lokalavisene, hver for seg, for få lesere og dekker for små geografiske markeder. For å erobre regionale og nasjonale kunder har A-pressen opprettet flere annonsesamkjøringer. Det innebærer at annonsørene gjennom *en* bestilling, får sin annonse eksponert i flere aviser. De viktigste samkjøringene er Østfoldsamkjøringen, Media Nor, som dekker Nord-Norge, samt samkjøringen for Hedmark og Oppland.

Inntektene i Østfoldsamkjøringen styrkes vesentlig av at Moss Dagblad og Demokraten er med i samkjøringen. Dette gjør at avisenes totale bidrag til konsernets lønnsomhet er bedre enn det som gjenspeiles i det regnskapsmessige driftsresultatet for de to avisene.

Tabell 5.2 Samkjøringene (1997)

Samkjøring	Sted	A-presse aviser	Andre aviser
		antall	antall
Media Riks	Hamar	33	2
Media Nor	Bodø	8	3
Østfoldsamkjøringen	Sarpsborg	7	0
Nordlyssamkjøringen	Bodø	4	3
Nye Indre Samkjøringen	Askim	4	0
Trøndersamkjøringen	Trondheim	4	0
Media Vest Sogn og Fjordane	Førde	3	1
midtØSTEN annonsesamkjøring	Hamar	3	0
Finnmarkssamkjøringen	Hammerfest	2	0
Helgelandssamkjøringen	Mo	2	0
Møre og Romsdalsamkjøringen	Molde	2	3
Norlandssamkjøringen	Narvik	2	0
StorOslo Samkjøringen m/Dagsavisen	Oslo	2	3
Buskerudsamkjøringen	Drammen	1	3
Media Link Vestfold	Tønsberg	1	3
Telemark/Agdersamkjøringen	Skien	1	3
Telemarksamkjøringen	Skien	1	2
Avisenes reklamedistribusjon	Billingstad	12	18

Kilde: NAL

A-pressen har samkjøringssamarbeid med aviser eid av Orkla Dagspresse i Oslo og Akershus, Buskerud, Vestfold, Telemark og Møre og Romsdal. Dette samarbeidet er sagt opp av Orkla-avisene med virkning fra 1. januar 1999. Dette kan gi redusert annonseomsetning. Fra 1. januar 1999 inngår avisen Gudbrandsdølen Dagingen på Lillehammer i A-pressens annonsesamkjøring midtØSTEN. Dette vil styrke samkjøringens inntektsgrunnlag.

Sentrale inntekts- og kostnadsdrivere

Annonser er den største inntektskilden for lokalavisene. I 1997 utgjorde annonseinntekter 53 prosent av de samlede inntekter. Viktige komponenter i annonseinntektene er lokale detaljhandels- og rubrikkannonser, samt regional annonsering gjennom samkjøringene.

Den nest største inntektskilden er opplagsinntekter. I 1997 utgjorde disse inntektene 35 prosent av de samlede inntekter. Det alt vesentlige, 86 prosent, av dette er abonnementsinntekter mens de resterende 14 prosent er løssalgsinntekter.

Lokalavisene har også en del trykkerivirksomhet, utover trykk av egne aviser.

I 1997 mottok lokalavisene til sammen NOK 17,4 millioner i pressestøtte. Det vesentlige (ca. 68%) av pressestøtten som tilfalt lokalavisene i 1997 gikk til avisene Demokraten, Moss Dagblad

og Dagingen (som nå er solgt). Utover dette fikk 12 øvrige aviser mindre beløp i støtte. Aviser som mottar pressestøtte har ikke anledning til å gi konsernbidrag, og pressestøtten bortfaller hvis avisen har mer enn NOK 2 millioner i overskudd før pressestøtten. Pressestøttens fremtid er avhengig av politiske beslutninger, og A-pressen vil løpende vurdere tiltak ved endringer i pressestøtten.

Lokalavisene er arbeidsintensive. Lønns- og personalkostnader utgjorde 48 prosent av kostnadsmassen i 1997, men denne andelen er trolig økende som følge av betydelige lønnsøkninger i 1998. Lønnsnivået steg mellom fem og seks prosent fra sommeren 1998. Konsernet jobber med tiltak for å redusere personalkostnadene. Uansett må det påregnes at lønnskostnadene vil være den største kostnadskomponenten også i årene som kommer.

Materialkostnader til papir, trykksverte og annet, utgjør 18 prosent av kostnadsmassen. Disse kostnadene svinger med markedspriser på innsatsfaktorene, samt med antall sider. For inneværende år er det inngått innkjøpsavtaler som gjør at papirkostnadene er økt med tre prosent i forhold til 1997. Avskrivninger utgjør fire prosent av kostnadsmassen, det alt vesentlige er avskrivninger på varige driftsmidler. Andre driftskostnader utgjør 30 prosent.

Tabell 5.3 Økonomiske hovedtall for lokalaviser

(NOK mill)	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996
Opplagsinntekter			479,9	430,3
Annonseinntekter			723,1	642,1
Trykkeinntekter			67,0	73,0
Pressestøtte			17,4	19,0
Andre inntekter			66,6	44,9
Totale driftsinntekter	946,5	848,0	1 353,9	1 209,3
Materialkostnader			-219,3	-209,4
Personalkostnader			-595,9	-534,5
Andre driftskostnader			-367,6	-329,9
Avskrivninger			-51,8	-45,8
Tap på fordringer			-4,9	-3,4
Totale driftskostnader	-869,9	-782,9	-1 239,5	-1 123,0
Driftsresultat	76,6	65,1	114,4	86,3

Kilde: A-pressen. Splitt på inntekt- og kostnadskomponenter finnes ikke for delårsrapportering.

5.2.2 Storbyaviser

Konsernets aviser i Oslo, Bergen, Stavanger, Skien og Drammen er organisert i et eget underkonsern, Storbyavisene AS. Dette er aviser som er mindre enn konkurrenten på utgiverstedet og som derfor har mindre kraft i reklamemarkedet enn konsernets øvrige aviser. Men også mellom disse fem avisene er det store forskjeller.

Bergensavisen	Avisen har en markert Bergensprofil og har fordoblet opplaget på 15 år, og er i dag landets 12. mest leste avis.
Dagsavisen	Avisen har en klar riks- og utenriksprofil med vesentlige nyheter fra Oslo-regionen. Den har med få års unntak tapt opplag siden 1970, men har hatt en positiv opplagsmessig utvikling etter navneskiftet og oppstart av søndagsavis.
Fremtiden	Avisen har en fylkesprofil, og er nr. 2 i alle delmarkeder. Den har hatt betydelig tilbakegang i opplaget de senere år.
Rogalands Avis	Avisen hadde en viss nedgang i opplaget på begynnelsen av 90-tallet. Den har på 90-tallet sterkere prioritert kjerneområdet, og har nå stabilitet i opplaget.
Telemarksavisa	Avisen har styrket sin posisjon vesentlig de siste årene, og er nummer 1-avis for de aller fleste av sine abonnenter. Dette reflekteres også i en relativt sterk posisjon i reklamemarkedet.

Bergensavisen selger 40 prosent av sitt opplag i løssalg. De øvrige avisene er i all hovedsak abonnementsaviser. Den lave husstandsdekningen på utgiverstedet er hovedgrunnen til nummer 2-avisenes svake inntjening og avhengighet av pressestøtte.

Beslutning om å redusere de økonomiske interessene i Storbyavisene

Med unntak av Telemarksavisa (TA) er opplagsavstanden til konkurrentene så stor at det ikke er mulig å drive disse avisene uten betydelig direkte offentlig støtte. I de senere årene er den direkte støtten til disse avisene blitt vesentlig redusert, samtidig skaper det uforutsigbare kostnadsbildet store styringsmessige vansker.

Styret i A-pressen har på denne bakgrunn besluttet å redusere konsernets økonomiske eierinteresser i disse avisene, med unntak av TA som selges til A-pressen Avis og Trykk AS (heleid av A-pressen ASA). Styret har videre besluttet en eiermessig atskillelse mellom Dagsavisen og A-pressen ASA. Dette vil senest bli gjort med regnskapsmessig virkning senest fra 1. januar 1999. Det arbeides med sikte på å overføre eierskapet til en egen stiftelse. For de øvrige tre avisene Bergensavisen, Rogalands Avis og Fremtiden vil prosessen med endringer kunne ta noe lenger tid, men det antas at dette vil være avklart innen utgangen av første halvår 1999.

Tabell 5.4 Storbyavisene 1997

Avis	Sted	Eier- andel	Husstands- dekning	Opplag antall	Omsetning NOK 1 000	Pressestøtte NOK 1 000	Driftsresultat NOK 1 000
Bergensavisen	Bergen	98 %	20 %	30 735	136 504	23 574	-4 899
Dagsavisen	Oslo	100 %	11 %	40 771	159 078	30 053	-2 013
Fremtiden	Drammen	80 %	16 %	14 001	45 971	7 838	362
Rogalands Avis	Stavanger	96 %	19 %	17 509	61 928	12 202	1 047
Telemarksavisa	Skien	100 %	29 %	22 174	80 189	5 939	-4 497
Totalt				125 190	483 670	79 606	-10 000

Kilde: A-pressen

Markedsposisjon

Med unntak av Fremtiden og Rogalands Avis, har de øvrige avisene hatt opplagsfremgang i 1998. Dagsavisen har etter åtte måneder økt opplaget med vel 3 800 eksemplarer fra i fjor, noe som utgjør en vekst på drøyt ni prosent. Avisens strategi for vekst har vært å etablere en seriøs profil, lansere søndagsavis, skifte navn og redusere løssalgspriisen fra NOK 8 til NOK 5 på alle dager.

Storbyavisenes svake stilling på utgiverstedet er hovedforklaringen på at de relativt sett har lave reklameinntekter. Dette er et markedsforhold som vi finner i alle lands avismarkeder. Markedslederen tar en større andel av reklameinntektene enn andelen av lesere skulle tilsi. Dermed svekkes også inntjeningen og muligheten for å konkurrere med redaksjonell kvalitet. Utviklingen av Storbyavisenes reklameinntekter de siste årene har vært ujevn. Særlig har Dagsavisen tapt markedsandeler i perioden, mens Telemarksavisa og Bergensavisen har økt inntektene betydelig.

Sentrale inntekts- og kostnadsdrivere

Opplags- og annonseinntekter sto for henholdsvis 44 og 37 prosent av de totale inntektene i 1997.

I 1997 var pressestøtten til Storbyavisene NOK 79,6 millioner, tilsvarende 16 prosent av de totale inntektene. Dette representerer 39 prosent av den samlede pressestøtte gitt til norske aviser, og ca. 81 prosent av hva A-pressen konsernet mottok totalt.

Også Storbyavisene er arbeidsintensive. Lønns- og personalkostnader utgjorde 43 prosent av kostnadsmassen i 1997. Det arbeides i flere av bedriftene med å redusere bemanningen for å kompensere forventet lønnsutvikling og behov for bedret lønnsomhet. Uansett må det påregnes at lønnskostnadene vil være den største kostnadskomponenten også i årene som kommer.

Materialkostnader til papir, trykksverte og annet utgjør 20 prosent av kostnadsmassen. Disse kostnadene svinger med markedspriser på innsatsfaktorene, samt med avisenes fysiske omfang. For inneværende år er det inngått innkjøpsavtaler som gjør at papirkostnadene er økt med tre prosent i forhold til 1997. Avskrivninger utgjør tre prosent av kostnadsmassen, det alt vesentlige er avskrivninger på driftsmidler. Andre driftskostnader utgjør 34 prosent.

Tabell 5.5 Økonomiske hovedtall for storbyavisene

(NOK mill)	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996
Opplagsinntekter			212,3	207,6
Annonseinntekter			176,8	166,0
Pressestøtte			79,6	79,1
Andre inntekter			15,5	15,0
Totale driftsinntekter	319,1	311,8	484,3	467,7
Materialkostnader			-96,4	-97,9
Personalkostnader			-212,9	-203,7
Andre driftskostnader			-166,8	-153,2
Avskrivninger			-14,9	-13,7
Tap på fordringer			-2,9	-2,7
Totale driftskostnader	-334,4	-313,6	-493,9	-471,2
Driftsresultat	-15,3	-1,8	-9,6	-3,4

Kilde: A-pressen. Splitt på inntekt- og kostnadskomponenter finnes ikke for delårsrapportering.

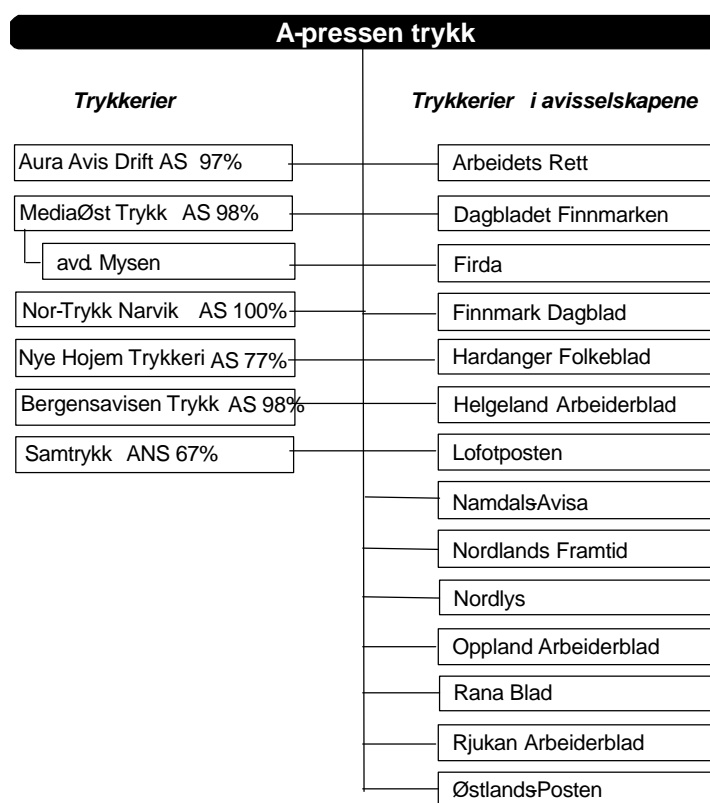
5.2.3 Trykk

Trykkerivirksomheten er delvis organisert i egne trykkeriselskaper og delvis som avdelinger i avisselskapene. Forretningsområdet utgjør 9,4 prosent av konsernets eksterne omsetning.

A-pressens trykkerivirksomhet har vært og er preget av omstilling og nedbygging av overkapasitet. Ved det nye trykkerianlegget i Media Øst (Lillestrøm) er det tilrettelagt for en industrialisering av produksjonen. Etableringen av anlegget har muliggjort avvikling av 4 mindre trykkerier i regionen, og samtidig økt mulighetene for å konkurrere i et stadig økende sivilmarked. A-pressen har i de øvrige regionene avviklet eller solgt ytterligere seks trykkerier siden 1996.

Grunnlaget for ytterligere strukturelle endringer vil trolig være begrenset. Dette skyldes først og fremst geografi og store avstander som vanskeliggjør distribusjon, kombinert med at dagens løsninger er kostnadseffektive (mindre presseinstallasjoner i avisselskapene).

Figur 5.2 Selskapsoversikt for forretningsområdet Trykk



Kilde: A-pressen, prosenttallene er konsernets eierandel i selskapene

Media Øst Trykk AS

Etter avvikling av trykkeriene i Sarpsborg, Drammen, Skøyen og Kongsvinger i 1998 har Media Øst Trykk AS (MØT) produksjonsanlegg på Lillestrøm og Mysen. Anlegget på Lillestrøm trykker i alt 14 dagsaviser, mens to aviser blir trykket på Mysen.

MØT installerte våren 1997 landets mest moderne produksjonsanlegg basert på et såkalt semikommersielt konsept. Utstyret og utstyrskonfigurasjonene er innrettet mot å kunne trykke så vel dagsaviser som reklamebilag.

Den gamle rotasjonspressa er oppgradert og renovert, og gir i dag fullgod ytelse med hensyn til fargemuligheter og trykkkvalitet for dagsaviser. Anlegget på Lillestrøm kan produsere tre aviser samtidig.

Rotasjonstrykkeriet på Mysen oppgraderes høsten 1998. Pakkeriet automatiseres, og pressa bygges ut til 32 sider gjennomgående fire-farger. Dette innebærer at Media Øst Trykk totalt har god kapasitet på trykking av reklameaviser. Mysen-avdelingen har også eget arktrykkeri og har nylig investert i en moderne fire-fargemaskin.

Driftsproblemer i nytt anlegg

Det nye trykkerianlegget på Lillestrøm har hatt betydelige driftsproblemer det første året. Dette skyldes hovedsakelig mangelfulle leveranser fra både presse- og pakkerileverandør. Problemene har medført betydelige tap i form av tilleggskostnader, lav produktivitet, og ikke minst i forhold til tapt konkurransekraft og tapte muligheter i siviltrykkmarkedet.

Produksjonsstabiliteten har bedret seg betydelig de siste to-tre månedene. Det vil fortsatt ta noe tid før anleggets kapasitet fullt ut kan utnyttes fullt ut og alle produktivitetsmål kan nås.

Øvrige trykkerier

Selskapene Aura Avis Drift AS, Nor-Trykk Narvik AS, Nye Hojem Trykkeri AS (arktrykkeri), Bergensavisens Trykk AS og Samtrykk ANS utgjør, sammen med 14 presseinstallasjoner i avisselskapene, A-pressens øvrige trykkerivirksomhet.

I tillegg til å produsere A-pressens egne aviser, konkurrerer disse trykkeriene i større eller mindre grad i ulike deler av det eksterne trykkerimarkedet. Selskapet Nor-Trykk i Narvik har gjennom mange år stått for produksjonen av Norsk Lysningsblad og har siden 1996 samarbeidet med det statseide trykkeriet Sever i Murmansk om oppdrag i det russiske markedet. Kontrakten med Norsk Lysningsblad ble forlenget med 10 år per 1. januar 1998.

Tabell 5.6 Økonomiske hovedtall for trykkeri-selskaper

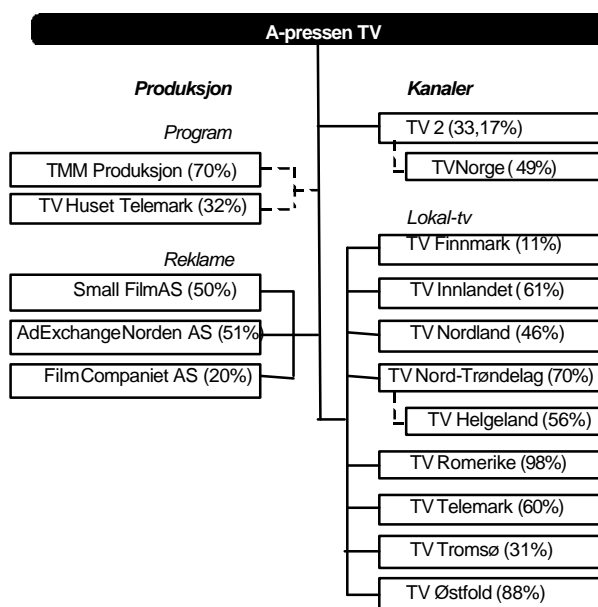
(NOK mill)	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996
Trykkeinntekter			301,1	327,6
Andre inntekter			33,8	31,6
Totale driftsinntekter	231,8	222,6	334,9	359,2
Materialkostnader			-131,4	-155,8
Personalkostnader			-99,9	-98,2
Andre driftskostnader			-62,4	-55,4
Avskrivninger			-28,0	-25,3
Tap på fordringer			0,2	-3,3
Totale driftskostnader	-223,6	-211,9	-321,4	-337,9
Driftsresultat	8,2	10,7	13,5	21,3

Kilde: A-pressen. Splitt på inntekt- og kostnadskomponenter finnes ikke for delårsrapportering.

5.3 TV

A-pressen har en sterk posisjon som eier av norske kommersielle tv-kanaler, etter å ha investert NOK 630 millioner innen forretningsområdet de seneste årene. Den viktigste investeringen er konsernets eierandel på 33,17 prosent i TV 2. I tillegg har konsernet eierinteresser i ni lokal-tv-selskaper og i mindre produksjonsselskaper. Hovedtallene for konsernets forretningsområde TV, inneholder ikke TV 2. A-pressens andel av resultatet i TV 2, fratrukket goodwill-avskrivningene på aksjeposten, finnes i konsernregnskapets post for tilknyttede selskaper og note 4 i årsberetningen.

Figur 5.3 Oversikt over selskaper i forretningsområdet TV



Kilde: A-pressen, prosenttallene er konsernets eierandel i selskapene

5.3.1 TV 2

A-pressen økte i 1997 sin eierandel i TV 2 AS til 33,17 prosent gjennom flere transaksjoner. Den maksimale eierandel en enkeltaksjonær kan ha, i henhold til TV 2s konsesjonsvilkår, er 1/3 av aksjene. Dette er på det nærmeste fullt utnyttet, idet A-pressen, Egmont og Schibsted er nær ved å eie hver sin tredjedel i TV 2.

TV 2 fikk nasjonal tv-konsesjon i 1991 og startet regulære sendinger i september 1992. Kanalen fikk ganske raskt en seerandel på 20 prosent som gradvis har økt til dagens 30 prosent. Sendernettet er nå fullt utbygget, slik at 95 prosent av befolkningen kan ta inn sendingene gjennom tradisjonelle tv-antenner, kabelnett og private satellitmottakere. TV 2 har 29,2 prosent oppslutning i aldersgruppene under 55 år, og er dermed i ferd med å ta igjen NRK som nå er nede i en oppslutning på 43,1 prosent. I aldersgruppene under 34 år er TV 2 markedsleder med en oppslutning på 29,4 prosent.

TV 2s konsesjon løper til og med år 2002, og en forlengelse etter dette forventes. Allmennkringkastingsrådet har i den senere tid kritisert programinnholdet i TV 2, og det har vært reist spørsmål ved om alle konsesjonsvilkårene etterleves. TV 2 har imøtegått kritikken.

Sentrale inntekts- og kostnadsdrivere

Med tilnærmet full dekning i befolkningen er TV 2 en attraktiv kanal for merkevareannonsører. Dette gjenspeiles i annonseinntektene som har vokst fra NOK 314 millioner i 1993 til mer enn NOK en milliard i 1997. Annonseinntektene utgjør mer enn 98 prosent av TV 2s totale inntekter.

Den største kostnadskomponenten for TV 2 er programkostnader, som utgjør 32 prosent av de totale kostnadene. De dyreste programmene er nyhetssendingene, norskprodusert drama, samt sport. Personalkostnadene utgjør 24 prosent.

For mer utfyllende regnskapsinformasjon vises det til TV 2s årsrapport for 1997 som er tatt inn i vedlegg 3 til prospektet.

Tabell 5.7 Økonomiske hovedtall for TV 2 AS

(NOK mill)	1.1-30.6.98	1.1-30.6.97	1997	1996	1995
Reklameinntekter	-	-	1 052,8	877,5	751,0
Andre inntekter	-	-	17,1	20,9	33,4
Driftsinntekter	696,3	529,6	1 069,9	898,4	784,4
Sendekostnader	-	-	-137,3	-133,0	-122,2
Programkostnader	-205,0	-126,7	-293,1	-278,8	-240,5
Lønns- og andre personalkostnader	-121,6	-94,9	-215,1	-175,6	-143,1
Andre driftskostnader	-184,1	-140,7	-165,4	-143,4	-133,1
Tilknyttede selskaper	-36,9	-11,1	-54,1	-0,2	0,0
Tap på fordringer	-	-	-5,0	-3,3	-1,2
Avskrivninger	-24,7	-22,7	-44,1	-40,3	-30,1
Driftskostnader etter avskrivning	-572,2	-396,1	-914,1	-774,7	-670,2
Driftsresultat	124,1	133,5	155,8	123,7	114,2

Kilde: TV 2 AS

Strukturell utvikling av TV 2

Våren 1997 kjøpte TV 2 til sammen 49,33 prosent av aksjene i TVNorge. De resterende aksjene i TVNorge eies av SBS, et selskap børsnotert i USA. Det ble så inngått en samarbeidsavtale mellom TV 2 og TVNorge som innebar at TV 2 overtok ansvaret for programmeringen av TVNorge. Dette har gjort at TV 2 og TVNorge samlet vil kunne oppnå lavere programkostnader, og at de gjennom kryssprogrammering tilbyr utfyllende programtilbud til tv-seerne.

I erkjennelsen av at tv-kanalen vil bli stadig mer utsatt for konkurranse, har TV 2 investert i annen virksomhet der kompetansen fra tv-kanalen kan kommersialiseres. De viktigste satsingene er Nyhetssentral byrå 2, som leverer nyhetsbulletiner til radio, flyplassmonitorer og tekst-tv. Videre er Autograph Broadcast Systems etablert for utvikling og salg av avviklingssystemer og grafikkpresentasjon i nyhets- og sportssendinger. Net 2 Interaktiv driver tekst-tv-tjenesten på TV 2. Videre har selskapet ansvaret for drift og kommersiell utnyttelse av Aftenpostens web-sider på internett. Storm Weather Center produserer værtjenester primært til mediebedrifter, men har også under utvikling nye kommersielle produkter for værintensive næringer spesielt innenfor energisektoren.

5.3.2 Lokal-tv

A-pressen har eierinteresser i 11 konsesjonsområder for lokal-tv, hvorav ni er i drift. Fem av stasjonene er majoritetseid. Stasjonene i drift har et seerunivers på mer enn en million, og A-pressen er dermed største eier i lokal-tv. Konsesjonene er gitt fram til utgangen av 2002.

Tabell 5.8 Nøkkeltall for lokal-tv-selskapene

Selskap	Seeruniver s	Ukentlig dekning	Ukentlig seertall	Ukentlige sendeminutter
TV Finnmark	61 420	24%	14 741	290
TV Nordland	58 063	48%	27 870	250
TV Tromsø	46 335	46%	21 314	275
TV Helgeland	64 474	27%	17 408	250
TV Nord-Trøndelag	87 746	38%	33 343	400
TV Innlandet	287 087	28%	80 384	250
TV Romerike	161 610	36%	61 412	375
TV Telemark	99 125	44%	43 615	265
TV Østfold	203 056	42%	85 284	445
Totalt	1 068 916	36%	385 371	2600

Kilde: A-pressen

Lokal-tv-selskapene har et utstrakt samarbeid med TVNorge. De videreformidler TVNorges programmer, via sine egne transmisjonssystemer, store deler av sendetiden. TVNorge betaler avhengig av distribusjonen. Stasjonene har i tillegg avtaler om salg av programmer til TVNorge. I tillegg sender de egne lokale programmer i deler av sendetiden, med lokal reklame. Til sammen danner dette det finansielle grunnlaget for driften. I tillegg har enkelte stasjoner andre inntekter, blant annet fra spill og tekst-tv.

Det viktigste annonsegrunnlaget er større regionale annonsører. Disse har til nå i det alt vesentlige brukt trykte medier, og det tar tid å omstille til bruk av levende bilder. Disse annonsørene er også uvant med å betale for reklameproduksjon, som tradisjonelt har vært utført av avisenes produksjonsavdelinger. Derfor tar det tid å selge inn bruk av lokal-tv. Interessen er imidlertid økende.

En del av A-pressens lokal-tv-strategi er samarbeid med avisene i regionen. Dette gjelder blant annet reklamesalg, promotering, redaksjonelt samarbeid og felles administrative avdelinger. Dette potensialet er til nå lite utnyttet.

Tabell 5.9 Økonomiske hovedtall for lokal-tv

(NOK mill)	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996
Reklameinntekter			13,2	0,1
Andre inntekter			25,3	1,5
Totale driftsinntekter	33,8	23,0	38,5	1,6
Materialkostnader			-5,5	-0,2
Personalkostnader			-24,8	-6,0
Andre driftskostnader			-17,7	-4,1
Avskrivninger			-6,1	-0,9
Tap på fordringer			-0,3	0,0
Totale driftskostnader	-42,5	-34,4	-54,4	-11,3
Driftsresultat	-8,7	-11,4	-16,0	-9,6

Kilde: A-pressen. Splitt på inntekt- og kostnadskomponenter finnes ikke for delårsrapportering.

Nyhetskanalen

Den største enkeltsatsingen til konsernet innen lokal-tv har vært Nyhetskanalen i Oslo. Selskapet ble avvirket i februar 1998. A-pressen var initiativtaker til prosjektet. Kanalen skulle bli en

oppdatert nyhetskanal for Oslo-området, i tillegg til at den skulle levere daglige nyhetsendinger til TVNorge. A-pressen investerte i alt NOK 24 millioner i kanalen. Det ville vært behov for endret programprofil og betydelig oppkapitalisering av Nyhetskanalen dersom driften skulle fortsatt. Selskapets styre fant at det ikke var grunnlag for videre drift, og begjærte oppbud i februar 1998.

Investeringen på NOK 24 millioner er i sin helhet kostnadsført som tap i regnskapet i 1997.

Bostyrer forhandlet under bobehandlingen frem en akkordløsning med kreditorene samtidig som nye eiere stilte ny kapital til disposisjon. Nyhetskanalen unngikk dermed konkurs. Nyhetskanalen har senere skiftet navn til NYTV ASA, og majoritetsseier i selskapet er TV Huset AS. A-pressen har ikke skutt inn ny kapital i forbindelse med refinansieringen, og eierandelen er dermed redusert til 20 prosent.

A-pressen har besluttet ikke å delta i en videre oppkapitalisering av NYTV og vil dermed heller ikke ha noen fremtredende rolle i en videreutvikling av selskapet.

5.3.3 Øvrig tv-virksomhet

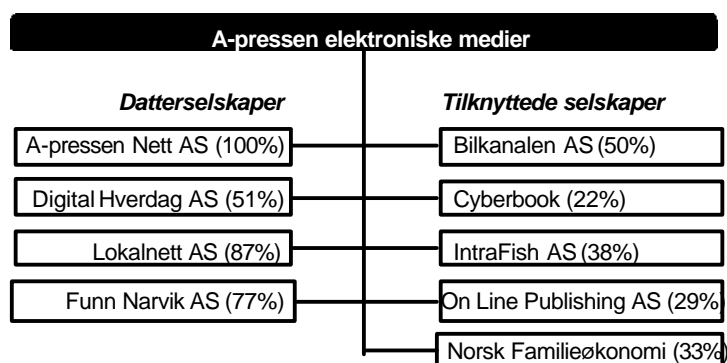
A-pressen har beskjedne posisjoner i andre deler av verdikjeden innen tv-virksomhet enn drift av kanaler. Konsernet vil også fremover følge en forsiktig strategi på dette området.

Per i dag har konsernet eierinteresser i to selskaper som produserer programmer; TMM Produksjon og TV Huset Telemark, og tre selskaper innenfor reklameproduksjon; AdExchange Norden AS, Small Film AS og Film Companiet AS. Disse tre selskapene er i en oppstartfase.

5.4 Elektroniske medier

Forretningsområdet er under utvikling, og inneholder for øyeblikket fire datterselskaper i tillegg til flere tilknyttede selskaper.

Figur 5.4 Selskaper i forretningsområdet elektroniske medier



Kilde: A-pressen, prosenttallene er konsernets eierandel i selskapene

Datterselskapene er:

A-pressen Nett AS	Selskapet samler A-pressens nettavisprosjekter. For tiden er 12 av avisene med egne nettutgaver en del av prosjektet.
Digital Hverdag AS	Er et konsultentselskap som utvikler internett-løsninger for det profesjonelle marked.
Lokalnett AS	Er et konsultentselskap som leverer internett-løsninger til det offentlige.
FUNN Narvik AS	Selskapet leverer konsulenttenester på det tekniske området.

Fusjonsavtale Digital Hverdag og New Media Science

Det er inngått en intensjonsavtale om fusjon mellom Digital Hverdag AS og New Media Science Multimedia ASA (NMS). NMS var det første selskapet som markerte seg i markedet for multimedia i Norge, og har siden ledet an i utviklingen som det største selskapet.

Den endelige fusjonsavtale forventes å foreligge etter gjennomført due diligence i månedsskiftet oktober/november. Fusjonen forventes gjennomført med regnskapsmessig virkning fra 1.1.1998. Det fusjonerte selskapet vil i 1998 få en forventet omsetning på ca. NOK 55 millioner, med et resultat på ca. NOK 5 millioner. Selskapet vil ha ca. 80 ansatte. Det er p.t. ikke fastsatt noe nytt firma for det fusjonerte selskapet. A-pressens eierandel i det fusjonerte selskapet antas å bli mellom 20,4 prosent og 23,6 prosent, dette er imidlertid avhengig av den endelige fusjonsavtale.

Tabell 5.10 Økonomiske hovedtall for elektroniske medier

(NOK mill)	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996
Totale driftsinntekter	13,8	10,4	13,8	1,4
Materialkostnader			-2,7	-0,2
Personalkostnader			-6,4	-1,3
Andre driftskostnader			-5,2	-1,0
Avskrivninger			-1,1	-0,1
Tap på fordringer			-0,2	0,0
Totale driftskostnader	-17,8	-10,6	-15,5	-2,5
Driftsresultat	-4,0	-0,2	-1,7	-1,1

Kilde: A-pressen. Splitt på inntekt- og kostnadskomponenter finnes ikke for delårsrapportering.

De økonomiske resultater bærer preg av investeringer i markedsposisjon, samt forskning og utvikling. Det stilles over tid samme krav til avkastning for de elektroniske mediene som til øvrig virksomhet. Lønnsom drift og mulighet for avkastning må derfor sannsynliggjøres ytterligere, før investeringene i området eventuelt trappes opp.

5.5 Andre forretningsområder

5.5.1 A-pressen Eastern Europe AS

A-pressen Eastern Europe AS (AEE) ledes av administrerende direktør Reidar K. Karlsen, som har hatt resultatansvar for deler av konsernets avisvirksomhet siden 1992. Selskapet eies 65 prosent av A-pressen ASA. Resterende eies av European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) og EBRDs regionale fond Nordic Russian Management Company Ltd (NORUM). Bak NORUM står nordiske finansinstitusjoner, blant annet SND og DnB.

AEE vil være største aksjonær i de russiske selskapene. EBRD/NORUM og de russiske partnere vil være de øvrige kapitalinnskytere.

A-pressen har siden 1994 hatt en viss oppmerksomhet mot Russland. I 1996 investerte A-pressen i det statside trykkeriet i Murmansk. Prosjektet har vært vellykket, og gitt verdifulle erfaringer og gode kontakter med russiske medieaktører.

I mai 1998 ble det inngått en rammeavtale om et bredt samarbeid med mediekonsernet Komsomolskaya Pravda-Group To-day (KP-GS). Konsernet utgir Russlands ledende dagsavis, den liberale Komsomolskaya Pravda (hverdagsopplag cirka NOK 1,5 millioner), og har siden privatiseringen av avisen bygget opp en flersidig medievirksomhet og til dels store regionale organisasjoner.

Disse har hatt en sterk utvikling i takt med utviklingen i russisk økonomi og veksten i reklamemarkedet, og fremstår som dynamiske, markedsorienterte og med høy kompetanse.

Rammeavtalen er basert på gjensidighet i forpliktelser og risiko, og forutsetter relativt kort tilbakebetalingstid på trykkeriprojektene. Avisprosjektene må sees i et strategisk og mer langsiktig avkastningsmessig perspektiv.

Den ustabile politiske og økonomiske situasjon i Russland påvirker både de russiske partnernes evne til å delta med kapital, og A-pressens krav til sikkerhet og kontroll med investeringene. Utviklingen vil derfor måtte følges nøye, og investeringene utløses trinnvis, dog avpasset behovet for tidlig posisjonering og konkurransesituasjonen i de enkelte delmarkeder. AEE har pr. prospektdato ikke foretatt vesentlige investeringer i Russland.

5.5.2 A-pressen Eiendom AS

A-pressen Eiendom AS ble etablert den 1. september 1998. Selskapet eier ved oppstart ingen eiendommer, men bidrar med kompetanse og ressurser i forvaltningen av konsernets eiendommer gjennom de lokale eierne.

Selskapet skal medvirke til at eiendomsmassen til enhver tid fremstår som hensiktsmessig og tilpasset virksomheten, samt at eiendomsmassen til enhver tid er godt vedlikeholdt. Bygg som ikke benyttes til egen virksomhet vil bli solgt.

A-pressen eier 38 bygg med et samlet areal på cirka 90 000 m². Utleie til andre leietakere enn egne datterselskap utgjør cirka 22 000 m². Byggene er fordelt over hele Norge med en konsentrasjon i Østlandsområdet.

6. Markedsforhold og konkurransesituasjon

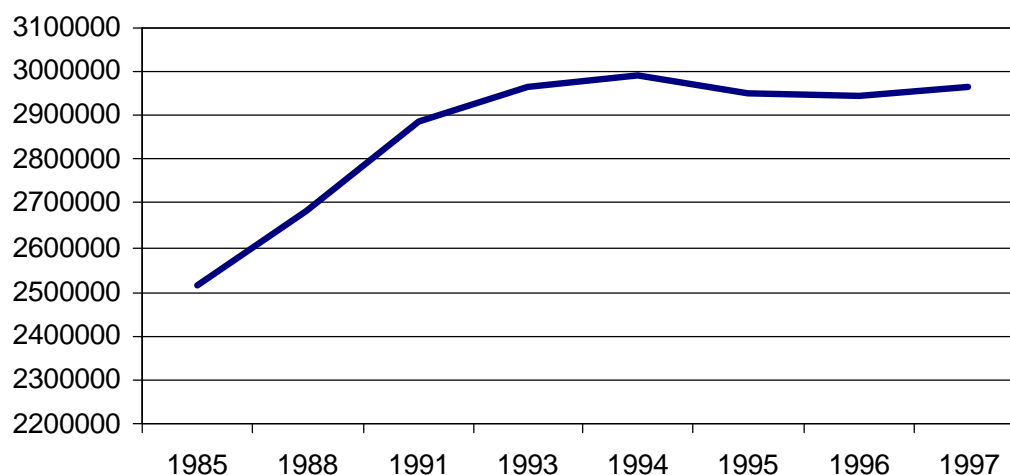
6.1 Avis og trykkmarkedet

Lesermarkedet for aviser

Nordmenn er verdens mest avislesende folk. I gjennomsnitt leser hver voksne person 1,7 aviser per dag. På en tilfeldig valgt dag vil kun ti prosent av den voksne befolkning ikke ha lest en avis. 36 prosent vil ha lest en avis, 34 prosent vil ha lest to og 19 prosent vil ha lest mer enn tre aviser. Dette viser ferske tall fra Norsk Mediebarometer.

Den store interessen for aviser har vært stabil de seneste årene. Litt enkelt kan man si at stort sett alle leser aviser, uansett alder, bosted eller sosial og økonomisk status. I 1997 steg totalopplaget for norske aviser, og lesertallene viste en samlet vekst på 300 000 lesere (+2,1 prosent).

Figur 6.1 Gjennomsnittlig dagsopplag for aviser i Norge

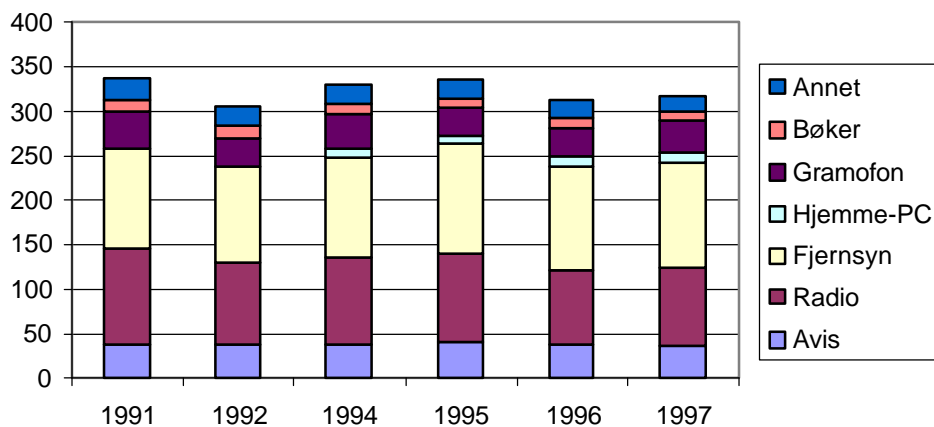


Kilde: NAL

Som følge blant annet av spredt bosetting og gode rammebetingelser blir det gitt ut et stort antall aviser i Norge. I 1972 ble det gitt ut 199 aviser her i landet, mens tallet i 1997 var økt til 220. Da er ikke gratisaviser regnet med.

Det totale mediekonsumet har vært noe økende de seneste årene, men fordelingen på ulike medier har vært relativt konstant.

Figur 6.2 Daglig tidsbruk i minutter



Kilde: Norsk Mediebarometer

Konkurransesituasjonen i lesermarkedet

Lokalavisen er den foretrukne avis i konkurranse med andre avistyper. Undersøkelser av folks avisvalg på hverdager (Norsk Mediebarometer 1996) viser at leseren klart foretrekker den ledende lokale dagsavisen eller den ledende lokale storbyavisen. Ved kjøp av to aviser kommer en løssalgsavis eller en annen lokalavis / storbyavis i tillegg.

A-pressens 36 ledende lokalaviser er ikke uten konkurranse i sine markeder, men konkurransebildet er ulikt fra avis til avis. Flere steder er A-pressens ledende avis utfordret av en mindre, lokal konkurrent i hele eller deler av sitt marked. Andre steder opptrer den ledende regionavisen aggressivt, mens tabloidavisene Verdens Gang og Dagbladet i stigende grad konkurrerer i de lokale lesermarkedene. Begge avisene trykker nå deler av opplaget utenfor Oslo. Det betyr at Verdens Gang og Dagbladet er i aviskioskene rundt om i landet langt tidligere enn før. På den måten er de et reelt valg for folk som kjøper avis på vei til jobb, i første omgang i konkurranse med lokalavisens løssalgsandel.

Lokalavisens viktigste kort i konkurransen med tabloidavisene og regionavisene er nærhet til markedet. I innhold, språk og form lever og ånder lokalavisen for og med leserne i sitt område. Vinner fotballaget jubler avisen med bygda, og rammes bygda av en ulykke sørger avisen sammen med sine lesere. Aviser som dekker et større marked, en region eller hele landet, må ta hensyn til lesere utenfor byen eller bygda i sin dekning av de samme hendelsene. "Vi fødes og dør i lokalavisen", er en annen måte å uttrykke lokalavisens ekteskap med sitt marked og sine lesere på.

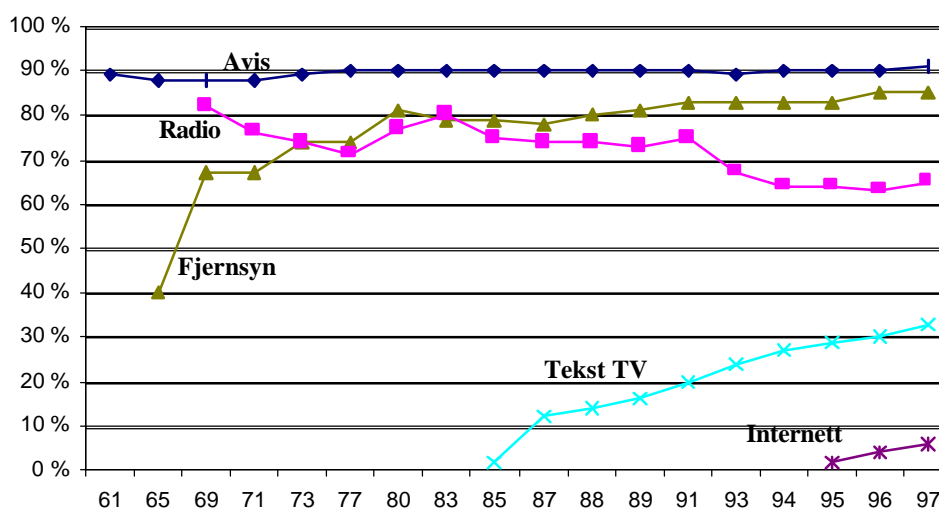
Fremvekst av lokale gratisaviser kan gi lokalavisene større konkurranse både i leser- og reklamemarkedet. De to avisene Demokraten i Fredrikstad og Moss Dagblad er i en særstilling. De er nummer 2-aviser som møter hard konkurranse fra sine konkurrenter. Fredrikstad Blad og Moss Avis er begge ledende lokalaviser i sine markeder.

Også Storbyavisene er hardt utsatt for konkurranse, først og fremst fra sine ledende lokale konkurrenter Stavanger Aftenblad, Bergens Tidende, Drammens Tidende og Aftenposten. For få konsumenter har Rogalands Avis, Bergensavisen, Fremtiden og Dagsavisen som sitt førstevalg. Disse avisene er dermed utsatt for å utkonkurreres av tabloidaviser, regionaviser eller andre medier.

Konkurransen fra substituerende medier

I løpet av 1990-tallet har tilbudet av medier økt betydelig. Vi har fått et stort antall kommersielle radiokanaler, nye tv-kanaler, og de seneste årene også et variert tilbud gjennom internett. Tilfanget på nyheter er dermed økt kraftig, og konsumenten har både frihet til å velge, samt mange alternativer å velge blant. Dette har skapt en kamp om folks tid og oppmerksomhet. Foreløpig har dette ikke slått nevneverdig negativt ut for avisconsumet. Avisens innarbeidede posisjon, enkle brukergrensesnitt, fyldige innhold og håndterbare format har gjort at folk fortsatt leser sine aviser. Det man imidlertid aner konturene av er at internett stjeler noe tid fra tv, mens tv-kanalenes økte fokus på samtidig formidling av hendelsesnyheter kan ha fortrenget etterspørselen etter riksdekkende tabloidaviser noe. Lokalavisene synes ikke å fortrenkes av de nye medier, hvilket trolig skyldes at de med sitt lokale fokus, ikke erstattes av verken tv eller internett. Oppslutningen om de ulike medier viser at aviser ikke har fått redusert oppslutning, til tross for at befolkningen også velger andre mediekkanaler.

Figur 6.3 Daglig oppslutning i Norge



Kilde: Norsk Gallup

Annonsemarkedet for aviser

Annonsemarkedet for aviser kan grovt deles i profilerende merkevareannonser, profilerende og kjøpsutløsende detaljistannonser, samt kjøpsutløsende rubrikkannonser. Det totale markedets størrelse er anslått til NOK seks milliarder i 1997. Markedet har i gjennomsnitt vokst åtte prosent årlig de seneste fire årene, etter en nedgang ved inngangen til 90-årene. Annonsevolumet svinger med den generelle utviklingen i norsk økonomi. Gitt at veksten i norsk økonomi reduseres i nær fremtid, kan annonseveksten avta, eller endog bli negativ.

Annonseinntektene er A-pressens viktigste inntektskilde og står for drøyt 44 prosent av driftsinntektene. A-pressens datterselskaper omsatte annonser for NOK 979 millioner i 1997, noe som utgjør drøyt 16 prosent av totalmarkedet. A-pressens utvikling siden 1994 har vært identisk med øvrig presse.

Konkurransesituasjonen i annonsemarkedet

Konkurransen fra andre aviser

Konkurransesituasjonen på annonsemarkedet styres av posisjonen i lesermarkedet, og er høyst ulik for ulike aviser i A-pressen. Annonserer foretrekker å annonsere i den ledende avis i nedslagsfeltet for annonsekampanjen. Den avis som er markedsleder i lesermarkedet vil ha en enda sterkere stilling i annonsemarkedet. A-pressens ledende lokalaviser, med sine høye

lesertall, har derfor en svært sterk stilling, særlig på detaljhandelsannonser. Storbyavisene har en svakere stilling, og brukes ofte som en supplerende kanal for å dekke konsumenter som ikke fanger opp hovedannonseringen i nummer 1-avisene. Storbyavisene merker også at en rekke annonsører velger å rykke inn sine annonser kun i den ledende avisen i lokalmarkedet.

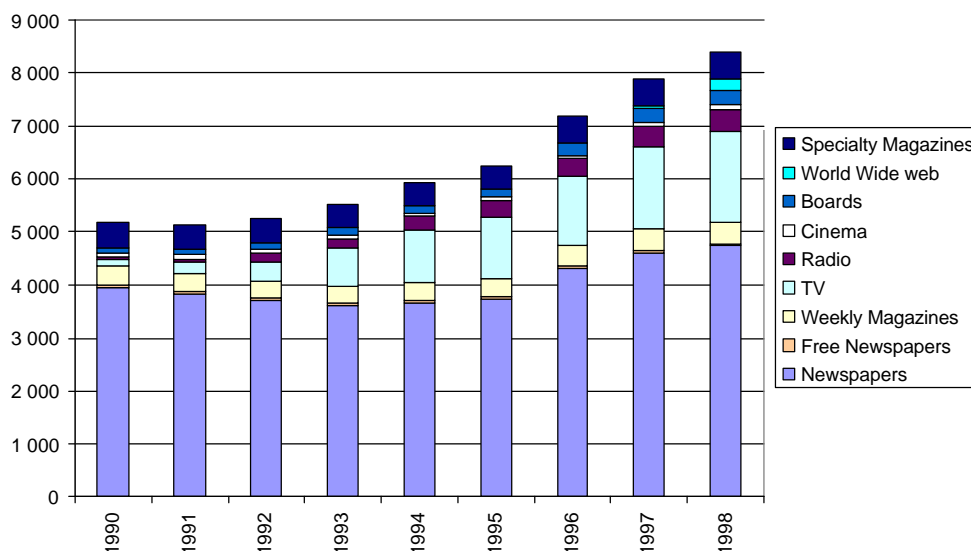
I de siste årene har løssalgssavisene Verdens Gang og Dagbladet intensivert sin innsats i annonsemarkedet. Begge avisene har økt i annonsevolum og omsetning, særlig på merkevareriden. Det samme har nisjeavisene Dagens Næringsliv og Finansavisen.

Konkurranse fra substituerende annonsebærere

Merkevareannonseringen har åpenbart substitutter i form av tv, radio, plakater og kinoreklame. Disse mediene har ofte best dekning, og merkevarebyggingen kan dra fordel av mediens suggererende egenskaper. Detaljhandelsannonseringen har færre substitutter. Fordi denne typen annonser ofte formidler et begrenset tilbud knyttet til en bestemt butikk, er det behov for avisenes tette dekning i geografiske områder. Kun DM er et reelt substitutt, unntatt for de store kjedene som kjører landsdekkende kampanjer. Disse bruker i større grad også tv og radio. Rubrikkmarkedet angripes av flere nettprodukter. Det gjelder først og fremst områdene Stilling ledig, Eiendom og Bil.

Det finnes ingen autoritativ oversikt over det norske reklamemarkedet. De følgende tall må derfor brukes som en indikasjon på størrelsesnivået på de ulike reklamebærere.

Figur 6.4 Totalt reklamemarked i Norge



Kilde: Carat Media, BI, Norsk Reklamestatistikk, årsrapporter

Pressestøtte

Hovedmålene for pressepolitikken er formulert slik:

- bidra til et fortsatt høyt avisforbruk
- bidra til at det kan utkomme aviser på flest mulig steder hvor det er grunnlag for det
- bidra til at det kan utgis riksspredte meningsbærende aviser
- bidra til lokal avisforbruk på flest mulig steder

Dette er de viktigste virkemidlene: Momsfritak for aviser, pressestøtte til spesielt konkurranseutsatte aviser, lav avisporto, samt offentlig annonsering spredt slik at leserne ikke tvinges til spesielle avisvalg.

Momsfritaket er en indirekte støtteform som tilgodeser aviser generelt, og utgjør snaut NOK en milliard kroner i bortfall av statlige inntekter ut fra dagens momsnivå.

Pressestøtten er en direkte støtte som tar hensyn til markedssituasjonen for hver enkelt avis. Denne støtten vil utgjøre NOK 188 millioner i 1998, mot NOK 202 millioner i 1997. Aviser i A-pressen mottok i 1997 vel NOK 98 millioner i pressestøtte. I 1997 utgjorde den statlige annonseringen i norske aviser NOK 35 millioner.

Aviser som kan få pressestøtte er små alene-/nummer 1-aviser (opplag mellom 1 000 og 6 000), sterkt konkurranseutsatte nummer 2-aviser og riksspredte meningsbærende aviser. Nummer 1/aleneaviser får faste satser som stiger trinnvis etter utgivelsesfrekvens. Nummer 2-aviser får tilskuddet beregnet i forhold til opplag og antall utgivelser per år. Nummer 2-aviser i storbyene (Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger) får en høyere sats (sats I) enn øvrige nummer 2-aviser. De riksspredte meningsbærende avisene får sats I, samt et ekstra tillegg.

Den totale pressestøtten i Norge bestemmes i statsbudsjettet. Fordelingen av pressestøtten bestemmes av de realiserte opplagstall for de støtteberettigede aviser. For A-pressen er det dermed usikkerhet knyttet både til politiske beslutninger, og andre avisers prestasjoner.

Trykkerimarkedet

Markedet for rotasjonstrykk i Norge preges først og fremst av at de store avisaktørene Schibsted, A-pressen og Orkla produserer egne aviser i egne trykkeriselskaper. I tillegg har aktørene ulike ambisjoner om å konkurrere i det øvrige markedet; trykk av andre dagsaviser og siviltrykk. Det foreligger ingen autorisert beskrivelse av det totale trykkerimarkedets størrelse i Norge. Siviltrykkmarkedet antas å utgjøre drøyt NOK 1,2 milliarder per år. Innen siviltrykk dominerer aviser og trykksaker for kjøpesentra og butikkjeder, samt aviser, trykksaker og publikasjoner for organisasjoner, foreninger og lag.

Både innen avis- og siviltrykkmarkedet har kravet til kvalitet, pris, volum og hurtighet økt merkbart. Avisene opplever økt etterspørsel etter fargeannonser fra sine kunder. Dette krever økt kapasitet til å trykke fargeannonser i trykkeriene og økte krav til trykkkvaliteten på annonsene. Effektive pakkerier er en annen konkurransefaktor. Mulighetene for innstikk, segmentering og selektiv adressering gir økt konkurransekraft.

I siviltrykkmarkedet er det i tillegg en tendens til å etterspørre stadig bedre papirkvalitet (glanset papir) og utfallende trykk. På Østlandet krever den harde konkurransen mellom kjøpesentra og butikkjeder stadig større opplag på oppdragene og økende krav til hurtig levering. MØT er rustet til å møte de nye kravene fra kundene.

Markeder utenfor Norge kan være interessant over tid, det samme gjelder "norske" trykkeoppdrag plassert i utenlandske trykkerier. Norske kunder plasserer årlig oppdrag for anslagsvis NOK 600 millioner i utlandet.

Den altoverveiende del av A-pressens trykkerivirksomhet består i å trykke egne aviser så kostnadseffektivt som mulig. I tillegg opererer de fleste selskapene i sine lokale siviltrykkmarkeder. Media Øst Trykk ønsker å vinne betydelige markedsandeler i dette markedet.

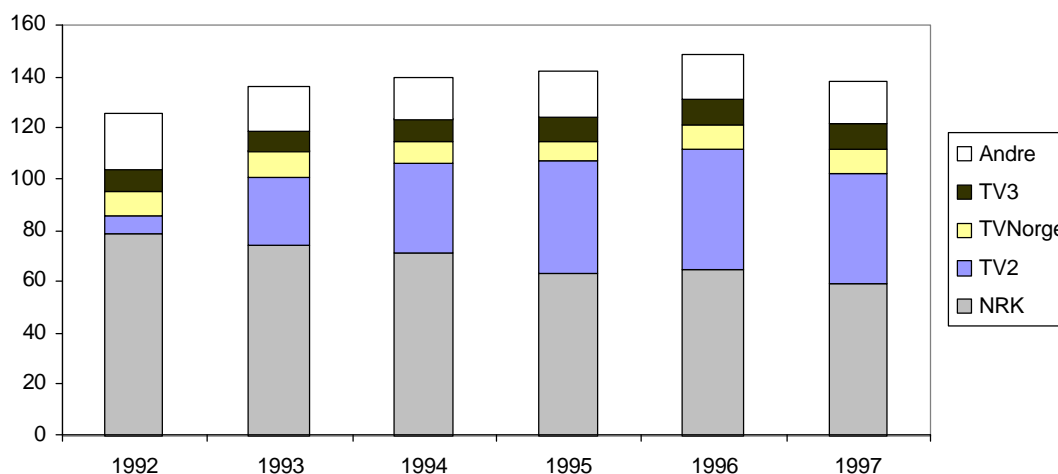
6.2 TV-markedet

Seermarkedet

Riksmarkedet

Frem til 1981 var seermarkedet svært enkelt. Det fantes kun en tv-kanal i Norge, NRK. De som bodde nær Sverige klarte også å ta inn de to svenske kanalene, men dette utgjorde en liten andel av tv-konsumet. Etter stortingsvalget i 1981 dannet Kåre Willoch en ren Høyre-regjering med Lars Roar Langslet som kulturminister. Langslet åpnet omtrent umiddelbart eteren, i den forstand at regjeringen tillot forsøk med lokal-tv, nærradio og tv-sendinger distribuert via satellitt. Utover på 80-tallet skjedde det en gradvis økning av kanaltilbudet. Vi fikk de utenlandske Sky og Super, de første norske lokal-tv-kanalene, TV Norge ble etablert, TV 3 kom på norske skjermer i 1987 og TV 2 kom i 1992.

Figur 6.5 Daglig seerminutter



Kilde: NRK

De viktigste trendene i seermarkedet de seneste årene, er at folk ser noe mer på TV, og at TV 2 kaprer seere fra NRK. I det siste har også TV Norge og TV 3 tatt seerandeler fra NRK.

Hovedtyngden av tv-seeingen er konsentrert om de riksdekkende kanalene. Disse kan deles i fire grupper:

De to store	NRK 1 og TV 2. Disse kanalene er begge fullservice-kanaler med et bredt programtilbud, solid posisjon og betydelige seertall. Kanalene distribueres primært via bakkenett (også via satellitt) og kan mottas av henholdsvis 99,5 prosent og 95 prosent av befolkningen.
De to mellomstore	TVNorge og TV 3. Disse kanalene er mer underholdningspreget, sender lettere programmer og har moderat seeroppslutning. TV Norge distribueres via satellitt og lokal-tv stasjonenes bakkenett, og har en dekningsgrad på 81 prosent av befolkningen. TV 3 opererer fra London og distribueres via satellitt og bakkenett, og har en dekningsgrad på 60 prosent.
Den spesielle NRK 2	NRK 2 sender programmer for den sofistikerte tv-seer. Kanalen sender via satellitt og kabel, og kan kun tas inn av 60 prosent av befolkningen.
Resten	Denne gruppen inkluderer internasjonale kanaler og betal-tv. De internasjonale som CNN, Eurosport, Discovery TCC med flere, sender nisjeprogrammer. Betal-tv-kanalene er i første rekke reklamefrie filmkanaler som Filmnet og TV 1000. Disse kanalene kan bare mottas via satellitt eller kabel, og har en dekningsgrad på opptil 60 prosent av befolkningen, avhengig av om de kommer med i kanaltilbudet til kabelselskapene.

Lokalmarkedet

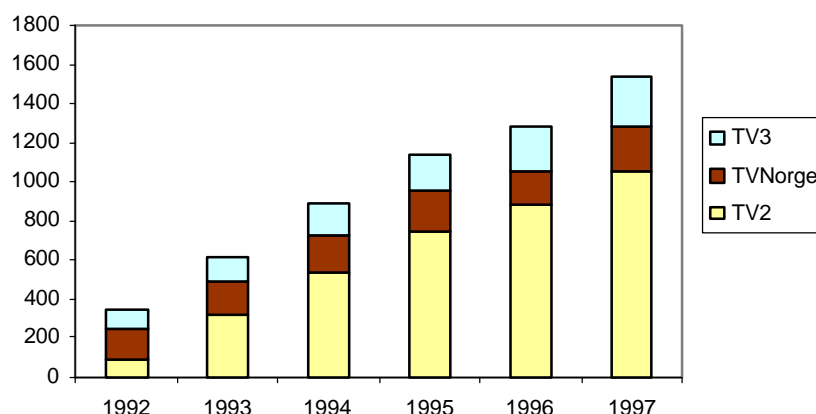
Det har pågått lokale tv-sendinger i Norge siden 1980, men først ved konsesjonstildelingen i 1995 ble markedet oppfattet som interessant av profesjonelle aktører. Da fikk næringen bedre rammevilkår, blant annet gjennom større konsesjonsområder. Lokal-tv er fortsatt preget av å være under utvikling, men i sum kan bransjen vise til stigende popularitet. I noen områder oppnår lokal-tv svært gode seertall på sine sendinger.

400 000 nordmenn så på lokal-tv en eller flere ganger i uka våren 1998, viser tall fra Norsk Gallup. Dette er en markert stigning fra tidligere målinger. TVØstfold har flest seere. I gjennomsnitt så vel 77 000 personer på TVØstfold minst en gang i uka i perioden april til juni i år. Dette tallet tilsvarer 38 prosent av befolkningen i området.

TVHordaland har nest høyest seertall med 74 175 seere, etterfulgt av TVTrøndelag med 60 026 seere.

Annonsørmarkedet

Reklamemarkedet for tv har hatt en eksplosiv utvikling i Norge etter at TV 2 kom på lufta i 1992. Reklamemarkedet, etter rabatter, er på mer enn NOK 1,5 milliarder i året. Veksten har vært svært sterk de seneste årene. Dette er i første rekke drevet av TV 2 som har økt produksjonen av reklameeksponering (GRP) betydelig. Men ikke bare volumet er økt, prisene per GRP er også økt betydelig, som følge av at etterspørselen har oversteget tilbudet i store deler av året.

Figur 6.6 Fordeling tv-reklame

Kilde: Årsrapporter

TV 2 har utviklet seg til å bli sentral i reklamemarkedet. Årsaken er igjen å finne i annonsørens tilbøyelighet til å velge den ledende kanalen for sin reklame. TV Norge har hatt en svak utvikling inntil 1996, men viser nå en stigende tendens som følge av økt distribusjon og samarbeidet med TV 2. Den eneste reelle konkurrent i øyeblikket er TV 3. Denne kanalen sender fra England, etter engelske reklameregler, hvilket gir dem visse fordeler i forhold til TV 2 og TV Norge. Etter engelske regler kan kanalen benytte reklameavbrudd i programmer, samt sende reklame rettet mot barn.

Markedet for reklame i lokal-tv er fortsatt lite utviklet. Det er flere årsaker til dette. Lokale annonsører må venns til et nytt medium, de færreste har ferdig produsert materiell liggende, kapasiteten for å produsere tilstrekkelig billige reklamespotter har vært begrenset og innsalget mot lokale annonsører har vært for svak.

6.3 Markedet for elektroniske medier

Markedet for bygging av infrastrukturen

Bruken av elektroniske medier har utviklet seg eksplosivt de siste årene. Til tross for at svært få har tjent penger på sine nettsatsinger, preges markedet av tunge investeringer. Mediebedrifter, finansinstitusjoner, offentlige etater og mange andre virksomheter er i ferd med å etablere egne nettprodukter. For de som bygger løsningene har det vært gode tider. Det har vært selgers marked med lite konkurranse.

Konsumentmarkedet

Markedet for innholdstjenester har vist seg å utvikle seg langsommere enn forventet. Betalingsvilligheten for å få tilgang til innhold er liten. Annonsevolumene er fortsatt små. 1998 og 1999 vil fortelle mye om internett og elektroniske medier slår igjennom i massemarkedet. Ikke minst blir dette avgjørende for utviklingen innen annonsemarkedet. Det er fortsatt et åpent spørsmål om det vil kunne bli lønnsomhet i brede massemarkedstjenester. Derimot ser det ut til at nisjetjenester som evner å dominere en veldefinert nisje vil kunne gå med overskudd.

7. Finansiell informasjon

7.1 Sammendrag av de viktigste regnskapsprinsipper

Generelt

Konsernregnskapet for A-pressen og Selskapets datterselskaper er avlagt i henhold til norsk regnskapslovgivning og god regnskapsskikk. Regnskapet bygger på de grunnleggende prinsipper om historisk kost, sammenstilling, fortsatt drift, kongruens og forsiktighet. Det er ikke foretatt endringer i konsernets regnskapsprinsipper eller i grupperingen av regnskapsposter per 31.08.98 i forhold til tidligere år. Ved kjøp og salg av datterselskaper og tilknyttede selskaper resultatføres disse i konsernregnskapet for den del av året de har vært henholdsvis del av eller tilknyttet konsernet.

Konsolidering av datterselskaper

Konsernregnskapet omfatter de selskaper der A-pressen har bestemmende innflytelse. Normalt vil dette være selskaper der A-pressen enten direkte eller indirekte via datterselskaper eier mer enn 50 prosent av de stemmeberettigede aksjene. Konsernregnskapet er utarbeidet etter oppkjøpsmetoden og viser konsernet som om det var en enhet. I konsernregnskapet er alle mellomværende og interne transaksjoner mellom selskaper innenfor konsernet eliminert.

Kostprisen på aksjer i datterselskap er eliminert mot egenkapitalen på oppkjøpstidspunktet. Merverdier utover den underliggende egenkapital i datterselskaper fordeles til de eiendeler som merverdien kan knyttes til. Den del av kostprisen som ikke kan tilskrives bestemte eiendeler representerer goodwill. Goodwill er inkludert i det konsoliderte regnskapet som en immateriell eiendel og avskrives lineært over antatt økonomisk levetid, dog med minst fem prosent per år. Bokført verdi av goodwill nedskrives dersom virkelig verdi er lavere og verdifallet ikke antas å være av forbigående art. I datterselskaper der A-pressen ikke eier 100 prosent av aksjene, er de øvrige aksjonærenes andel av egenkapitalen vist i balansen som minoritetsinteresser. Minoritetens andel av resultat etter skatt er vist på en egen linje i resultatregnskapet.

Tilknyttede selskaper

Eierandeler i selskaper der konsernet har betydelig innflytelse behandles etter egenkapitalmetoden, normalt vil dette være selskaper hvor konsernet eier mellom 20 og 50 prosent. Dette innebærer at konsernets andel av årets resultat etter skatt og avskrivning på eventuelle merverdier resultatføres på egen linje i resultatregnskapet. Behandlingen av merverdier i de tilknyttede selskapene gjennomføres etter samme prinsipper som for konsolidering av datterselskaper. I konsernbalansen står aksjer i tilknyttede selskaper oppført som anleggsmidler til opprinnelig kostpris med tillegg av akkumulerte resultatandeler og fradrag for utbytte.

Annonse-, løssalgs- og abonnementsinntekter

Annonseinntekter er redusert for avgitte rabatter. Avisabonnement faktureres forskuddsvis. Inntektsføring skjer på leveringstidspunktet ved salg av varer. Forskuddsbetalt abonnement er derfor periodisert i balansen som kortsiktig gjeld. Løssalgsinntekter er redusert for kostnader ved løssalgsretur. Salgsprovisjon av omsetningen er behandlet som andre kostnader.

Pressestøtte

Pressestøtte deles ut etter kriterier gitt i forskrift om produksjonstilskudd til dagsaviser av 7. november 1996, med senere endring av 17. februar 1997. Formålet er å fremme og opprettholde en differensiert presse i Norge. Hovedkriteriene for å motta pressestøtte er blant annet at avisene må ha en ansvarlig redaktør og inneholde nyhets- og aktualitetsstoff av dagspressekarakter. Pressestøtte gis til alle aviser med et opplag på mellom 1 000 og 6 000 eksemplarer, samt til aviser som ikke er størst på sitt utgiversted, dersom kriteriene i forskriftene

er oppfylt. Pressestøtteordningen administreres av Kulturdepartementet ved Statens Medieforvaltning. Avisene søker pressestøtte hvert år, og tildeling skjer med grunnlag i Stortingets bevilgning basert på de støtteberettigede avisenes opplag foregående år. Pressestøtten utbetales kvartalsvis og inntektsføres i sin helhet i det året pressestøtten mottas.

Prinsipper for kostnadsføring

Kostnadsføring skjer på det tidspunkt kostnaden er påløpt. Mottatte søksmål er kostnadsført hvis tapet kan kvantifiseres, og det er mer sannsynlig at tapet inntreffer enn at det ikke gjør det.

Vurdering av eiendeler og gjeld

Fordringer og gjeld knyttet til virksomhetens varekretsløp klassifiseres som henholdsvis omløpsmidler og kortsiktig gjeld. Eiendeler og gjeld som ikke er knyttet til varekretsløpet, klassifiseres som omløpsmidler og kortsiktig gjeld dersom de forfaller til betaling innen ett år etter tidspunktet for regnskapsavslutningen. Øvrige eiendeler og gjeld klassifiseres som henholdsvis anleggsmidler og langsiktig gjeld. Første års avdrag av langsiktig gjeld er klassifisert som langsiktig gjeld.

Kundefordringer

Kundefordringer er vurdert til pålydende per balansedato med fradrag for avsetning til fremtidige påregnelige tap.

Varebeholdning

Varebeholdningen består i hovedsak av papir med meget kort omløpshastighet. Denne beholdningen er vurdert til laveste verdi av kostpris og virkelig verdi. Det er gjort fradrag for ukurans.

Aksjer

Aksjer bestemt for varig eie føres i balansen som anleggsmidler og verdsettes til kostpris. Nedskrivning ved antatt varig verdifall foretas etter individuell vurdering av den enkelte investering.

Varige driftsmidler

Varige driftsmidler vurderes til historisk kost etter fradrag for bedriftsøkonomiske avskrivninger. Bedriftsøkonomiske avskrivninger er lineære og er fastsatt ut i fra en vurdering av de enkelte driftsmidlenes tekniske og økonomiske levetid.

Følgende avskrivningstid benyttes:

Goodwill avskrives over	5-20 år
Driftsløsøre avskrives over	3-15 år
Bygg og anlegg avskrives over	3-50 år

Under driftskostnader kostnadsføres direkte vedlikehold av driftsmidler, mens påkostninger eller forbedringer tillegges driftsmidlenes kostpris og avskrives i takt med disse.

Fortjeneste eller tap ved salg av anleggsmidler er beregnet som differansen mellom salgssum og bokført verdi. Fortjeneste er presentert under «andre driftsinntekter» og tap under «andre drifts- og administrasjonskostnader».

Skattekostnad

Skattekostnaden består av betalbar skatt og kostnadsføring av oppkjøpt utsatt skattefordel. Utsatt skatt og utsatt skattefordel er utlignet.

Pensjonsforhold

Pensjonskostnader og netto pensjonsforpliktelse er inkludert i resultatregnskapet og balansen i henhold til Foreløpig Norsk RegnskapsStandard. Pensjonsforpliktelsene beregnes systematisk over gjennomsnittlig gjenværende opptjeningstid. Beregninger er gjort på basis av de ansattes alder, tjenestetid og lønn, samt fremtidig regulering av lønn, diskonteringsrente, fremtidig avkastning på pensjonsmidler, aktuariemessige forutsetninger om dødelighet og frivillig avgang. Pensjonsmidler er vurdert til virkelig verdi.

Ved verdsettelse av pensjonsmidlene og påløpt forpliktelse benyttes estimater ved regnskapsavslutningen som korrigeres hvert år i samsvar med aktuariemessige beregninger.

Datterselskapene amortiserer avvik og estimat-/ planendringer i henhold til standardens utjevning metode. Dette medfører at akkumulert virkning som overstiger 10 prosent av den største verdien av pensjonsforpliktelsene og pensjonsmidlene resultatføres systematisk over gjennomsnittlig gjenværende opptjeningstid.

7.2 Finansielle hovedtall for konsernet A-pressen

7.2.1 Resultatregnskap

(Beløp i NOK 1 000)	1.1-31.8.98	1.1-31.8.97	1997	1996	1995
Driftsinntekter					
Opplagsinntekter	485 801	453 301	692 173	638 668	598 957
Annonseinntekter	671 635	607 857	979 130	862 196	776 552
Trykkeriinntekter	127 369	130 666	206 110	226 645	222 744
Offentlig støtte	59 634	62 737	98 428	99 354	96 402
Andre driftsinntekter	114 846	144 529	212 469	124 577	99 026
Sum driftsinntekter	1 459 285	1 399 090	2 188 310	1 951 440	1 793 681
Driftskostnader					
Vareforbruk	215 377	213 090	336 221	323 617	298 177
Lønn og andre personalkostnader	697 829	637 725	1 014 586	905 766	824 263
Andre drifts- og administrasjonskostnader	411 335	375 806	604 361	504 253	472 951
Ordinære avskrivninger	92 814	85 647	123 133	103 913	89 480
Tap på fordringer og garantier	2 594	4 702	6 961	11 099	12 376
Sum driftskostnader	1 419 949	1 316 970	2 085 262	1 848 648	1 697 247
Driftsresultat	39 336	82 120	103 048	102 792	96 434
Resultatandel tilknyttede selskaper	2 766	1 343	- 17 169	13 413	4 052
Finansposter					
Finansinntekter	5 459	5 597	9 388	17 027	14 553
Finanskostnader	- 32 229	- 32 270	- 49 703	- 42 035	- 24 209
Resultat av finansposter	- 26 770	- 26 673	- 40 315	- 25 008	- 9 656
Resultat før ekstraordinær inntekt	15 332	56 790	45 564	91 197	90 830
Ekstraordinær inntekt	0	0	0	0	10 000
Resultat før skattekostnad og minoritet	15 332	56 790	45 564	91 197	100 830
Skattekostnad	-4 194	-19 361	- 27 190	- 24 141	- 8 070
Minoritetens andel	-850	-852	-996	864	- 941
Periodens/ årets resultat	10 288	36 577	17 378	67 920	91 819

7.2.2 Balanse

(Beløp i 1 000 kroner)	31.08.98	31.08.97	31.12.97	31.12.96	31.12.95
Eiendeler					
Omløpsmidler					
Kontanter og bankinnskudd	128 805	160 880	148 695	253 576	211 939
Kundefordringer	179 231	180 914	204 834	184 135	173 950
Andre kortsiktige fordringer	65 221	82 352	47 880	45 039	25 309
Varebeholdning	12 185	17 269	17 152	18 358	18 347
Sum omløpsmidler	385 442	441 415	418 561	501 108	429 545
Anleggsmidler					
Aksjer i tilknyttede selskaper	578 529	602 098	594 836	396 698	369 630
Andre aksjer	18 073	20 287	16 484	35 907	11 177
Langsiktige fordringer	22 381	51 797	22 075	35 881	23 336
Goodwill	194 657	149 110	203 121	139 306	80 406
Maskiner og inventar	435 536	319 660	440 078	305 526	248 188
Bygninger, tomter og boliger	356 497	406 273	350 983	356 392	227 524
Sum anleggsmidler	1 605 673	1 549 225	1 627 577	1 269 710	960 261
Sum eiendeler	1 991 115	1 990 640	2 046 138	1 770 818	1 389 806
Gjeld og egenkapital					
Kortsiktig gjeld					
Leverandørgjeld	69 230	73 620	92 522	87 078	77 152
Kassekreditt	4 510	9 247	3 658	5 447	1 046
Skyldig mva, folketrygd, skattetrekk mm.	156 886	150 169	185 530	157 968	138 830
Betalbar skatt	18 331	32 885	23 851	19 755	8 070
Avsatt utbytte	525	304	7 693	9 436	8 467
Annen kortsiktig gjeld	205 186	194 347	245 000	203 047	180 473
Sum kortsiktig gjeld	454 668	460 572	558 254	482 731	414 038
Langsiktig gjeld					
Langsiktig gjeld	864 105	819 432	825 036	635 319	395 518
Ansvarlig lån	901	2 072	1 142	1 492	800
Netto pensjonsforpliktelser	22 790	43 243	26 716	40 608	46 532
Sum langsiktig gjeld	887 796	864 747	852 894	677 419	442 850
Minoritetsinteresser	32 312	28 560	30 454	15 978	9 338
Egenkapital					
Aksjekapital	144 254	144 044	144 044	144 044	142 522
Annen egenkapital	472 085	492 717	460 492	450 646	381 058
Sum egenkapital	616 339	636 761	604 536	594 690	523 580
Sum gjeld og egenkapital	1 991 115	1 990 640	2 046 138	1 770 818	1 389 806
Garantier	n.a.	n.a.	8 809	35 576	56 393
Pantesikret gjeld	n.a.	n.a.	122 547	620 824	365 719

7.2.3 Kommentarer til resultat og balanse pr. 31.08.98

Vedrørende verdi av TVNorge i TV 2's balanse

I forbindelse med at TV 2 kjøpte aksjene i TVNorge ble det aktivert en goodwill i TV 2 sine bøker, som pr. 31.08.98 representerte NOK 275 millioner. Vurderingen av goodwill skjedde på basis av en langsiktig strategisk vurdering av selskapet og dets posisjon. Denne goodwillen avskrives over 20 år.

Resultatutviklingen i TV Norge har vært svakere enn forventet i 1998. I uttalelsen vedrørende begrenset revisjon av TV 2 per 30.06.98 fra Arthur Andersen & Co. er det tatt forbehold om at revisjonen ikke har omfattet selskapets investering i TV Norge AS. Det kan derfor ikke utelukkes at det vil kunne skje en revurdering av denne posten i forbindelse med fastsettelsen av TV 2's årsoppgjør for 1998.

Utgiverrettigheter og goodwill

Det er enighet mellom Oslo Børs og A-pressen om reklassifisering av begrepet som i avisbransjen kalles for utgiverrettigheter. Forslaget innebærer at den delen av oppkjøpt merverdi/goodwill som er henførlig til utgiverrettigheter skal klassifiseres som varemerke. Dette er også den juridiske definisjonen.

A-pressen vil implementere dette i årsoppgjøret 1998. Dette medfører at konsernets balanse vil gi et mer riktig bilde av virksomheten og dermed bli mer informativ. Det vil bli foretatt en individuell vurdering av hvert oppkjøp. Avhengig av hvor stor del av A-pressens nåværende goodwill som skal klassifiseres som utgiverrettigheter, vil effekten for konsernets resultat på årsbasis bli en resultatforbedring i størrelsesorden 3,5-7,0 millioner kroner i reduserte avskrivninger.

Avtalefestet førtidspensjon (AFP)

Avtalefestet pensjon er en førtidspensjonsordning som ble etablert i forbindelse med lønnsforhandlingene mellom LO og NHO. Ordningen ble i 1997 forbedret for alle ansatte som omfattes av tariffavtalen.

AFP ordningen representerer en regnskapsmessig forpliktelse, og regnskapsføringen skal behandles i samsvar med Foreløpig Norsk RegnskapsStandard om pensjonskostnader. A-pressen har foretatt beregninger som viser at resultateffekten av AFP medfører en årlig økt pensjonskostnad på mellom 3 og 6 millioner kroner. Effekten av AFP for 1998 vil regnskapsmessig tas per 31.12.98. Dette begrunnes med at beregningene så langt er beheftet med usikkerhet, og derfor ikke tilstrekkelig konkretisert til å kunne tas inn i regnskapet per 31.08.98.

Regnskapsføringen av AFP-ordningen vil følge den foreløpige regnskapsstandardens samt uttalelser fra Oslo Børs.

7.2.4 Kontantstrøm

Konsernet benytter den indirekte modellen for presentasjon av kontantstrømpoppstilling i henhold til Foreløpig Norsk RegnskapsStandard for Kontantstrømpoppstilling. Den indirekte modellen viser kontantstrømmene brutto fra investerings- og finansieringsaktivitetene, mens det regnskapsmessige resultat avstemmes mot netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter.

(Beløp i 1 000 kroner)	1997	1996	1995
KONTANTSTRØMMER FRA OPERASJONELLE AKTIVITETER			
Resultat før skattekostnad og minoritet	45 564	91 197	100 830
Periodens betalte skatter	-21 848	-7 626	-5 757
Ordinære avskrivninger	123 133	103 913	89 480
Gevinst/ tap ved salg av anleggsmidler	-19 908	-10 496	-4 106
Gevinst/ tap ved tilknyttede selskaper	17 169	-13 413	-4 052
Endring i lager, debitorer og kreditorer	1 996	11 860	-6 974
Endring i andre tidsavgrensningsposter	-33 208	24 820	2 604
Poster klassifisert som investerings- eller finansieringsaktiviteter	14 023	5 970	-6 128
Netto kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter (a)	126 921	206 225	165 897
KONTANTSTRØMMER FRA INVESTERINGSAKTIVITETER			
Innbetaling ved salg av varige driftsmidler	45 922	12 165	9 233
Utbetaling ved kjøp av varige driftsmidler og goodwill	-280 478	-301 656	-194 728
Innbetalt ved salg av aksjer og andeler	110 451	13 408	0
Utbetaling ved kjøp av aksjer og andeler	-335 824	-46 789	-364 616
Innbetaling ved salg av andre investeringer	340	130	13 734
Utbetaling ved kjøp av andre investeringer	-584	-34 118	-2 988
Netto kontantstrøm fra investeringsaktiviteter (b)	-460 173	-356 860	-539 365
KONTANTSTRØMMER FRA FINANSIERINGSAKTIVITETER			
Innbetaling ved opptak av ny langsiktig gjeld	1) 687 163	258 754	474 717
Innbetaling ved opptak av ny kortsiktig gjeld	333	269	1 900
Utbetaling ved nedbetaling av langsiktig gjeld	1) -388 967	-38 170	-278 008
Utbetaling ved nedbetaling av kortsiktig gjeld	-1 490	-1 167	0
Nedgang/ økning kassekreditt	-35 796	4 401	372
Utbetaling av renter	-44 771	-29 263	-29 249
Innbetaling av egenkapital	589	5 746	221 216
Mottatt utbytte fra tilknyttede selskaper	20 746	0	0
Utbetaling av utbytte	-9 436	-8 298	-5 416
Netto kontantstrøm fra finansieringsaktiviteter (c)	228 371	192 272	385 532
Netto endring i likvider gjennom året (a+b+c)	-104 881	41 637	12 064
Likvidbeholdning 01.01.	253 576	211 939	199 875
Likvidbeholdning 31.12.	148 695	253 576	211 939

1) Konsernet har i 1997 byttet bankforbindelse og inngått avtale om langsiktig syndikert trekkfasilitet på NOK 750 millioner, hvorav NOK 670 millioner er trukket per 31.12.97. I tillegg er gjeld til tidligere långivere nedbetalt med NOK 389 millioner.

7.2.5 Nøkkeltall for konsernet

	1.1- 31.8.98	1.1- 31.8.97	1997	1996	1995
Driftsmargin	2,7%	5,9%	4,7%	5,3%	5,4%
Totalkapitalrentabilitet	n.a.	n.a.	5,0%	8,4%	10,5%
Egenkapitalrentabilitet	n.a.	n.a.	3,0%	11,7%	21,5%
Egenkapitalandel	32,6%	33,4%	31%	34,5%	38,3%
Bokført egenkapital per aksje (NOK)	85,5	88,4	83,9	82,6	73,5
Resultat per aksje etter e.o.p. (NOK)	1,4	5,1	2,4	9,5	21,0
Resultat per aksje før e.o.p. (NOK)	1,4	5,1	2,4	9,5	18,8
Utbytte per aksje (NOK)	n.a.	n.a.	1,0	1,2	1,1
Kontantstrøm per aksje (NOK)	12,4	15,1	20,0	24,6	39,3
Antall aksjer ved periodens/ årets slutt	7 212 688	7 202 210	7 202 210	7 202 210	7 126 110
Gjennomsnittlig antall aksjer	7 203 520	7 202 210	7 202 210	7 164 160	4 362 119

Driftsmargin: Driftsresultat / driftsinntekter

Totalkapitalrentabilitet: (Resultat før ekstraordinære poster + finanskostnader) / gjennomsnittlig total kapital

Egenkapitalrentabilitet: (Årets resultat + minoritetenes andel – ekstraordinære poster) / gjennomsnittlig Ek inkl. minoritetsinteresser

Egenkapitalandel: Egenkapital inkl. minoritetsinteresser / total kapital

Bokført EK per aksje: Bokført egenkapital / antall aksjer per 31.12

Resultat per aksje: Årets resultat – ekstraordinære poster / tidsveiet gjennomsnittlig antall aksjer

Kontantstrøm per aksje: (Årets resultat + ordinære avskrivninger – ekstraordinære poster + skattekostnad – betalbar skatt) / gjennomsnittlig antall aksjer

7.3 Styrets beretning per 2. tertial 1998 (avgitt 7. oktober 1998)

Konsernet fikk i 2. tertial et resultat før skatt på NOK 20,2 millioner, mot NOK 38,3 millioner i 1997. Driftsresultatet i 2. tertial ble på NOK 39 millioner, sammenlignet med NOK 67,7 millioner i 1997. Etter åtte måneder er resultatet før skatt på NOK 15,3 millioner, mot NOK 56,8 millioner i 1997. Resultatet inkluderer en nedskrivning i engasjementer i elektroniske medier med NOK 7,5 millioner. Endringene skyldes blant annet at salgsgevinster var med i fjorårets regnskap, samt at den negative utviklingen fortsetter for Storbyavisene i 2. tertial. Det arbeides nå med å redusere konsernets engasjement i flere av disse avisene.

Begivenheter

Per 1. september ble avisen Kvinnheringen på Husnes kjøpt, og vil inngå i regnskapet fra siste tertial. Avisen kommer ut tre ganger i uken og har et hverdagsopplag på 4 804 eksemplarer og en husstansdekning i Kvinnherad kommune på 73 prosent.

Styret har godkjent en avtale med styret i avisen Hadeland om å garantere for en rettet emisjon på NOK 5 millioner kroner som vil gi konsernet 25 prosent eierandel i avisselskapet. Samtidig vil eksisterende aksjonærer få et tilbud om å selge sine aksjer. Hadeland har et hverdagsopplag på 7 553 og kommer ut på Brandbu.

A-pressen har godkjent en intensjonsavtale om å slå sammen Internett-selskapene New Media Science AS og Digital Hverdag AS. A-pressen eier 51 prosent i sistnevnte selskap, og vil ha vel 20 prosent i det fusjonerte selskapet. Det nye selskapet blir en klar markedsleder innenfor norsk Internettbransje.

A-pressen har besluttet å investere i det russiske avis- og trykkerimarkedet sammen med Den Europeiske utviklingsbanken (EBRD). Investeringer i Russland vil skje i regi av selskapet A-pressen Eastern Europe AS (AEE), som eies 65 prosent av A-pressen ASA og 35 prosent av EBRD. Det arbeides med en rekke prosjekter, hvorav de første planlegges satt i drift primo 1999. Investeringene vil skje trinnvis. A-pressens andel av de planlagte

investeringene på NOK 40 millioner, vil for en stor del skje ved overførsel av trykkeriutstyr. I mai 1998 ble det inngått en rammeavtale om et bredt samarbeide mellom A-pressen ASA, mediekonsernet Komsomolskaya Pravda-Group To-day(KP-GS) og regionale russiske investorer, som også vil bidra med kapital i de planlagte prosjektene.

Økonomi

Konsernets omsetning er per 31. august NOK 1 459 millioner, som er 4,3 prosent høyere enn fjoråret. I 2. tertial er omsetningen på linje med fjoråret, noe som blant annet skyldes at salgsgevinster var inkludert i 1997. Den underliggende (direkte sammenlignbare selskaper) veksten i omsetningen, per 31. august, er på 1,5 prosent.

Konsernets samlede driftskostnader er per 31. august NOK 1 420 millioner, som er 7,8 prosent høyere enn ved samme tidspunkt i fjor. Den underliggende (direkte sammenlignbare selskaper) veksten i kostnadene, per 31. august, er på 4,3 prosent. Økningen i 2. tertial isolert, mot fjoråret, er på 4,3 prosent.

Konsernets resultatandel fra tilknyttede selskaper ble i 2. tertial negativt med NOK 3,9 millioner, sammenlignet med minus NOK 11 millioner i 1997. Tallene er ikke direkte sammenlignbare på grunn av at Nyhetskanalen var med i 2. tertial 1997, samt at konsernets eierandel i TV 2 ble økt gjennom 2. tertial i fjor.

Konsernresultatet etter åtte måneder er svakere enn ventet, noe styret finner skuffende.

Konsernets egenkapitalandel er fra utgangen av 1. tertial økt med 2,1 prosentpoeng til 32,6 prosent. Konsernets likviditetsreserve utgjør per 31. august NOK 190 millioner, mens netto rentebærende gjeld er NOK 740 millioner.

Avis

Innen forretningsområdet avis har Lokalavisene samlet sett en resultatfremgang, mens Storbyavisene fortsatt har en svak utvikling. Driftsresultatet for forretningsområdet avis ble NOK 46,0 millioner, som er 1,2 mill. kroner lavere enn i samme periode i fjor. Det samlede opplaget for avisene er økt med 0,9 prosent, noe som i sin helhet skyldes at opplaget i Dagsavisen er økt med vel 3 800, sammenlignet med i fjor. Dagsavisens økning er å nesten 10 prosent. For de øvrige avisene er det totalt sett små endringer.

LOKALAVIS

Lokalavisene økte driftsinntektene med 8,4 prosent til NOK 473,5 millioner og driftsresultatet økte 9,9 prosent til NOK 50,1 millioner, sammenlignet med 2. tertial i fjor. Veksten i annonseinntektene er fortsatt god, selv om den trolig avtar noe, samt at det er store regionale forskjeller. Annonseinntektene for Lokalavisene var i 2. tertial 9,3 prosent høyere, sammenlignet med 2. tertial i fjor. Den underliggende veksten (direkte sammenlignbare selskaper) er på 6,1 prosent.

STORBYAVISENE

For Storbyavisene er tilbakegangen i driftsresultatet på NOK 5,7 millioner for 2. tertial isolert, sammenlignet med fjoråret. Det akkumulerte underskuddet for Storbyavisene etter åtte måneder er NOK 15,3 millioner. Det er i første rekke satsingen i Dagsavisen, med blant annet utgivelse av søndagsavis, som bidrar til den negative utviklingen.

Omsetningen økte for Storbyavisene fra 2. tertial i fjor med 2,9 prosent til NOK 158,2 millioner. Annonseinntektene gikk frem med 3,5 prosent. Kostnadene steg med 6,6 prosent i 2. tertial, sammenlignet med fjoråret.

Bergensavisen, Dagsavisen, Fremtiden, Rogalands Avis og Telemarksavisa ble fra 1996 skilt ut i et eget underkonsern, Storbyavisene AS. Med unntak av Telemarksavisa (TA) er

opplagsavstanden til konkurrentene så stor, at det ikke er mulig å drive disse avisene uten betydelig direkte offentlig støtte. I de senere årene er den direkte støtten til disse avisene blitt vesentlig redusert. Selskapenes konkurransesituasjon skaper store styringsmessige vansker, fordi kostnadsbildet er uforutsigbart. Styret har med bakgrunn i disse forhold besluttet å redusere konsernets økonomiske interesser i disse avisene, med unntak av TA, som selges til A-pressen Avis og Trykk AS (heleid av A-pressen ASA).

Styret har videre besluttet en eiermessig atskillelse mellom Dagsavisen og A-pressen ASA. Dette vil senest bli gjort med regnskapsmessig virkning fra 1. januar 1999. Det arbeides med sikte på å overføre eierskapet til en egen stiftelse. For de øvrige tre avisene, Bergensavisen, Rogalands Avis og Fremtiden vil prosessen med endringer kunne ta noe lengre tid, men være avklart innen utgangen av første halvår 1999.

Trykk

Innen **forretningsområdet trykk** er nå arbeidet med å sanere trykkeriene på Østlandet slutført og all avisproduksjon er overført til Media Øst Trykk AS på Lillestrøm. Driftsresultatet for forretningsområdet ble for 2. tertial NOK 7,8 millioner, mot NOK 7,0 millioner i 1997. Det er i 2. tertial kostnadsført cirka NOK 3,5 millioner ved realisasjon av en presseinstallasjon.

Media Øst Trykk har kommet til forlik med leverandøren av pakkeriutstyret. Engangserstatningen utgjør NOK 4 millioner kroner, og er inntektsført i 2. tertial. I tillegg utbetaler leverandøren en ukentlig erstatning på 150 000 kroner inntil installasjonen anses levert.

Problemer i det nye trykkeriet øker driftskostnadene og reduserer fortsatt inntjeningen i forhold til ventet nivå. Dette danner grunnlag for erstatningskrav mot presseleverandøren.

Tv og elektroniske medier

TV 2 konsernet har et resultat etter skatt på NOK 55,7 millioner, som er 21,8 mill. kroner svakere enn samme periode i 1997. Resultatnedgangen skyldes i sin helhet underskudd i tilknyttede selskaper og nystartet virksomhet. Hovedkanalen utvikler seg fortsatt positivt, selv om kostnadene, særlig på rettigheter, er under betydelig press. Arbeidet med å utvikle TVNorges programprofil er vellykket, og vil medføre at tilgangen på kommersielle seere i Norge etter hvert vil øke. Det vil øke den samlede reklamekapasitet, og medvirke til en positiv resultatutvikling i TVNorge.

Flere av selskapene innen **lokal-tv** viser fortsatt resultatfremgang sammenlignet med fjoråret, selv om bidraget fra selskapene fremdeles er negativt. Konsernets målsetning om at disse selskapene skal gå i balanse i løpet av neste år ligger fast. Konsernet har i perioden overtatt aksjemajoriteten i TV Telemark.

Forretningsområdet elektroniske medier har så langt i 1998 et negativt driftsresultat på NOK 4,0 millioner. Den forsiktige satsningen på området fortsetter, men det vil fortløpende bli vurdert korreksjoner og endringer i strategien, etter hvert som markedet endrer seg. Fusjonen mellom Digital Hverdag og New Media Science vil gjøre det nye selskapet til den ledende norske aktør på sitt forretningsområde, og kunne danne grunnlaget for en internasjonal satsning.

Fremtidsutsikter

Avisopplaget er fortsatt stabilt, selv om bildet svinger noe fra avis til avis. Det er fortsatt ingen markedssignaler om redusert avislesning.

Annonseveksten i avis reduseres, og renteøkningen og uroen i finansmarkedene ventes å slå negativt ut på etterspørselen i 3. tertial, og antakelig også inn i 1999. Det kan ikke lenger utelukkes at annonseomsetningen vil bli redusert.

Også i år er det sterk vekst i annonseomsetningen i TV, og den ventes å fortsette også resten av året. På kort sikt belastes imidlertid TV 2's konsernresultat av underskuddet i TVNorge og i enkelte nystartede virksomheter. Samlet er det derfor grunn til å vente at TV 2-konsernets resultat blir noe svakere enn i 1997.

Styret har i konsernets strategiplan fastlagt som mål å bringe A-pressens lønnsomhet opp på nivå med sammenlignbare virksomheter. Den fremtidige inntektsutviklingen vil trolig ikke være slik at dette målet kan nås uten betydelige produktivetsforbedringer. Det er derfor en tid arbeidet med å kartlegge ressursbruken i avisene for å finne muligheter for effektiviseringer og strukturelle endringer. På kort sikt, til og med år 2000, er det satt som mål at konsernets aviser totalt sett ikke skal øke personalkostnadene, som i dag utgjør knapt halvparten av de totale driftskostnader. Det vil kreve en reduksjon i antall ansatte.

Styret er ikke fornøyd med resultatutviklingen i 1998, og året som helhet vil bli vesentlig svakere enn det som ble lagt til grunn i de økonomiske planene for året.

7.3.1 Hendelser etter avgivelse av styrets beretning per 2 tertial 1998

Det er inngått avtale om å overta 100 prosent av aksjene i selskapet Lofoten Kommunikasjon AS som eier avisen Lofot-Tidende, som gis ut i Leknes. Lofot-Tidende kommer ut to dager i uka, har et hverdagsopplag på 5 225 og kompletterer A-pressens sterke markedssamarbeid i Nord-Norge.

7.4 Kommentarer til resultat og balanseutvikling for treårsperioden 1995-97

Konsernets driftsmargin har i perioden blitt redusert fra 5,4 prosent i 1995 til 4,7 prosent i 1997. Dette skyldes blant annet en svekket økonomisk utvikling for Storbyavisene, samt at oppstartskostnader i forbindelse med lokal-tv er belastet regnskapene fortløpende.

Konsernets oppkjøp av virksomheter i perioden har medført at totalbalansen er øket fra NOK 1,4 milliarder til vel NOK 2,0 milliarder. Dette har også medført høyere finanskostnader i perioden.

Regnskapsåret 1997

Hovedtrekk. Konsernets resultat før ekstraordinære poster og skatt ble redusert fra NOK 91,2 millioner til NOK 45,6 millioner, noe som i første rekke skyldes tap på tilknyttede selskaper, herunder Nyhetskanalen Oslo ASA. Driftsresultatet for 1997 ble NOK 103 millioner, uendret fra 1996. Konsernets resultatandel fra TV 2 AS ble NOK 4,7 millioner, etter at goodwill avskrivninger på NOK 19 millioner er fratrukket.

Inntektsdrivere. Både opplags- og annonseinntektene viste i 1997 god fremgang sammenlignet med 1996. Den underliggende veksten fra 1996 er på henholdsvis 3,5 og 7,2 prosent. Som følge av sanering av ulønnsom trykkerivirksomhet har inntekter fra dette området falt med 9 prosent. Den underliggende veksten er imidlertid positiv, med 5,5 prosent.

Kostnadsdrivere. Av kostnadene til vareforbruk, på NOK 336,2 millioner, utgjør kostnader til papirkjøp NOK 157,7 millioner, mot NOK 178,5 millioner for 1996. Reduksjonen i papirkostnadene for 1997 ble dermed på 11,6 prosent.

I forbindelse med den strukturelle endringen som skjer på trykksiden i Media Øst, er regnskapet belastet med cirka NOK 15 millioner. Dette inkluderer både omstillingskostnader knyttet til avviklingen av trykkeriene på Skøyen, Kongsvinger og Sarpsborg, samt oppstarts-kostnader knyttet til det nye trykkeriet på Lillestrøm.

Dagsavisen Arbeiderbladet og Demokraten startet søndagsaviser i 1997. Etableringen av disse har belastet regnskapet med cirka NOK 7 millioner.

Totalt tap på Nyhetskanalen Oslo ASA (tilknyttet selskap) ble NOK 24 millioner. Dette inkluderer også tap som er oppstått i 1998 frem til avviklingen. I tillegg er regnskapet belastet med NOK 18 millioner relatert til andre engasjement innen lokal-tv, hvorav NOK 16 millioner utgjør konsoliderte selskaper.

Kapitalforhold. Konsernets kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter ble NOK 127 millioner, som er en nedgang på NOK 79 millioner sammenlignet med 1996. Reduksjonen i 1997 skyldes i det vesentlige endringer i tidsavgrensingsposter og økte skatter. A-pressen har i 1997 gjennomført nettoinvesteringer på til sammen NOK 460 millioner.

Konsernets likviditetsreserve, bestående av likvider og kortsiktige plasseringer, samt ubenyttede trekkrettigheter, utgjør per 31. desember NOK 265 millioner kroner, mens netto rentebærende gjeld er NOK 680 millioner kroner.

Regnskapsåret 1996

Hovedtrekk. Konsernets resultat før ekstraordinære poster og skatt for 1996 ble NOK 91 millioner kroner, som er uforandret fra 1995. Resultatet etter skatt viser imidlertid en svekkelse fra forrige år. Dette skyldes at konsernet nå er i skatteposisjon, samt at det i regnskapet for 1995 var ekstraordinære inntekter på NOK 10 millioner kroner. Konsernets resultatandel fra investeringen i TV 2 er på NOK 8,8 millioner kroner etter fradrag for goodwillavskrivninger.

Inntektsdrivere. Både opplags- og annonseinntektene viste i 1996 god fremgang sammenlignet med 1995. Trykkeriinntektene økte kun marginalt i 1996, på tross av oppkjøp. Den svake utviklingen innenfor dette området kan delvis forklares med sanering av ulønnsomme virksomheter, samt at Østlands-Postens Boktrykkeri har tapt betydelig omsetning. Andre driftsinntekter økte med 25,8 prosent fra 1995 til 1996. Veksten i inntektene skyldes blant annet økte distribusjonsinntekter, nye mindre virksomheter, og realisasjon av anleggsmidler.

Kostnadsdrivere. Av vareforbruket på NOK 323 millioner kroner, utgjør kostnader til papirkjøp NOK 178 millioner kroner, mot NOK 156 millioner kroner for 1995. Økningen i papirkostnadene for 1996 ble dermed på 14,2 prosent. Ved ett prosentpoengs endring i papirprisen vil konsernets nettokostnader til papir endre seg med cirka 1 million kroner. Papirprisen gikk ned med fem prosent fra 1. september 1996. I 1997 har den vært satt ned ytterligere to ganger, med tilsammen 14,9 prosent. Driften er belastet med NOK 8,4 millioner kroner som følge av oppstartskostnader på lokal-tv.

Kapitalforhold. Konsernets kontantstrøm fra driften ble NOK 206 millioner kroner, som er en økning på NOK 40 millioner kroner fra 1995. Økningen skyldes i det vesentlige bidrag fra nye virksomheter. A-pressen har i 1996 gjennomført investeringer i varige driftsmidler på NOK 375 millioner kroner.

Konsernets egenkapitalandel er 34,5 prosent per 31. desember 1996. Dette er lavere enn ved utgangen av 1995, men høyere enn før emisjonen samme år. Konsernets disponible likviditet, bestående av likvider og kortsiktige plasseringer, samt ubenyttede trekkrettigheter, utgjør per 31. desember NOK 479 millioner kroner, mens netto rentebærende gjeld er NOK 390 millioner kroner.

Regnskapsåret 1995

Hovedtrekk. A-pressen fikk en betydelig resultatfremgang fra 1994. Konsernets resultat før skatt økte med 61,6 prosent til NOK 100,8 millioner. Årets resultat etter skatt og minoritetsinteresser ble på NOK 91,8 millioner, som tilsvarer en økning på 56,5 prosent fra 1994. Resultatforbedringen skyldes i første rekke den positive utviklingen av annonse- og trykkeriinntektene, som er delvis konjunkturbestemt.

Inntektsdrivere. Konsernets driftsinntekter økte med 18,7 prosent til NOK 1 793,7 millioner. Driftsinntektene i ervervede virksomheter i 1995 (Lofotposten og Østlands-Posten) utgjorde cirka NOK 149 millioner.

Opplagsinntektene økte med NOK 57 millioner, eller 10,5 prosent (4,4 prosent justert for ervervet virksomhet), som viser at A-pressens aviser henter noe mer ut av abonnementsmarkedet enn den generelle prisøkningen. Annonseinntektene i 1995 ble på NOK 776,6 millioner, som tilsvarer en vekst på 17,8 prosent i forhold til 1994. Den underliggende veksten ble 9,9 prosent.

Konsernets eksterne driftsinntekter fra trykkerivirksomheten er stigende og ble på NOK 222,7 millioner, som tilsvarer en økning på 49,9 prosent. Trykkeriinntektene utgjør nå 12,4 prosent av konsernets totale driftsinntekter. Økningen skyldes stigningene i papirprisene, og at markedet for reklameaviser fortsatt er i vekst.

A-pressen hadde i 1995 en ekstraordinær inntekt på NOK 10 millioner. Inntekten skyldes en betinget fordring på Det norske Arbeiderparti (DNA) på NOK 10 millioner med tillegg av renter på 3,2 millioner. Fordringen har sin bakgrunn i at A-pressen i 1991 refinansierte Arbeiderbladet, hvor DNA var eneaksjonær. Etter refinansieringen ble A-pressen eneaksjonær. Det ble samtidig inngått avtale om at nedbetaling av fordringen skulle knyttes til et eventuelt salg av DNAs aksjer i A-pressen AS.

Kostnadsdrivere. Papirprisene økte kraftig i 1995. Prisene var ved årets utgang nesten 40 prosent høyere i forhold til ett år tidligere. I snitt steg prisene med 27,0 prosent gjennom året. 1. januar 1996 ble prisene ytterligere økt med 5,8 prosent, gjennom en årsavtale.

Konsernets papirkostnad steg med 61,2 prosent til NOK 158,9 millioner. Økningen skyldes i det vesentlige en kombinasjon av høyere priser og erverv av virksomheter. En del av økningen er kompensert av eksterne trykkerikunder gjennom høyere trykkeriinntekter.

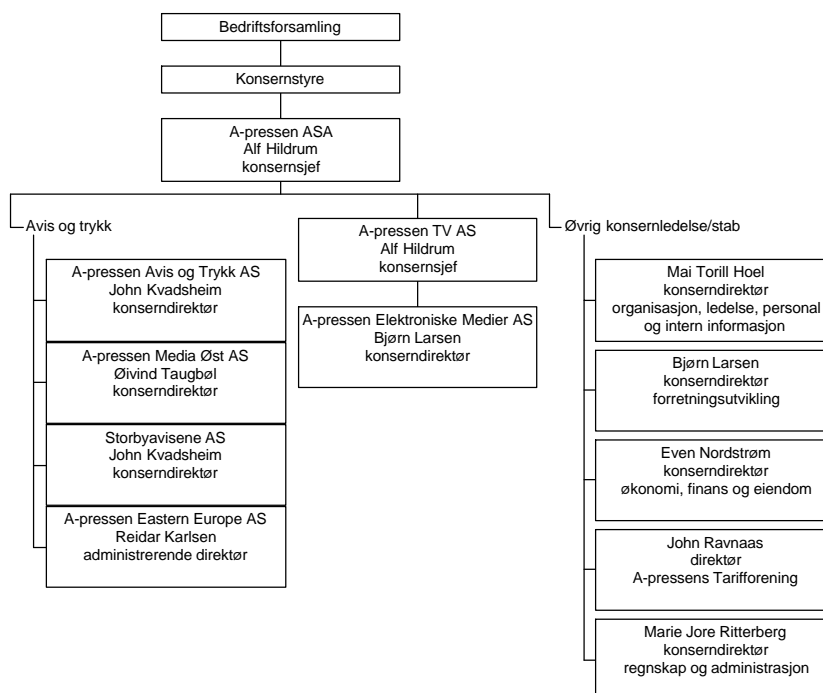
Personalkostnadene økte med NOK 107,8 millioner fra 1994 til 1995. Av denne økningen utgjør erverv av virksomhet NOK 54,3 millioner. Konsernets personalkostnader utgjorde i 1995 48,6 prosent av driftskostnadene, mot 49,8 prosent året før.

Kapitalforhold. Konsernets kontantstrøm fra driften ble NOK 165,9 millioner, som er en økning på NOK 41,8 millioner fra 1994. Økningen skyldes i det vesentlige resultatfremgang og bidrag fra nye virksomheter. A-pressen hadde i løpet av 1995 gjennomført investeringer i varige driftsmidler på NOK 312,1 millioner.

Konsernet hadde en disponibel likviditet, bestående av likvider og kortsiktige plasseringer, samt ubenyttede kommitterte trekkrettigheter på NOK 465 millioner per 31. desember 1995, mot NOK 309 millioner per 31. desember 1994.

8. Organisasjon, styre og ledelse

8.1 Konsernets organisering



Forretningsområdet avis og trykk i A-pressen bygger på en regional struktur og er styringsmessig delt i tilnærmet to like store enheter:

A-pressen Media Øst AS: Omfatter A-pressens selskaper og virksomhet i Østfold, Akershus/Romerike, Hedmark og Oppland. Media Øst AS er et juridisk underkonsern av A-pressen ASA med hovedkontor på Lillestrøm. Konsernet ledes av konserndirektør Øivind Taugbøl.

A-pressen Avis og Trykk AS: Omfatter A-pressens avis- og trykkerivirksomhet i de øvrige landsdelene, dvs. A-pressen Nord Norge, A-pressen Midt Norge, A-pressen Vestlandet og A-pressen Sør. A-pressen Avis og Trykk AS er under etablering og vil bli samlokalisert med A-pressen Media Øst på Lillestrøm. Selskapet ledes av konserndirektør John Kvadsheim. A-pressen Avis og Trykk AS er i dag ikke et juridisk underkonsern idet de enkelte datterselskapene eies direkte av A-pressen ASA.

Storbyavisene AS, som består av Dagsavisen, Bergensavisen, Telemarksavisa, Rogalands Avis og Fremtiden er administrativt knyttet til regionene.

Forretningsområdet tv ledes av konsernsjef Alf Hildrum. Styringsmessig blir konsernets eierposisjon i TV 2 fulgt opp gjennom styrerepresentasjon i selskapet. Alf Hildrum sitter i styret i TV 2. Lokal-tv-selskapene blir styringsmessig fulgt opp gjennom konsernets avisselskaper i de respektive områder.

Konsernets engasjementer innen **forretningsområdet elektroniske medier** er styringsmessig underlagt forretningsområdet tv.

8.2 Selskapets styre og ledergruppe

Styret og ledergruppen i A-pressen har den sammensetning som angitt nedenfor. Antall aksjer i parentes angir per 21. oktober 1998 antall aksjer i eget eie samt antall aksjer eiet av ektefelle, mindreårige barn og selskaper hvor vedkommende har slik innflytelse som nevnt i Aksjelovens §1-2.

Styresammensetning:

Jan Kr. Balstad (f. 1937), styrets leder, Nesoddtangen (0 aksjer)

Balstad er nestleder i LO. Han har vært styreleder i A-pressen siden 16. juni 1997. Øvrige sentrale styreverv omfatter: VÅR bank og forsikring, Statens Nærings- og Distriktsutviklingsfond (SND), FAFO, Norges forskningsråd, Det Europeiske Faglige Institutt (DEFI) og Nordens Faglige Samorganisasjon.

Terje Moe Gustavsen (f. 1954), styrets nestleder, Vestby (0 aksjer)

Gustavsen er utdannet i Postverket. Han er leder i LO Stat og har vært styremedlem i A-pressen siden 11. oktober 1994, og nestleder siden mars 1995. Øvrige sentrale styreverv omfatter Telenor, Norges forskningsråd og Statens Pensjonskasse.

Åshild M. Bendiktsen (f. 1945), styremedlem, Sjøvegan (0 aksjer)

Bendiktsen har økonomisk/administrativ utdanning fra Nordland Distrikthøyskole. Hun er økonomidirektør i Bendiktsen & Aasen A/S og har vært styremedlem i A-pressen siden 16. juni 1997. Øvrige sentrale styreverv omfatter Statens Nærings- og Distriktsutviklingsfond (SND), Telenor AS (konsernstyret), medlem av representantskapet i Kredittkassen og hun er leder av representantskapet i Bladet Nordlys AS.

Svein Haugsvold (f. 1948), styremedlem, Oslo (0 aksjer)

Haugsvold er siviløkonom NHH og cand. jur. og er viseadm. direktør i VÅR bank og forsikring. Han har vært styremedlem i A-pressen siden 30. januar 1990.

Tore Tønne (f. 1948), styremedlem, Drammen (0 aksjer)

Tønne er siviløkonom NHH og cand. jur. og er konsernsjef i Norway Seafoods ASA. Tønne har vært styremedlem i A-pressen siden 16. juni 1997. Øvrige sentrale styreverv omfatter ADB-systemer ASA, Falken Norge AS, MIROS AS, Nationalteatret og Høgskolen i Stavanger.

Eigil Wettre (f. 1944), styremedlem, Vettre (1 300 aksjer)

Wettre er konsernsjef i Møller-gruppen AS. Han har vært styremedlem i A-pressen siden 15. januar 1996.

Johnny Helgesen (f. 1961), styremedlem, Sarpsborg (31 aksjer)

Helgesen er utdannet ved Norsk Pressefotografiskole 1986-88. Helgesen representerer de ansatte og har vært styremedlem i A-pressen siden 25. august 1998. Han er fotograf og ansatt i Østfoldpressen AS.

Jorunn Henriksen (f. 1949), styremedlem, Narvik (31 aksjer)

Henriksen er utdannet typograf og har grunnfag pedagogikk fra Universitetet i Tromsø. Hun representerer de ansatte og har vært styremedlem i A-pressen siden 25. august 1998. Hun er typograf og ansatt i Fremover.

Kith Skaalerud (f. 1953), styremedlem, Blaker (31 aksjer)

Skaalerud er utdannet ved Oslo Markedsføringsskole med salg og markedsføring som fag. Skaalerud representerer de ansatte og har vært styremedlem i A-pressen siden 16. juni 1997. Hun er ansatt som annonsekonsulent i Romerikes Blad.

Brit Renngård (f. 1947), fast møtende varamedlem, Oslo (0 aksjer)

Renngård har fagene EDB og organisasjon og ledelse fra BI. Hun ble medlem av styret i A-pressen i 31. oktober 1995 og fast møtende varamedlem fra 15. januar 1996. Renngård er hovedkasserer i Norsk Tjenestemannslag. Øvrige sentrale styreverv omfatter: Arbeiderbevegelsens Arbeidsgiverforening, LO Stat, Arbeidernes Opplysningsforbund, Stiftelsen Medieforum samt forbundsstyret og landsstyret i Norsk Tjenestemannslag.

Selskapets ledergruppe:

Alf Hildrum (f. 1948), konsernsjef (26 031 aksjer)

Hildrum er siviløkonom NHH og har vært ansatt i A-pressen siden 1979. Før han ble adm. direktør i 1988, var han journalist i A-pressens Oslo-redaksjon (APOR), redaktør og disponent i Bergens Arbeiderblad og redaksjonssjef i APOR.

Mai Torill Hoel (f. 1956), konserndirektør med ansvar for organisasjon, ledelse, personal og intern informasjon (1 031 aksjer)

Hoel har lektorkompetanse med fagkrets bedriftsøkonomi, adm./org. og markedsføring, hovedfag i markedsføring og forbrukeradferd fra SLHK. Før 1. august 1997 var hun direktør i Mercuri International Norge A/S.

Reidar Karlsen (f. 1946), administrerende direktør i A-pressen Eastern Europe AS (4 031 aksjer)

Karlsen har utdanningsbakgrunn fra Forsvaret og Krigsskolen. Han har siden gått Forsvarets Høyskole. Han har vært ansatt i A-pressen siden 1992. Tidligere har han vært organisasjonsdirektør i Statkraft og lufthavnsjef ved Oslo Lufthavn Fornebu.

John Kvadsheim (f. 1961), konserndirektør med ansvar for avis og trykk (0 aksjer)

Kvadsheim er siviløkonom NHH. Før han ble ansatt i A-pressen i april 1996 var han sjefredaktør/adm. direktør i Nationen AS.

Bjørn Larsen (f. 1954), konserndirektør med ansvar for forretningsutvikling (431 aksjer)

Larsen har utdanning innen bedriftsøkonomi og har vært ansatt i A-pressen siden 1989. Før det var han 4 år i Norsk Data Comtec som systemkonsulent og supportsjef og 12 år som sportsredaktør i avisen Dagningen på Lillehammer.

Even Nordstrøm (f.1957), konserndirektør med ansvar for økonomi og finans (1 640 aksjer)

Nordstrøm er utdannet handelsøkonom og har vært i A-pressen siden 1996. Før han kom til A-pressen var han 10 år som seniorkonsulent i rådgivningsselskapet Nexia DA.

John Ravnaas (f.1938), direktør i A-pressens Tarifforening (71 aksjer)

Ravnaas har befalsutdanning i Hæren og han har markedsbakgrunn i A-pressen, blant annet som abonnementsjef i to aviser, senere vel 20 år som forhandler i Handel og Kontor Norge. Han har vært daglig leder av A-pressens Tarifforening (AFT) siden 1. februar 1987 og er ansvarlig i alle arbeidsgiverspørsmål i pressegruppen.

Marie Jore Ritterberg (f. 1960), konserndirektør med ansvar for regnskap og administrasjon (500 aksjer)

Ritterberg er siviløkonom og har vært statsautorisert revisor i Arthur Andersen Revisjonsbyrå AB, før hun begynte i A-pressen høsten 1995.

Øivind Taugbøl (f. 1948), konserndirektør, A-pressen Media Øst AS (3 216 aksjer)

Taugbøl er utdannet i Forsvaret, bl.a. Hærens Krigsskole, og har vært ansatt i A-pressen siden 1984. Før han ble konserndirektør var han disponent i Glåmdalen og adm.direktør i Romerikes Blad.

Bedriftsforsamlingens medlemmer:

Bedriftsforsamlingen velges for 2 år om gangen. Bedriftsforsamlingens leder, Bente Halvorsen, eier ingen aksjer i Selskapet.

Representanter for aksjonærene	Representanter for de ansatte
Bente Halvorsen (leder), <i>Landsorganisasjonen i Norge</i>	Line Mette Finnøy, <i>Stjørdalens Blad AS</i>
Kjetil Lisland (nestleder), <i>Møller Investor AS</i>	Oddny Johnsen, <i>Bladet Nordlys AS</i>
Jan Davidsen, <i>Norsk Kommuneforbund</i>	Edvard Boye, <i>Dagsavisen Arbeiderbladet AS</i>
Svend O. Eriksen, <i>Hardanger Folkeblad AS</i>	Borgny Grini, <i>Telemarksavisa AS</i>
Arild Fredriksen, <i>Den Norske Bank ASA</i>	Ingunn Sandåker, <i>Bergensavisen AS</i>
Erik Garaas, <i>Gjensidige Forsikring</i>	Trine Bergstedt, <i>Lofotposten AS</i>
Martin Mæland, <i>OBOS</i>	
Arnfinn Nilsen, <i>Norsk Arbeidsmandsforbund</i>	
Bente Fredheim Nygård, <i>A-pressen Media Øst AS</i>	
Olav Støylen, <i>Norsk Kjemisk Industriarbeiderforb.</i>	
Berit Tolg, <i>LO Stat</i>	
Arvid Øygård, <i>Helgeland Arbeiderblad AS</i>	

Godtgjørelse til styre, bedriftsforsamling og konsernsjef

Følgende honorarer for styrearbeidet i A-pressen ASA er vedtatt av bedriftsforsamlingen per 30. mars 1998; styrets leder NOK 48 700 per år, styremedlemmer NOK 32 500 per år, varamedlemmer NOK 2 700 per møte (maksimalt honorar som for styremedlemmer)

Godtgjørelse til bedriftsforsamlingens leder er NOK 8 000 per år, og NOK 800 per møte for bedriftsforsamlingens medlemmer.

Lønn og godtgjørelse for konsernsjef i A-pressen i 1997 var totalt NOK 1 035 653.

Revisor

Revisor for A-pressen siste tre år har vært Noraudit DA ved statsautorisert revisor Jan Fr. Sønsteby. Godtgjørelse til revisor for arbeid utført i 1997 utgjorde totalt NOK 304 240, hvorav NOK 49 240 for rådgivning.

Utvikling i antall ansatte

Per 31. august 1998 var det totalt 2.861 ansatte i konsernet (tilsvarende 2.630 årsverk). Tabellen viser utvikling i gjennomsnittlig antall ansatte i A-presse-konsernet i perioden 1995-1998.

A-pressen konsern	1995	1996	1997	1.1-31.08.98
Ansatte	2.309	2.566	2.781	2.883
Årsverk	2.105	2.301	2.505	2.633

9. Juridiske forhold

9.1 Rettstvister

I forbindelse med ordinær avisvirksomhet hender det at konsernets aviser er utsatt for søksmål fra forskjellige parter. Typisk kan en avis bli saksøkt med krav om erstatning og mortifikasjon for å ha trykket informasjon som noen oppfatter som uriktig eller ærekrenkende. Det nevnes således at Arbeiderbladet AS (Dagsavisen) har enkelte slike søksmål mot seg, hvorav de to største gjelder erstatningskrav på rundt 5 MNOK hver. I den ene saken er Arbeiderbladet frifunnet i byretten og saken er anket til lagmannsretten.

Konsernet er fra tid til annen involvert i andre typer rettstvister i forbindelse med andre sider av forretningsvirksomheten.

Konsernet og A-pressens aviser er for øvrig per i dag ikke involvert i noen rettsaker som med hensyn til omfang eller type, er av ekstraordinær karakter, eller antas av vesentlig betydning for bedømmelsen av A-pressen som investeringsobjekt.

I den grad konsernet er eksponert for tap eller kostnader i forbindelse med rettstvister, er det foretatt nødvendige avsetninger i henhold til god regnskapsskikk.

9.2 Lånefinansiering og betalingsformidling (konsernkonto- og konsernlåneordningen)

Den norske Bank ASA (DnB) er hovedbankforbindelse for A-pressen-konsernet. Dette innebærer at konsernets samlede virksomhet i stor grad er finansielt integrert med basis i avtaler med DnB om kortsiktig og langsiktig (syndikert) lånefinansiering og betalingsformidling. En slik samling av selskapets finansielle ressurser er begrunnet ut fra et ønske om å realisere et rasjonaliseringspotensial i konsernets kapitalforvaltning og å styrke konsernets soliditet.

Avtale om konsernkontosystem som bl.a. håndterer betalingsformidling for et vesentlig antall av konsernets selskaper er inngått mellom DnB og A-pressen. Denne avtalen danner grunnlaget for særskilte deltakeravtaler for konsernkontosystemet som er inngått mellom DnB, A-pressen og de enkelte datterselskapene. Deltakelse i konsernkontosystemet innebærer at den enkelte deltaker får tildelt kredittrammer på egne konti som kan disponeres direkte, basert på det som til enhver tid avtales mellom DnB og A-pressen. Tildeling av kredittrammer baseres på konsernets samlede finansielle ressurser og behov innenfor de rammer som følger av avtaler med DnB om langsiktig og kortsiktig lånefinansiering.

A-pressen ASA har et overordnet ansvar for overholdelse av de finansielle vilkår i avtalene med DnB om lånefinansiering og betalingsformidling. Med unntak av Storbyavisene er øvrige deltakere i konsernkontosystemet solidarisk ansvarlige for rett oppfyllelse av alle forpliktelser som måtte oppstå i henhold til avtalene. Storbyavisenes ansvar er begrenset til det maksimumsbeløp disse kan trekke i henhold til særskilt tildelt kredittramme. Innenfor disse begrensninger kan DnB motregne ethvert skyldig beløp på alle deltakerkonti. Av vesentlige forpliktelser for konsernet A-pressen i følge avtalen er restriksjoner i pantsettelsesadgang, andre disposisjoner over eiendeler, pådragelse av gjeld og vesentlige endringer i virksomheten, samt krav til egenkapitalandel, kontantstrømsforhold og likviditetsreserve.

9.3 Pressestøtte

Forskrift om produksjonstilskudd til dagsaviser av 7. november 1996 nr. 1015 gir regler om ordningen med produksjonstilskudd til dagsaviser (pressestøtte). Tilskuddsordningen forvaltes av Statens Medieforvaltning. Tilskuddsmidlene skal benyttes til utgivelse av den avis det søkes tilskudd for. Produksjonstilskuddet skal tilgodese økonomisk vanskeligstilte aviser og aviser med små opplag. Det ytes ikke tilskudd hvis avisens årsoverskudd i henhold til aksjeloven eksklusiv pressestøtte utgjør mer enn NOK 2 millioner siste regnskapsår, eller mer enn NOK 6 millioner i løpet av de siste tre regnskapsår. Som vilkår for å motta pressestøtte stilles videre bl.a.

krav om at avisen ikke må ha betalt utbytte til aksjonærene i tilskuddsåret. Konsernbidrag regnes i denne sammenheng som utbytte. Aviser i konsernforhold kan imidlertid betale sin del av morselskapets driftskostnader, begrenset oppad til 1 prosent av avisens driftsinntekter eksklusiv pressestøtte. Det er også et vilkår at andre transaksjoner mellom støttemottakeren og selskaper i konsernet ikke avviker fra markedsvilkår til skade for støttemottakeren.

Fra tid til annen er det reist spørsmål fra forskjellige hold om A-pressen overholder disse vilkår for pressestøtte, eller om A-pressen driver "skjult" pengeflyt ved overprising av interne tjenester eller varer mellom selskaper i konsernet.

A-pressen følger strenge rutiner for å sikre at vilkårene for pressestøtte overholdes. Dette gjelder både i relasjon til konsernets virksomhet og revisjonen av de enkelte selskapene. På oppdrag fra A-pressen har uavhengige revisorer undersøkt forholdet mellom selskaper i A-pressen som mottar pressestøtte og som ikke mottar pressestøtte. A-pressen har også vært gjenstand for undersøkelser fra Statens Medieforvaltning, som håndhever forskriften. Ingen av undersøkelsene har funnet noe å påpeke i denne forbindelse.

9.4 TV 2, TVNorge og lokal-tv

TV 2 har hevdet overfor myndighetene å ha enerett til å drive reklamefinansiert TV i Norge. Spørsmålet er ikke regulert direkte i konsesjonsvilkårene for TV 2, som gjelder til utgangen av år 2002. Spørsmålet er heller ikke avgjort ved retts- eller administrativ avgjørelse. I juridisk underlagsmateriale for TV 2s konsesjon er det mye som taler for TV 2s standpunkt. Ut i fra dette er det knyttet en viss grad av usikkerhet til spørsmålet om TV 2 har enerett til å drive reklamefinansiert tv i Norge. Når det gjelder A-pressens deltakelse i lokal-tv-konsesjoner er det klart at disse gir enerett og en motsvarende plikt til å sende innenfor det aktuelle konsesjonsområde.

I høringsnotat fra Kulturdepartementet av 24. august 1998 gjennomgås de eierskapsregler som er fastsatt i medhold av kringkastingsloven, herunder konsesjonsvilkår. Gjennomgangen er foretatt på bakgrunn av at Stortinget har vedtatt lov om tilsyn med erverv i dagspresse og kringkasting (eierskapsloven), jf. Ot.prp. nr. 30 (1996-97). Notatet drøfter om de spesielle reglene om eierskap som gjelder for kringkastingsselskap bør oppheves som følge av eierskapsloven. Etter eierskapsloven vil Eierskapstilsynet føre tilsyn med erverv av eierandeler i medieforetak. Eierskapstilsynet kan gripe inn mot erverv dersom dette fører til at noen får en så betydelig eierstilling at lovens formål - som er å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud - settes i fare. Eierskapstilsynets kompetanse gjelder erverv av eierandeler nasjonalt, regionalt og lokalt. Notatet konkluderer med at de fleste hensyn taler for at de spesifikke eierskapsreglene som er fastsatt i medhold av kringkastingsloven bør oppheves.

Dersom de foreslåtte endringer gjennomføres vil dette medføre at eierbegrensningen på inntil 1/3 av aksjene i TV 2, som eksisterer i dag, formelt vil opphøre. Det samme gjelder begrensningen i dekningsgraden for lokalfjernsyn på inntil 1/3 av de samlede nasjonale nærkringkastingsmarkedene. Etter utvalgets oppfatning vil kontroll med medieeierskap i så fall tilfredsstillende kunne ivaretas av Eierskapstilsynet gjennom håndheving av eierskaps-loven.

Ved overdragelse av aksjer i TV 2 har øvrige aksjonærer vedtektsbestemt forkjøpsrett.

TV 2 har etter avtale med TVNorge overtatt ansvaret for programmering av TVNorges programsendeflate.

9.5 Papiravtalen

Avisselskapene i A-pressen er medlemmer i NAL. NAL eier datterselskapet Papirkjøp AS hvis formål er å forhandle frem kontrakter for felles innkjøp av papir for medlemmene i NAL. På denne måte kan det oppnås gunstige innkjøpsbetingelser for medlemmene.

Papirkjøp AS har inngått kontrakt for innkjøp av papir dels med Norske Skog ASA ("Papiravtalen") og dels med enkelte utenlandske leverandører. Styret i Papirkjøp forhandler årlig frem betingelsene for innkjøp av papir og NAL fungerer som sekretariat for Papirkjøp AS. Medlemmene i NAL er bundet av de betingelser som Papirkjøp AS forhandler frem med leverandørene.

I henhold til vedtektene i Papirkjøp AS, kan uttreden fra selskapet først skje etter 12 måneders varsel. 12 månedersfristen regnes fra 31. desember det år varsel gis.

9.6 Eiendomsforhold

A-pressen driver sin virksomhet dels i lokaler leiet av andre og dels i egne lokaler. Ca 75 prosent av A-pressens eiendommer huser egen virksomhet, mens det resterende er leid ut til eksterne bedrifter.

A-pressen har følgende hovedmål for sin eiendomsmasse:

- Oppnå en markedsmessig avkastning
- Forvalte eiendommen slik at verdiene vedlikeholdes og utvikles

Som strategi for å oppnå ovennevnte mål er det blant annet planlagt å skille ut deler av eiendomsmassen og legge disse under sentral forvaltning gjennom å etablere et eget eiendomsselskap. Eiendomsselskapet er etablert med virkning fra 1. september 1998 og eiendom blir med dette et eget resultatområde. I første omgang vil det kun være aktuelt å overføre deler av eiendomsmassen i konsernet til det nye eiendomsselskapet.

10. Aksjekapital og aksjonærforhold

10.1 Aksjekapital

Selskapets nåværende aksjekapital er på NOK 144.253.760, fordelt på 7.212.688 aksjer hver pålydende NOK 20. Selskapet har én aksjeklasse og hver aksje har én stemme. Tabell 10.1 og 10.2 viser historisk og planlagt utvikling i Selskapets aksjekapital.

Tabell 10.1 Utvikling i selskapets aksjekapital

År	Type endring	Endring i aksjekapital	Aksjekapital etter endring	Pålydende (NOK)	Antall aksjer etter endring
1989	Emisjon	20.000.000	22.000.000	100,-	220.000
1991	Emisjon	59.105.000	81.105.000	100,-	811.050
1994	Emisjon mot ansatte	4.858.200	85.963.200	100,-	859.632
1995	Rettet emisjon	309.000	86.272.200	100,-	862.722
1995	Aksjesplitt (5:1)	0	86.272.200	20,-	4.313.610
1995	Rettet emisjon	56.250.000	142.522.200	20,-	7.126.110
1996	Rettet emisjon	240.000	142.762.200	20,-	7.138.110
1996	Rettet emisjon	500.000	143.262.200	20,-	7.163.110
1996	Rettet emisjon	782.000	144.044.200	20,-	7.202.210
1998	Rettet emisjon mot ansatte	209.560	144.253.760	20,-	7.212.688

Tabell 10.2 Besluttede, ikke gjennomførte kapitalutvidelser

Dato	Type endring	Endring i aksjekapital	Aksjekapital etter endring	Pålydende (NOK)	Antall aksjer etter endring
09.10.98	Rettet emisjon iht. styrevedtak	482.700	144.736.460	20,-	7.236.823
21.10.98	Fortrinnsrettemisjon	32.056.400	176.792.860	20,-	8.839.643

Fullmakt til kapitalforhøyelse

For at styret i A-pressen lettere skal kunne iverksette, gjennomføre og finansiere eventuelle prosjekter og oppkjøp, fattet generalforsamlingen i møte 26. mai 1998 følgende vedtak:

"Styret i A-pressen ASA gis fullmakt til å utstede inntil 500 000 nye aksjer pålydende NOK 20 per aksje med i alt inntil NOK 10 000 000. Som innskuddsobjekter kan styret godta kontant innbetaling, konvertering av gjeld, aksjer i andre selskaper eller andre virksomheter, eventuelt med overtakelse av eller ved fusjon med virksomheter mot oppgjør i aksjer.

Styret kan fravike aksjonærenes fortrinnsrett til tegning av aksjer. De øvrige tegningsvilkår fastsettes av styret. Styret gis fullmakt til å endre selskapets vedtekter i samsvar med kapitalforhøyelsen(e). Fullmakten skal gjelde frem til ordinær generalforsamling i 1999."

Vedtak om rettet emisjon

I forbindelse med kjøp av 100% av aksjene i Lofot-Tidende fattet styret i møte 9. oktober 1998 vedtak om delvis benyttelse av fullmakt gitt i generalforsamling 26. mai 1998. Styrets vedtak om kapitalforhøyelsen lyder som følger:

"I henhold til fullmakt gitt i selskapets generalforsamling 26. mai 1998 besluttet styret å utstede 24.135 nye aksjer hver pålydende NOK 20,-, til tegningskurs NOK 112,50 per aksje. Aksjekapitalen forhøyes således med NOK 482.700. Samlet emisjonsbeløp utgjør NOK 2.715.188, hvorav overkursen etter fradrag for omkostninger tillegges reservefond og disposisjonsfond i samsvar med aksjeloven.

Emisjonen rettes mot Sverre Christoffersen, Kenneth Grav og Grafo AS, som selgere av 30 % av aksjene i Lofoten Kommunikasjon AS i henhold til avtale av 1. oktober 1998 om kjøp av samtlige aksjer i nevnte selskap, og hvorefter kjøpesum for Lofoten Kommunikasjon AS utover tegningskurs for aksjene i A-pressen ASA skal gjøres opp kontant. Aksjene skal tegnes innen 1. november 1998 og oppgjør skal skje ved overdragelse av 30 aksjer i Lofoten Kommunikasjon AS innen 1. november 1998.

De nye aksjene gir rettigheter i selskapet fra registrering av aksjekapitalforhøyelsen i Foretaksregisteret, og vil være berettiget til utbytte fra og med for regnskapsåret 1998. Det er ikke adgang til å overdra de nye aksjene før de er fullt innbetalt og kapitalforhøyelsen er registrert i Foretaksregisteret.

Aksjekapitalforhøyelsen er betinget av at kjøpet av de resterende aksjene i Lofoten Kommunikasjon AS gjennomføres i samsvar med avtalen av 1. oktober 1998.

Fullmakten gitt i generalforsamling 26. mai 1998 er forøvrig ikke benyttet.

Vedtak om fortrinnsrettemisjon

I Selskapets ekstraordinære generalforsamling 21. oktober 1998 ble det fattet vedtak om å forhøye Selskapets aksjekapital med NOK 32.056.400 gjennom en offentlig kapitalforhøyelse ved utstedelse av 1.602.820 aksjer hver pålydende NOK 20 til tegningskurs NOK 90,- per aksje. Bruttoprovenyet vil med den fastsatte tegningskurs utgjøre totalt NOK 144.253.800. Selskapets aksjonærer per utløpet av generalforsamlingsdagen 21. oktober 1998 har fortrinnsrett til de nye aksjene i henhold til aksjelovens § 4-2. De nyutstedte aksjene gis rettigheter i Selskapet fra det tidspunkt aksjekapitalforhøyelsen er registrert i Foretaksregisteret, inkludert rett til utbytte fra og med for regnskapsåret 1998.

10.2 Aksjonærforhold

Omsettelighet

Det fremgår av vedtektenes § 5 at erverv av aksjer ved overdragelse er betinget av samtykke fra Selskapets styre. Samtykke kan bare nektes når det foreligger saklig grunn for nektelse.

Det følger av børsforskriftens § 2-3 at børsnoterte aksjer i prinsippet skal være fritt omsettelige. Videre følger det av bestemmelsen at en vedtektsfestet adgang for styret til å nekte samtykke til et aksjeerverv, bare kan benyttes hvis det foreligger skjellig grunn til å nekte samtykke og anvendelsen av bestemmelsen ikke skaper forstyrrelser i markedet. Selskapet viser til at den eksisterende adgang til å nekte samtykke ved overdragelse av aksjer ikke har vært benyttet av Selskapet. For ordens skyld vises likevel til at etter den nye allmennaksjeloven som trer i kraft fra 1. januar 1999, vil en eventuell nektelse av samtykke til overdragelse av aksjer medføre at erververen kan omgjøre avtalen med avhenderen, hvis ikke annet er fastsatt i avtalen mellom dem.

Endring av vedtektenes

Etter vedtektenes § 10 krever en beslutning om å endre vedtektenes § 2 "Formål" tilslutning fra minst tre fjerdedeler av såvel de avgitte stemmer som av den aksjekapital som er representert på generalforsamlingen. Ved andre vedtektsendringer gjelder de alminnelige bestemmelser i aksjeloven.

Aksjonær- og utbyttepolitikk

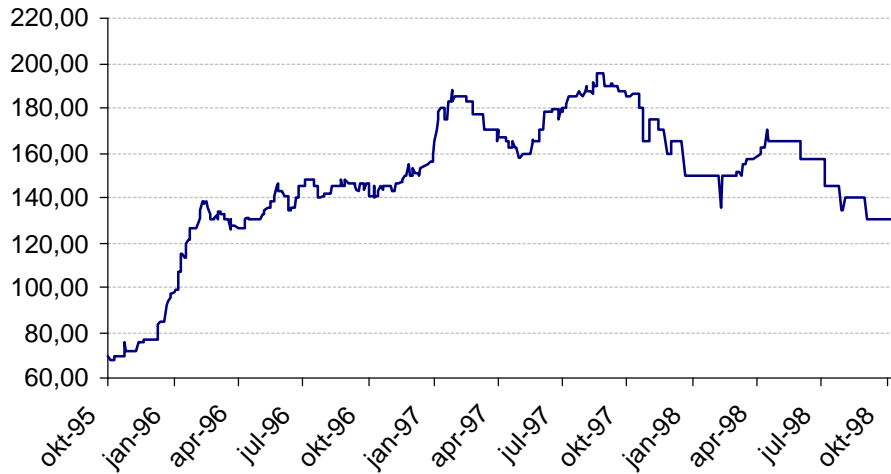
A-pressen vil tilstrebe at aksjenes omsetningsverdi best mulig reflekterer Selskapets inntjening og underliggende verdier. Det er et mål at Selskapets aksjonærer skal oppnå en konkurransedyktig

avkastning på sin investering. Avkastningen vil kunne skje både i form av verdistigning på aksjen og utbetaling av utbytte. Selskapet skal fremstå som et likvid investeringsalternativ for investorer.

Kurshistorikk

Selskapets aksjer har vært gjenstand for omsetning i det ”unoterte” markedet. Figuren nedenfor viser omsetningskurser for Selskapets aksjer i perioden fra 9. oktober 1995 til 20. oktober 1998. Siste registrerte omsetning var 9. september 1998. Det foreligger ikke historisk registrering av omsetningsvolumer for aksjene i A-pressen i den aktuelle perioden.

Figur 10.1 Historisk kursutvikling i A-pressen



Kilde: OBI og Finansavisen

Aksjonærstruktur

Selskapet har per 20. oktober 1998, 1.639 aksjonærer, hvorav 15 er utlendinger. 848 av aksjonærene har 100 aksjer eller mer. De 20 største representerer 80,6% av det totale antall aksjer. Tabellen viser Selskapets 20 største aksjonærer per 20. oktober 1998.

Tabell 10.3 De 20 største aksjonærer i A-pressen

	Navn	Antall aksjer	Eierandel (%)
1	Landsorganisasjonen	1 787 490	24,78 %
2	Møller Investor AS	974 500	13,51 %
3	Bank of New York, BR S/A MSF-Mutual Disco	590 000	8,18 %
4	Fidelity Funds - EUR Brown Brothers	374 700	5,20 %
5	Clydesdale Bank PLC S/A Fidelity INVMNT	320 600	4,44 %
6	Chase Manhattan Bank The Clients Traty Acc.	320 000	4,44 %
7	Vår Livsforsikring v/ Investeringsseks	193 400	2,68 %
8	Norsk Kommuneforbund	193 000	2,68 %
9	Verdipapirfondet Skagen	175 000	2,43 %
10	Aksjespar Postbanken	136 000	1,89 %
11	Brown Brothers Harri S/A Fidelity Low-pri	100 000	1,39 %
12	Norsk Kjemisk Industriarbeiderforbund	92 060	1,28 %
13	Vår Skadeforsikring v/ Investeringsseksj.	87 500	1,21 %
14	Sparebanken NOR, Kap. Konsernregnskap	80 000	1,11 %
15	Clydesdale Bank PLC S/A Fidelity Europea.	78 200	1,08 %
16	Gjensidige Livsforsikring Investeringsavdeling	71 300	0,99 %
17	Bank of New York, BR S/A MSF-Mutual Europ.	62 000	0,86 %
18	Norsk Tjenestemannslag	61 630	0,85 %
19	Nordås Invest AS	61 000	0,85 %
20	Vital Forsikring ASA v/Vital kapitalforvaltning	60 300	0,84 %
	Totalt de 20 største eiere	5 818 680	80,67 %

10.3 Skattemessige forhold for aksjonærene

Generelt om skattespørsmål

Presentasjonen nedenfor er et sammendrag basert på gjeldende norske skatteregler. Presentasjonen er således av generell karakter, og aksjonærer må selv undersøke om det kan foreligge spesifikke forhold for dem som tilsier andre løsninger enn de som er skissert nedenfor.

Beskatning av utbytte

Utbytte kan i praksis utdeles skattefritt fra Selskapet til aksjonærer bosatt i Norge. Utbytte anses i utgangspunktet som skattepliktig inntekt, men gjennom godtgjørelsesreglene vil skatteplikten på utbytte for slike aksjonærer som hovedregel bli eliminert.

Av utbytte utbetalt til aksjonærer bosatt i utlandet skal det trekkes kildeskatt med 25% dersom ikke annet er bestemt i skatteavtale med det enkelte land. Norge har inngått skatteavtaler med en rekke land, og i alminnelighet er Norges rett til å oppkreve kildeskatt begrenset til 15%.

Aksjonærer bosatt i utlandet som blir undergitt høyere kildeskatt enn det som følger av relevant skatteavtale, kan søke norske skattemyndigheter om refusjon av for mye trukket kildeskatt. Søknaden sendes Skattedirektoratet.

Beskatning av gevinst (fradrag for tap) ved salg av aksjer/tegningsretter

Gevinst ved salg av aksjer i Selskapet vil for aksjonærer bosatt i Norge inngå i alminnelig inntekt, som skatlegges med 28%. Tap ved salg av aksjer i Selskapet er fradragsberettiget i

alminnelig inntekt. Gevinst eller tap settes til salgsvederlaget med fradrag for aksjenes skattemessige inngangsverdi.

Den skattemessige inngangsverdien beregnes med utgangspunkt i anskaffelsesverdi (kostpris), justert med endringer i Selskapets skattlagte kapital i det tidsrom den enkelte aksjonær har vært eier av aksjene (såkalt RISK-regulering). Utgifter til megler m.v. ved kjøp og salg av aksjer er fradragsberettiget i alminnelig inntekt i salgsåret.

Også gevinst ved salg av tegningsretter er skattepliktig inntekt og tap er fradragsberettiget i alminnelig inntekt. Gevinst (eller tap) beregnes som differansen mellom salgsvederlaget og eventuell anskaffelsesverdi for tegningsrettene.

Gevinst som oppstår ved salg av aksjer (tegningsretter) som eies av aksjonær bosatt i utlandet, vil normalt ikke være skattepliktig i Norge. Unntak gjelder dersom aksjene (tegningsrettene) har vært eid i tilknytning til næringsvirksomhet utøvet i Norge, eller dersom aksjer (tegningsretter) selges innen fem år etter utløpet av det år da skatteplikt på grunn av bopel i Norge opphørte. Den skatteplikt som følger av de alminnelige norske regler kan være begrenset gjennom skatteavtale inngått mellom Norge og aksjonærens bostedsstat.

Formuesskatt

For aksjonær som er formuesskattepliktig til Norge inngår aksjene i vedkommendes skattepliktige formue. Fysiske personer bosatt i Norge er formuesskattepliktige, mens aksjeselskaper er fritatt for formuesskatteplikt.

Aksjer som ikke er børsnoterte, verdsettes til 65% av aksjenes forholdsmessige andel av selskapets samlede skattemessige formuesverdi 1. januar året forut for ligningsåret (dvs. 1. januar i inntektsåret). Ved børsnotering av aksjene (på hovedlisten) settes verdien til børskurs 1. januar i ligningsåret. Marginal skattesats på formue er for tiden 1,1%.

Aksjonærer bosatt i utlandet svarer ikke formuesskatt til Norge, med mindre aksjene har særlig tilknytning til virksomhet aksjonæren driver i Norge.

11. Risikoforhold

Generell risiko

Alle aksjeinvesteringer er beheftet med risiko. I det følgende presenteres en del risikoforhold som anses relevante for A-pressen. Beskrivelsen er ikke nødvendigvis uttømmende, forhold som ikke er nevnt kan også ha betydning for vurdering av risiko knyttet til verdien av aksjene i A-pressen. Investorer bør nøye overveie alle forhold som beskrives i dette kapittel og i prospektet generelt, samt gjøre sin egen vurdering av risikoforholdene.

Opplagsutvikling aviser

Selskapets inntjeningssevne er nært knyttet til utviklingen i det totale avisopplaget, sentrale faktorer som vil påvirke denne utviklingen er:

Salgskraften i organisasjonen er av største betydning. Alle aviser har ”avgang” i sin lesermasse. Et godt nysalg er derfor nødvendig for å opprettholde opplaget, og et mer enn godt salg er nødvendig for å øke opplaget.

Gratisaviser vil kunne fortrenge tradisjonelle aviser. Dette er spesielt et problem for Storbyavisene, mens det neppe er et umiddelbart problem for lokalavisene.

Reduksjon av det totale aviskonsumet, for eksempel gjennom substituering til nye medier og mindre avislesing blant de oppvoksende generasjoner, vil eventuelt også ramme A-pressen. Særlig nummer 2-avisene kan rammes av dette forholdet.

Flytting endrer etterspørselen etter lokalaviser. For enkelte aviser i Nord-Norge er det et merkbart problem, mens for andre aviser i østlandsområdet er dette positivt.

Annonseutvikling for avisene

Blant annet følgende omstendigheter kan påvirke annonsevolumet i konsernets aviser:

Sykliske svingninger i norsk økonomi påvirker både annonsevolumet og annonseprisene. Særlig påvirkes rubrikkannonser. Man må eksempelvis forvente at et varig høyt rentenivå, eller annen nedkjøling av norsk økonomi over tid, vil slå inn i behovet for de tre viktigste rubrikkannonsersegmentene: Stilling ledig, Eiendom og Bil.

Merkevareannonsører, samt landsdekkende detaljhandelskjeder velger i økende grad tv som annonsekanal. I TV 2s etableringsfase førte dette trolig til substituering fra avis til tv. Slike effekter kan fortsatt forekomme, eksempelvis gjennom ytterligere kjededannelse i hittil fragmenterte detaljhandels bransjer. Substitueringen motvirkes av at tv-kanalene er fullt belagt og øker prisene, slik at avisannonser blir et stadig mer kostnadseffektivt alternativ.

Lokal næringsutvikling, kjøpesentertetthet, samt lokale detaljisternes inntreden i nasjonale kjeder vil påvirke volumet av tekstsiderannonser. Annonse-samkjøringene har blant annet til hensikt å motvirke negative konsekvenser av dette. Videre vil presset i det lokale bolig- og stillingsmarkedet i stor grad påvirke rubrikkannonserne. Dette presset synes å være korrelert med demografiske bevegelser. En negativ utvikling merkes i Nord Norge, mens det er klare positive trender på Østlandet.

Gratisaviser kan både tiltrekke seg annonsevolum, samt presse prisene på annonser generelt der de etablerer seg.

Rubrikkannonseretjenester er i ferd med å slå gjennom på internett og tekst-tv. De tilbyr en rekke fordeler fremfor de trykte rubrikkannonser, som for eksempel: god søkbarhet, lang varighet på annonsen, fyldig annonseinhold og oppmerksomhetsstatistikk. I tillegg er annonsene ofte

meget billige sammenlignet med de tradisjonelle rubrikkannonser. Ulempen for disse tjenestene er at det fortsatt er et flertall i befolkningen som ikke bruker internett. For å få full dekning i et geografisk område er derfor avisannonserne fortsatt det eneste medium for annonsørene. Hvis de nye aktørene som utelukkende baserer seg på internett lykkes, vil det kunne redusere volumene og prisene for rubrikkannonserne i avisene.

Reklameutvikling tv

En eventuell introduksjon av ordinær reklame i NRK ville være en alvorlig forverring av TV 2s konkurransesituasjon. Det er imidlertid ingen signaler som tyder på at det er nært forestående. Det som imidlertid allerede tilbys av NRK er sponing og produksjonsstøtte. Hvis dette er en aktivitet som øker, kan det gå på bekostning av inntektene i TV 2.

Substituering fra tv til radio er en synlig effekt som følge av betydelig prisforskjell mellom disse to mediene, gode muligheter for komplementerende reklamekampanjer med både tv- og radio-reklame, samt ledig reklamekapasitet i radiokanalene. Omfanget av denne substitueringen er foreløpig moderat.

TVNorges forsprang på sine konkurrenter skyldes i vesentlig grad distribusjon gjennom lokal-tv-kanalene. Hvis lokal-tv-kanalene ikke klarer å oppnå lønnsom drift, men legges ned, vil TVNorge kunne rammes av redusert distribusjon, redusert oppslutning, og reduserte annonseinntekter.

Markedet for lokal-tv-reklame er avhengig av at det bygges opp en kapasitet for kostnadseffektiv produksjon av reklamefilmer. Hvis denne kapasiteten ikke etableres, kan reklameproduksjonen bli såvidt kostbar at de lokale annonsørene avstår fra å bruke mediet.

Fortsatt restrukturering og kjededannelse i norsk detaljhandel vil trolig øke etterspørselen etter tv-reklame. Detaljister som hver i sær ikke kunne forsvare å bruke tv-reklame, får muligheten til det når de har slått seg sammen og skapt et stort virkeområde.

Nye nisjekanaler eller andre nye konkurrerende kanaler kan oppstå som følge av teknologiske nyvinninger, særlig innen digital transmisjon. Hvis disse kanalene lykkes med å tiltrekke seg betydelige seermasser, vil de trolig også tiltrekke seg endel annonser. Dog forventes det at den asymmetriske preferanse for markedslederen vil vedvare, slik at annonsebortfallet vil bli mindre enn fallet i seeroppslutning, med mindre seermassene endrer seervaner i stor skala.

Kostnadsbildet for avis

Personalkostnadene er betydelige i avisene. Konsekvensene av romslige lønnsoppgjør vil dermed være merkbare. A-pressen har som ambisjon å forhindre økning i lønnsandelen. Det betyr at lønnsstigning må kompenseres med redusert bemanning.

Papirkostnadene bestemmes i første rekke av verdensmarkedsprisene. For øyeblikket ser tilgangen på produksjonskapasitet god ut, relatert til forventet behov. Snarlige økninger i papirprisene er derfor ikke ventet.

Distribusjonskostnadene er påvirket av arbeidsmarkedet generelt, samt portosatsene fra Posten. For øyeblikket er det et stramt arbeidsmarked. Det gjør at det i enkelte områder blir stadig dyrere å få tak i avisbud.

Kostnadsbildet for tv

Konsesjonsavgift kan tenkes innført i forbindelse med fornyelse av TV 2s konsesjon. TV 2 vil hevde at de indirekte betaler avgift for konsesjonen, gjennom å oppfylle tildels kostnadsdrivende konsesjonsvilkår.

Programkostnadene kan stige. Dette skyldes både generell prisstigning på sportsrettigheter og andre gode tv-produksjoner, men også konkurransedrevet oppgradering til stadig dyrere programflater.

Trykkerivirksomheten

Flere omstendigheter kan påvirke forretningsområdets lønnsomhet.

Endringer i bransjekapasitet vil påvirke konkurransesituasjonen i tiden fremover. Flere av regionavisene, samt riksaktørene Schibsted og Orkla har enten nylig bygget, eller er i ferd med å bygge nye trykkerier. Dette vil tilføre mye ledig kapasitet til markedet, og det er ikke utenkelig at det vil merkes i form av press både på volumer og priser.

Utenlandsk konkurranse vil kunne øke som følge av EØS-tilpasning. Det finnes eksempler på store trykkeoppdrag som er gått ut av landet

Endring av totalbehovet kan komme som følge av substituering fra tradisjonelle trykksaker til digitale papirløse informasjonsbærere. Det er ennå ingen tegn som tyder på at dette er i ferd med å gå ut over trykksakene.

Rammebetingelser avis

Pressestøtten for A-pressen er avhengig av de totale bevilgninger, samt den relative andel som blir A-pressen til del. Bevilgningene kan vanskelig forutsies for lang tid fremover, og den relative andel avhenger av konkurrentenes suksess.

Indirekte støtte i form av momsfritak, gunstig porto og offentlig annonsering er forvaltet av en rekke ulike departementer. Det er derfor en risiko for at disse rammebetingelsene endres uavhengig av hverandre, slik at totaleffekten kan bli utilsiktet.

Elektroniske medier

Det er usikkerhet omkring de fremtidige annonseinntekter fra innholdstjenestene, samt hvorvidt det er mulig å ta seg betalt for selve innholdet. Det er dermed usikkert om de samlede inntektene blir så store at innholdstjenestene kan drives med overskudd

Investeringsbehov

Investeringsbehovet er ofte drevet av den lokale konkurransesituasjon. Det kan innebære at uforutsette investeringer kan vise seg å bli nødvendige, dersom konkurrenter øker sine investeringer.

Konsesjonsbestemmelser

TV 2 AS har konsesjon på etersendt reklamefinansiert riksdekkende fjernsyn frem til og med år 2002. Det er reist spørsmål fra konkurrentene om TV 2 AS har enerett til dette jfr. kap. 9.4.

Allmennkringkastingsrådet har i sine to rapporter for 1996 og 1997 kritisert TV 2 på flere punkter, blant annet for ikke å følge opp egne løfter i søknaden om konsesjon. Dersom denne kritikken medfører endringer i konsesjonsbetingelsene, vil dette kunne få betydelige konsekvenser for selskapets fremtidige drift. I sin ytterste konsekvens kan TV 2 tenkes drevet helt uten konsesjon. Alternative distribusjonsmåter og en annen kostnadstilpasning vil da måtte utredes.

Generelt vil all virksomhet på basis av konsesjoner være avhengig av og kunne bli påvirket av eventuelle endringer i løpende konsesjoner og myndighetenes fastsettelse av konsesjonen for nye perioder.

Oppkjøpsvirksomhet

A-pressen har intensjoner om å vokse videre også gjennom oppkjøp. Oppkjøp innebærer alltid en risiko for å betale for mye. Selger kan ha bedre kunnskap enn kjøper om den virkelige verdi på det som kjøpes. A-pressen vil motvirke denne risiko, gjennom å konsentrere sine oppkjøp i bransjer der A-pressen både har gode forutsetninger for å beregne virkelig verdi, samt kompetanse til å øke verdien gjennom forbedringer av den oppkjøpte virksomhet.

Konsernet har eierandeler 106 selskaper, hvorav 88 er majoritetseid. Eventuelle endringer i den økonomiske utviklingen for disse selskapene, og/eller datterselskaper av disse, kan direkte eller indirekte påvirke A-pressens økonomiske rapportering og stilling.

Tilpasning til år 2000

Konsernet har iverksatt flere tiltak som blant annet har til hensikt å lette overgangen til år 2000. Nye opplagssystemer som inkluderer abonnement, distribusjon, løssalg og budadministrasjon skal være på plass i alle A-pressens 43 aviser innen utgangen av år 1998. Årsaken er blant annet at man skal tilpasse seg det kommende tusenårsskiftet. Videre skal det foretas en fullstendig utskifting av lønns- og regnskapssystemer i konsernets bedrifter innenfor de samme tidsrammer. I 1999 vil flere aviser modernisere sine annonsesystemer.

A-pressen mener at nødvendige tiltak for å beherske år 2000-problemet er gjort. Det kan likevel ikke utelukkes at overgangen til år 2000 kan medføre IT- og/eller systemmessige komplikasjoner for konsernet.

Vedlegg 1, Vedtekter for A-pressen ASA

Vedtekter for A-pressen ASA (som er en direkte fortsettelse av Norsk Arbeiderpresse AS), sist endret i ekstraordinær generalforsamling 21. oktober 1998

§ 1 Firmanavn

Selskapets navn er A-pressen ASA

§ 2 Formål

Selskapets formål er informasjonsvirksomhet, liknende virksomhet og deltakelse i andre selskaper som driver informasjonsvirksomhet eller liknende virksomhet. Selskapet skal fremme arbeiderbevegelsens grunnverdier. Som aksjonær i datterselskaper som driver utgivelsesvirksomhet, skal selskapet respektere og verne om redaksjonens frihet og integritet.

§ 3 Forretningskommune

Selskapets forretningskontor er i Oslo.

§ 4 Aksjekapital og aksjer

Selskapets aksjekapital er kr. 144 253 760, fordelt på 7 212 688 aksjer á kr. 20,-, fullt innbetalt og lydende på navn. Selskapets aksjer skal være registrert i Verdipapirsentralen.

§ 5 Begrensning i aksjenes omsettelighet

Erverv av aksjer ved overdragelse er betinget av samtykke fra selskapets styre. Samtykke kan bare nektes når det foreligger saklig grunn for nektelse.

§ 6 Styret

Selskapets styre skal ha ni medlemmer med varamedlemmer. Styrets medlemmer, leder, nestleder velges av bedriftsforsamlingen.

§ 7 Firmategningsrett og prokura

Selskapets firma tegnes av styrets leder, styrets nestleder og administrerende direktør, to i fellesskap. Styret kan meddele prokura.

§ 8 Bedriftsforsamling

Selskapets bedriftsforsamling skal ha 18 medlemmer med varamedlemmer. Bedriftsforsamlingen velger sin leder og nestleder.

§ 9 Generalforsamling

Selskapets ordinære generalforsamling skal behandle:

- a) fastsettelse av resultatregnskap og balanse, herunder anvendelse av overskudd eller dekning av underskudd
- b) fastsettelse av konsernresultatregnskap og konsernbalanse
- c) valg av medlemmer og varamedlemmer til bedriftsforsamlingen
- d) valg av selskapets revisor og fastsettelse av revisors honorar
- e) valg av inntil fem medlemmer til en valgkomité og komitéens leder
- f) andre saker som etter lov eller vedtekter hører under generalforsamlingen.

For aksjer som er overdratt, kan stemmerett utøves tidligst én uke etter at eierskiftet er registrert i Verdipapirsentralen.

§ 10 Endring av vedtektene – stemmerettsregler

Beslutning om å endre vedtektene fattes av generalforsamlingen. Beslutning om å endre vedtektenes § 2 (formål) krever tilslutning fra minst tre fjerdedeler så vel av de avgitte stemmer som av den aksjekapital som er representert på generalforsamlingen. Ved beslutning om å endre vedtektene for øvrig gjelder bestemmelsene i aksjeloven.

Vedlegg 2, Årsrapport 1997 for A-pressen ASA

Vedlegg 3, Årsrapport 1997 for TV 2 AS

Vedlegg 4, Vedtekter for TV 2 AS

VEDTEKTER FOR TV 2 AS

§ 1

Selskapets navn er TV 2 AS.

§ 2

Selskapets forretningskontor er i Bergen.

§ 3

Selskapets formål er å eie og drive en norsk TV kanal overensstemmende med konsesjon for dette samt å engasjere seg i enhver virksomhet som direkte eller indirekte står i forbindelse med dette, herunder å delta i andre selskaper.

§ 4

Selskapet har en aksjekapital på NOK 260.000.000, fordelt på 2.600.000 aksjer á NOK 100. Aksjekapitalen er fullt innbetalt.

§ 5

Selskapets styre består av fra 4 til 20 medlemmer etter generalforsamlingens bestemmelse. Inntil en tredjedel av medlemmene velges av og blant de ansatte.

§ 6

Selskapets firma tegnes av styrets formann og adm.direktør i fellesskap, styrets formann og et styremedlem i fellesskap eller adm.direktør og et styremedlem i fellesskap.

§ 7

Den ordinære generalforsamling skal behandle:

- a. Fastsettelse av resultatregnskap og balanse.
- b. Anvendelse av overskudd, herunder fastsettelse av aksjeutbytte, eller dekning av underskudd.
- c. Valg av styre, styrets formann og viseformann.
- d. Andre saker som etter lov og vedtekter hører under generalforsamlingen.

§ 8

All aksjeomsetning må godkjennes av styret. En eventuell nektelse krever en saklig begrunnelse. Ingen har rett til å eie aksjer i selskapet som er i strid med de begrensninger som til enhver tid måtte følge av selskapets konsesjon.

Aksjenes omsettelighet er innskrenket, idet aksjonærene ved salg har forkjøpsrett til den aksjekurs som beviselig kan oppnås hos en potensiell kjøper.

Aksjonærer som ønsker å selge aksjer må sende skriftlig melding om det til styret, som innen 14 dager skal sende skriftlig melding til de øvrige aksjonærer med oppgave over antall aksjer og aksjekurs.

De aksjonærer som ønsker å bruke sin forkjøpsrett, må innen 14 dager fra mottagelsen av meldingen gi skriftlig melding tilbake til styret om hvor mange aksjer de ønsker å gjøre forkjøpsretten gjeldende for.

Styret skal deretter uten ugrunnet opphold fordele aksjene til de aksjonærer som har gjort forkjøpsrett gjeldende i forhold til hvor mange aksjer hver av dem har på forhånd og gi skriftlig melding om fordelingen til de interesserte.

Innen 14 dager fra de forkjøpsberettigede har fått melding fra styret skal de betale vederlaget kontant mot overdragelse av aksjene.

Hvis forkjøpsrett ikke blir gjort gjeldende, eller blir gjort gjeldende bare for en del av de aksjer som ønskes solgt, kan selgeren overdra de aksjer som det ikke er gjort gjeldende forkjøpsrett for, til andre, forutsatt at kjøperen vedtar forpliktelsene etter aksjonæravtalen ved å underskrive denne.



A-pressen ASA

Stortingsgaten 2
Postboks 1168 Sentrum
0107 Oslo
Tlf: 22 00 90 00
Faks 22 33 40 37

Elcon Securities ASA

Grev Wedels plass 5
Postboks 153 Sentrum
0102 Oslo
Tlf: 23 01 03 00
Faks 23 01 03 01

Enskilda Securities

Skandinaviska Enskilda Banken

Rosenkrantz gate 22
Postboks 1843 Vika
0123 Oslo
Tlf: 22 82 70 00
Faks 22 82 71 11