

**VIKTIG
INNHOOLD.
HVER DAG.**



”

Min ambisjon er at Amedia skal være et godt drevet selskap, en god arbeidsplass og en viktig del av det demokratiske ordsiftet.

ROAR FLÅTHEN
STYRELEDER

Amedia – et sterkt mediekonsern

Amedia er et faktum. Gjennom sammenslåingen av A-pressen og Edda Media er Amedia blitt Norges nest største avis-konsern – og størst på lokalaviser.

Medieverdenen er i stadig omstilling. Teknologien åpner for helt nye kanaler for viderefremidling av innhold. Utfordringene er blitt større i og med at annonseinntekter og opplag går ned, og konjunkturframskrivinger viser at trenden fortsetter. For å motvirke de effektene vi ser av dette, i både i media generelt og i Amedia, er det behov for å forsere arbeidet med en sterkere satsing på elektroniske medier.

Amedia står sterkt i møtet med disse utfordringene. Gjennom sammenslåingen er vi blitt et meget solid avisselskap. Det gir oss utmerkede muligheter for ny utvikling og satsing på et best mulig journalistisk produkt, både for papiravisene og på de nye plattformene. Amedia har et sterkere nedslagsfelt enn A-pressen og Edda hver for seg. Dermed står selskapet også godt rustet til å møte konkurransen om inntektene fra annonsørene.

Papiravisene vil være vårt viktigste produkt og inntektskilde i mange år. Det er en fordel for Amedia at vi er så tunge på lokalaviser. De har en spesiell plass i lokalsamfunnet. En god lokalavis er uvurderlig for samfunnsdebatten og et levende lokaldemokrati. Lokalavisene må videreutvikles og beholde sin sterke posisjon i lokalsamfunnene. Samtidig er det viktig at vi styrker oss på de digitale plattformene.

Integreringsprosessen i Amedia er kommet godt i gang. En viktig oppgave framover er å sveise to forskjellige kulturer sammen til et fellesskap. Det kan bli mange harde tak framover, både for ansatte, tillitsvalgte og ledelsen. Styret og administrasjonen vil i samarbeid med de tillitsvalgte legge opp til tette og gode prosesser i dette arbeidet. Vi må gjøre de omstillingene som skal til, slik at vi har ressurser til å lage et best mulig produkt i form av nyheter, annet innhold og annonser.

Vi har alle forutsetninger for å lykkes. Men det betyr at vi må gjøre jobben.

Min ambisjon er at Amedia skal være et godt drevet selskap, en god arbeidsplass og en viktig del av det demokratiske ordsiftet.

” Etableringen av Amedia har vært et viktig bidrag til å sikre lokalmedienes styrke og posisjon som demokratiske samfunnsinstitusjoner, levende markeds plasser og lokale kulturarenaer.

Styrets beretning

2012 var et begivenhetsrikt år hvor konsernet sto bak gjennomføringen av to av de største transaksjonene i det norske mediemarkedet: salget av TV 2 i februar og kjøpet av Edda Media i juni. Aksjene i Edda Media ble overtatt etter at Konkurransetilsynet hadde godkjent transaksjonen under forutsetning om at avisene Varden og Demokraten ble solgt.

I august ble integrasjonen av A-pressen og Edda Media gjennomført etter at også Medietilsynet godkjente transaksjonen. Medietilsynets godkjenning var betinget av at flere avisvirksomheter i medieregionen Østvikken måtte selges. Amedia klaget pålegget inn for Medieklagenemnda og fikk i januar 2013 medhold slik at også alle posisjonene i Østvikken kunne beholdes i konsernet.

I september skiftet A-pressen navn til Amedia. Det nye sammensmeltede konsernet er den klart ledende lokalmedieaktøren i Norge, med 78 medieposisjoner fra Tvedestrand i sør til Hammerfest i nord. Etableringen av Amedia har vært et viktig bidrag til å sikre lokalmedienes styrke og posisjon som demokratiske samfunnsinstitusjoner, levende markeds plasser og lokale kulturarenaer.

2012 har vært preget av etableringen av det nye konsernet og den nye organisasjonen. Amedia har fått en ny konsernledelse, en ny regional drifts- og ledelsesstruktur og en felles nasjonal markedsorganisasjon. Et omfattende synergi- og forbedringsprogram er igangsatt. De forventede årlige kostnadsbesparelsene, som følge av etableringen av Amedia er 350 millioner kroner. Dette er tiltak som er nødvendig for å sikre konsernets lønnsomhet og utviklingskraft i et mediemarked i betydelig endring.

ÅRSREGNSKAPET

Resultat

Amedia oppnådde i 2012 et brutto driftsresultat (EBITDA) for videreført virksomhet på 355 millioner kroner mot 353 millioner kroner i 2011. Årsresultatet ble 953 millioner kroner (314 millioner kroner i 2011). Salget av TV 2 ga en gevinst på 836 millioner kroner.

Konsernets driftsinntekter ble 4,3 milliarder kroner (3,4 milliarder kroner i 2011).

For videreført virksomhet økte opplagsinntektene med 2,1 prosent, mens annonseinntektene hadde en nedgang på 1,5 prosent. Annonsemarkedet for dagspresse var ustabil i 2012, og spesielt 2. halvår var krevende.

Konsernets digitale annonseinntekter økte med 12,4 prosent og var i 2012 på 293 millioner kroner. De digitale annonseinntektene utgjorde 16 prosent av de totale annonseinntektene.

Trykkeriinntektene økte med 1,2 prosent fra 2011 grunnet omsetningsvekst i trykkeriene i Russland. I Norge sank trykkeriinntektene som følge av nedgang i papirprisen og fallende volum.

Driftskostnadene i 2012 var 4,2 milliarder kroner (3,2 milliarder kroner i 2011). Driftskostnadene for videreført virksomhet var på nivå med i fjor. Personalkostnadene økte noe fra i fjor, men redusert bemanning kompenserte i stor grad for ordinær lønnsvekst. Andre kostnader var noe lavere enn i fjor, primært som følge av lavere kostnader i konsernadministrasjonen og generelt stram kostnadsstyring i hele konsernet.

Det ble foretatt nedskrivninger på totalt 44 millioner kroner, hvorav 38 millioner kroner i forbindelse med verditester (impairment) av de immaterielle eiendelene. Det er foretatt avskrivninger av identifiserte eiendeler ved oppkjøpet av Edda Media på 26 millioner kroner. Amedias netto driftsresultat (EBIT) var 142 millioner kroner (208 millioner kroner 2011).

Resultatet fra tilknyttede selskaper utgjorde 11 millioner kroner (16 millioner kroner i 2011), og besto hovedsakelig av gevinst i forbindelse med at Telemark Distribusjon og MediaPost, etter kjøpet av Edda Media, endret klassifisering fra tilknyttet selskap til datterselskap.

Netto finans var -27 millioner kroner mot -44 millioner kroner i 2011. Reduksjonen skyldes i hovedsak gevinster knyttet til at blant annet NTB har endret klassifisering til tilknyttet selskap.

BALANSE, LIKVIDITET OG KONTANTSTRØM

Amedias totalbalanse var på 4308 millioner kroner per 31.12.2012 (4024 millioner kroner per 31.12.2011). Immaterielle eiendeler var 2272 millioner kroner, en økning på 1540 millioner kroner fra 2011 som hovedsakelig skyldes kjøpet av Edda Media.

Varige driftsmidler økte med 153 millioner kroner. Endringen skyldes i hovedsak investeringer på 85 millioner kroner, samt tilgang av driftsmidler knyttet til kjøpet av Edda Media.

Investering i tilknyttede selskap økte med 196 millioner kroner, hovedsakelig knyttet til selskaper fra Edda Media. De største tilgangene er Gudbrandsdølen Dagingen, Asker og Bærums Budstikke og NTB.

Eiendeler i Varden presenteres i balansen under «Eiendeler klassifisert som holdt for salg» per 31.12.2012. Per 31.12.2011 inkluderte posten hovedsakelig eiendeler i TV 2.

Langsiktig gjeld var 859 millioner kroner (94 millioner kroner per 31.12.2011). I februar ble Amedias lånefasilitet i DNB nedbetalt og kansellert etter salget av TV 2. Det ble i forbindelse med kjøpet av Edda Media i juni trukket opp 800 millioner kroner under ny lånefasilitet i DNB og Nordea. Amedia har oppfylt alle finansielle nøkkeltall overfor bankene med god margin gjennom 2012.

Amedia hadde per 31.12.2012 tilgjengelig 1 000 millioner kroner i uttrukket lånefasilitet hos DNB og Nordea. I tillegg har konsernet en uttrukket kassekreditt på 100 millioner kroner.

Kortsiktig gjeld var 1445 millioner kroner (2421 millioner kroner per 31.12.2011), og består av leverandørgjeld, betalbar skatt, påløpte kostnader, periodiserte inntekter, annen kortsiktig gjeld og forpliktelser klassifisert som holdt for salg. Endringen i kortsiktig gjeld relatert til virksomhet holdt for salg utgjorde 764 millioner kroner.

I forbindelse med at Amedia AS kjøpte egne aksjer fra Institusjonen Fritt Ord i 2009, ble deler av vederlaget konvertert til et ansvarlig lån. Per 31.12.2011 utgjorde lånet 182 millioner kroner inkludert renter og var klassifisert som kortsiktig gjeld. Lånet ble tilbakebetalt 15. desember 2012.

Konsernets egenkapitalandel var 34,4 prosent per 31.12.2012 (28,4 prosent per 31.12.2011). Den finansielle stillingen vurderes som god.

Konsernet hadde en kontantstrøm fra operasjonelle aktiviteter på 383 millioner kroner (361 millioner kro-

”
Framtidig lønnsomhet avhenger av at konsernet lykkes med å øke inntektene fra digitale kanaler.

ner i 2011). I løpet av 2011 ble det utbetalt 85 millioner kroner (184 millioner kroner i 2011) til kjøp av varige driftsmidler. Det ble innbetalt 2100 millioner kroner (104 millioner kroner i 2011) knyttet til salg av aksjer og andeler, varige driftsmidler og andre eiendeler. Bevegelsen var i hovedsak knyttet til salget av TV 2. Det ble utbetalt 1438 millioner kroner (22 millioner kroner i 2011) til kjøp av aksjer i datterselskaper hovedsakelig knyttet til kjøpet av Edda Media. I tillegg er det utbetalt 224 millioner kroner for oppgjør av lån, også det knyttet til kjøpet av Edda Media. Kortsiktig gjeld ble nedbetalt med 784 millioner kroner (5 millioner kroner i 2011). Det ble tatt opp ny langsiktig gjeld med 800 millioner kroner (119 millioner kroner i 2011). Netto endring i likvider gjennom året var 89 millioner kroner (82 millioner kroner i 2011).

Fortsatt drift

Styret bekrefter at forutsetningen for fortsatt drift er til stede. Årsregnskapet for 2012 er utarbeidet under denne forutsetningen. Til grunn for antagelsen ligger konsernets strategi og langsiktige prognoser.

Styret bekrefter også at årsregnskapet for 2012 er utarbeidet i samsvar med gjeldende regnskapsstandarder, og at opplysningene i regnskapet gir et rettviseende bilde av selskapets og konsernets eiendeler, gjeld, finansielle stilling og resultat som helhet.

Hendelser etter balansedagen

Det har ikke inntruffet hendelser etter balansedagen som har betydning for vurderingen av konsernets stilling og resultat.

FINANSIELL RISIKO

Markedsrisiko

Avisenes viktigste inntektskilde er annonsemarkedet. Markedet for dagspresse var ustabil i 2012, med fallende omsetning i 2. halvår. Tradisjonelt har lokalavisenes annonseinntekter vært vesentlig mindre påvirket av konjunkturer enn annonseinntektene i en del andre mediebedrifter. Dette er fortsatt tilfelle, men den generelle nedgangen og kanalforskyvningen som rammer norsk dagspresse har også påvirket Amedias aviser.

Det er knyttet risiko til opplags- og lesertallsutviklingen. En negativ utvikling påvirker først og fremst opplagsinntektene, men også annonseinntektene siden opplags- og lesertallene danner grunnlaget for innsalget av annonser. Amedia hadde i 2012 en opplagsnedgang på 3,3 prosent mot 3,8 prosent i markedet for øvrig.

Skiftet fra tradisjonelle publiseringskanaler på papir til digitale kanaler går stadig raskere. Framtidig lønnsomhet avhenger av at konsernet lykkes med å øke inntektene fra digitale kanaler, både i reklamemarkedet og i lesermarkedet.

Amedia har norske kroner som basisvaluta, men er gjennom virksomheten i Russland også eksponert for endringer i russiske rubler. Dette innebærer risiko knyttet til kontantstrømmene fra Russland. I tillegg har Amedia balanseposter i russiske rubler, noe som medfører svingning i egenkapitalen fra år til år som følge av omregningsdifferanser. Amedia har valutarisiko knyttet til kjøp av trykkeriutstyr i utenlandsk valuta. Konsernet benytter sikringsinstrumenter som terminkontrakter, opsjoner etc. for å redusere denne valutarisikoen.

Amedia er eksponert for prisendringer i papirmarkedet og deltar i et innkjøpssamarbeid i regi av Mediebedriftenes Landsforbund. Avispapirprisene forhandles årlig med leverandørene. Papirprisen ble redusert med 3,7 prosent i 2012, og papirkostnadene i de norske trykkeriene utgjorde 196 millioner kroner (154 millioner kroner i 2011). Økningen fra i fjor skyldes kjøpet av Edda Media. For mange av trykkeoppdragene viderefaktureres papirkostnaden direkte til kunden. En endring i papirprisen på en prosent utgjør i overkant av en million kroner i resultatendring for Amedia.

Amedia følger en strategi om å være moderat eksponert for svingninger i rentemarkedet, og benytter sikringsinstrumenter for å sikre faste rentenivåer på deler av gjelden. Per 31.12.2012 har Amedia sikret rentenivået for 200 millioner kroner av gjelden fram til 2017 og for 200 millioner kroner fram til 2016 ved bruk av rentebytteavtaler.

Kredittrisiko

Amedia gjør løpende avsetninger for forventet tap på kundefordringer etter vurderinger av fordringsmassen. De siste årene har det vært økt fokus på kundefordringsmassen, kredittrutiner og oppfølging av kunder med negativ utvikling. Avsetning til tap på fordringer er per 31.12.2012 21 millioner kroner (19 millioner kroner per 31.12.2011) og utgjør 4,2 prosent av de totale kundefordringene (6,2 prosent per 31.12.2011).

Likviditetsrisiko

Amedia hadde per 31.12.2012 langsiktige lånefasiliteter og driftskreditter som beskrevet under avsnittet «Balanse, likviditet og kontantstrøm».

FORRETNINGSOMRÅDENE

Forretningsområdene kommenteres med utgangspunkt i sammenlignbare tall hvor resultater fra Edda Media er tatt inn også for 2. halvår 2011. Selskaper solgt eller holdt for salg i 2011 og 2012, samt prosjekt- og omstillingskostnader knyttet til integrasjonen av de to konsernene er holdt utenfor.

Lokale Medier

Lokale Medier hadde en omsetning på 3092 millioner kroner (3100 millioner kroner i 2011). Brutto driftsresultat (EBITDA) ble 242 millioner kroner mot 259 millioner kroner i 2011.

Opplagsinntektene for sammenlignbare aviser økte med 2,3 prosent til tross for at opplaget falt med 3,3 prosent. Økte priser, prisdifferensiering og innføring av fakturagebyr mer enn kompenserte den negative effekten av redusert opplag.

Annonseinntektene var 1659 millioner kroner i 2012 mot 1697 millioner kroner i 2011. Papirannonseinntektene for sammenlignbare aviser i Amedia var 3,1 prosent lavere enn i 2011, mens digitale annonseinntekter økte med 11,3 prosent. Totale annonseinntekter for sammenlignbare aviser i Amedia var 1,7 prosent lavere enn i 2011.

Sum driftskostnader økte med 0,3 prosent fra i fjor. Effektivisering og god kostnadskontroll begrenser en underliggende vekst i kostnadene.

Trykk

Forretningsområdet Trykk omfatter Amedias trykkeri- og distribusjonsvirksomheter i Norge og trykkeriene i Russland. Trykk hadde samlet en omsetning i 2012 på 1612 millioner kroner og et dekningsbidrag på 1064 millioner kroner, på nivå med i fjor. Brutto driftsresultat (EBITDA) var 250 millioner kroner (250 millioner kroner i 2011).

De norske trykkeriene hadde nedgang i omsetning og dekningsbidrag med bakgrunn i fallende opplag. De russiske trykkeriene hadde vekst i dekningsbidraget, og brutto driftsresultat (EBITDA) på 109 millioner kroner er det høyeste noensinne.

Distribusjonsselskapene hadde i 2012 et brutto driftsresultat (EBITDA) på 0 millioner kroner, 9 millioner kroner svakere enn i 2011. Inntektene presses gjennom redusert opplag, og kostnadsutviklingen ble drevet av et høyt lønnsoppgjør for budene i 2012.

Annen virksomhet

Annen virksomhet består primært av fellesfunksjoner, konsernadministrasjon, selskaper som inngår i Amedia Vekst samt gevinster og tap.

Brutto driftsresultat (EBITDA) var -27 millioner kroner (-65 millioner kroner i 2011). Annen virksomhet ble i 2011 belastet med kostnader til forberedelse av kjøpet av Edda Media og tap i forbindelse med salget av Rogalands Avis. I tillegg er kostnadene i konsernadministrasjonene redusert fra fjoråret. Mediehuset Nettavisen har hatt god vekst i omsetningen og en markant bedring av driftsresultatet.

EIERFORHOLD

Eierfordeling i Amedia AS

Telenor Media Invest AS	44,20 %
Landsorganisasjonen i Norge	35,65 %
Stiftelsen Fritt Ord	2,97 %
Fagforbund	8,92 %
Amedia AS	8,26 %

Eierstyring og selskapsledelse

Amedia skal likebehandle alle aksjonærer, ha uavhengige og kompetente medlemmer av styret og ledelsen, samt kvalifisert og uavhengig revisjon. Amedias prinsipper for eierstyring og selskapsledelse («corporate governance») bygger på «Norsk anbefaling til eierstyring og selskapsledelse», tilpasset Amedias situasjon.

PERSONAL OG ORGANISASJON

Arbeidsmiljø

Antall årsverk i Amedia var ved årsskiftet 3429 (2313 per 31.12.2012). Av disse arbeider 451 i Russland.

Gjennomsnittlig sykefravær for Amedias virksomheter i Norge er 5,7 prosent i 2012, opp fra 5,1 prosent i 2011. Som et ledd i arbeidet med å redusere sykefraværet, innførte Amedia i 2005 inkluderende arbeidsliv (IA). Det er meldt inn fem forsikringsaker knyttet til yrkesskader i 2012, men det har ikke vært alvorlige arbeidsulykker, verken i Norge eller Russland.

Likestilling

Amedia skal sikre mangfold og ikke-diskriminering i konsernet, samt fremme likhet i all rekrutteringspraksis. Amedia tolererer ikke atferd som kan oppfattes som diskriminerende. Kollegaer av begge kjønn ønskes på alle nivåer i bedriften, og alle ansatte inkluderes, uansett kjønn, alder, bakgrunn og fase i livet.

Av Amedias ansatte i Norge har kvinner en gjennomsnittslønn på kroner 482 000 og menn kroner 575 000. Forskjellen oppstår fordi menn i større grad enn kvinner har ledende stillinger. Det jobbes kontinuerlig med å skape en bedre balanse mellom kvinner og menn i ledende stillinger. Av de fast ansatte i Norge er ca. 40 prosent kvinner.

Konsernstyret i Amedia består av ni medlemmer, hvorav tre er kvinner. Det er to kvinner (av ti) i Amedias konsernledelse. Av Amedias 118 datterselskaper med daglig drift, har 24 (20 prosent) kvinnelig daglig leder. Av Amedias 66 abonnementsaviser, har tolv aviser (18 prosent) kvinnelig redaktør.

DET YTRE MILJØ

Produksjon av aviser fram til trykk er i liten grad en virksomhet som påvirker det ytre miljø. Energikilde i produksjon av aviser er elektrisitet som hovedsakelig kommer fra fornybare energikilder. Deler av energien fra drift av trykkpresser brukes også til oppvarming av trykkerilokalene. Innsatsfaktorer i produksjon av aviser er hovedsakelig avisepapir, trykkplater, trykkfarger og kjemikalier som leveres til godkjente firmaer for gjenvinning eller deponering/destruksjon. Alt spesialavfall blir levert til godkjent avfallsdeponi for spesialavfall. Det er i veldig liten grad giftstoffer i trykkfargen.

Amedia er svært opptatt av å forebygge uhell som kan føre til ukontrollerte utslipp eller annen type miljøbelastning. Selskapet vil overholde alle myndighetspålagte miljøkrav, og drive virksomheten på en måte som fører til minst mulig belastning for miljøet, både lokalt og globalt.

Deler av Amedias virksomhet og produksjon innenfor trykk og distribusjon forurenses lokalt i form av støv og støy. Det er iverksatt tiltak, som så langt det er mulig, reduserer dette. Støy begrenses ved støydempepe lokaler og personlig beskyttelse i form av hørselvern. Streng internkontroll, både av den enkelte ansatte og maskinvare, reduserer ulykkesrisikoen.

Trykkerivirksomheten har ingen utslipp som krever utslippstillatelser. Selskapet har også montert egne installasjoner for energigjenvinning, samt system for kildesortering for å begrense restavfallet i størst mulig grad.



Konsernets
aviser skal
levere den
beste lokal-
journalistikken
og de mest
attraktive
annonse-
kanalene
til kundene

Alt papir som forbrukes i trykkeriene er kjøpt fra papirleverandører som garanterer at trevirket er hentet ut fra bærekraftig skogbruk. Alt papir er også godkjent for bruk i Svanemerkede trykksaker. I Russland kjøpes alt papiret fra leverandører som har ISO-9000 sertifikater.

Trykkeriene i Norge forbrukte 53 839 tonn papir og 1238 tonn trykkfarge i 2012.

AMEDIA AS MORSELSKAPET

Amedia AS sitt resultat før skattekostnad er 798 millioner kroner (381 millioner kroner i 2011) etter inntektsført konsernbidrag fra datterselskapene på 475 millioner kroner (244 millioner kroner i 2011) og gevinst fra salget av TV 2 på 583 millioner kroner. Årets resultat etter skatt ble 769 millioner kroner (354 millioner kroner i 2011). Styret foreslår overfor generalforsamlingen at det deles ut 120,8 millioner kroner i utbytte for 2012. Fri egenkapital i Amedia utgjør etter dette 274,4 millioner kroner per 31.12.2012 (69 millioner kroner per 31.12.2011). Styret kjenner ikke til forhold etter regnskapsårets slutt som har negativ betydning for årsregnskapet.

Amedia AS eier per 31.12.2012 totalt 133 datterselskaper, 21 tilknyttede selskaper og 10 felleskontrollerte virksomheter. Av disse er blant annet 78 aviser i Norge, trykkerier i Norge og Russland, samt digitale virksomheter. Selskapenes virksomhet drives over hele Norge, samt i enkelte byer i Russland.

Morselskapet ivaretar en rekke fellesfunksjoner for konsernselskapene. Disse omfatter blant annet opplæring, innkjøp, finansforvaltning samt salgs- og markedsfunksjon. Hovedkontoret i Oslo hadde ved utgangen av året 62 ansatte. Driften og aktiviteten i morselskapet finansieres gjennom administrasjonsavgift fra datterselskapene, samt konsernbidrag fra de datterselskapene som ikke mottar pressestøtte. I tillegg til egne ressurser, benytter morselskapet seg av spesialkompetanse som datterselskapene og de tilknyttede selskapene besitter.

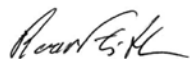
FRAMTIDSUTSIKTER

Mediebransjen har vært, og vil være, i endring. Det er fortsatt usikkerhet knyttet til den økonomiske situasjonen i Europa og i hvilken grad den vil gi ringvirkninger i Norge. Det ventes moderat vekst i Norge og med dette ligger forholdene til rette for vekst i reklamemarkedet i 2013. De strukturelle endringene som er observert de senere år, antas imidlertid å fortsette i 2013. Som følge av dette ventes det nedgang i markedet for dagspresse og i Amedias annonseomsetning i 2013.

Amedia vil i 2013 utvikle den nye organisasjonen videre. Konsernets aviser skal levere den beste lokaljournalistikken og de mest attraktive annonsekanalene til kundene. De eksisterende nr.1-posisjoner skal forsvares og utvikles. Vridningen mot digitale kanaler skjer stadig raskere, og det vil være sterkt fokus på vekst og økt lønnsomhet fra digitale kanaler på mobil og nett. Synergi- og forbedringsprogrammet samt kontinuerlig kostnadseffektivisering skal gi rom for de satsninger som må til for å lykkes i en ny mediefremtid.

Styret retter en takk til alle ansatte i Amedia for innsatsen og arbeidsviljen som er vist i 2012. Det har vært et krevende år, preget av betydelige omstillinger og usikkerhet i store deler av organisasjonen. Til tross for dette har dyktige medarbeidere prestert godt, og har sammen etablert Norges største lokalmediekonsern.

Oslo, 15. mai 2013



ROAR FLÅTHEN
STYRELEDER



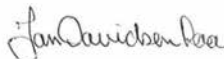
KNUT IVAR SOLNES
NESTLEDER



ERIK NORD
STYREMEDLEM



ODDVAR HESJEDAL
STYREMEDLEM



JAN DAVIDSEN RAA
STYREMEDLEM



ELLEN STENSRUD
STYREMEDLEM



BODIL WERNER
STYREMEDLEM



STEIN ERIK SNEVE
STYREMEDLEM



ANNE RØNNINGSBAKK
STYREMEDLEM



GLENN VEIBY
KONSERNSJEF (KONST.)

STYRET I AMEDIA



1



4



7



2



5



8



3



6



9

1 | ROAR FLÅTHEN
STYRETS LEDER
Landsorganisasjonen Norge.
I styret siden 2012.

2 | KNUT IVAR SOLNES
STYRETS NESTLEDER
Telenor Media Invest.
I styret siden 2012.

3 | ERIK NORD
STYREMEDLEM
Telenor.
I styret siden 2001.

4 | ODDVAR HESJEDAL
STYREMEDLEM
Telenor.
I styret siden 2012.

5 | JAN DAVIDSEN RAA
STYREMEDLEM
Fagforbundet.
I styret siden 2005.

6 | ELLEN STENSRUD
STYREMEDLEM
Landsorganisasjonen Norge.
I styret siden 2011.

7 | BODIL WERNER
STYREMEDLEM
Ansatterepresentant
Sarpsborg Arbeiderblad.
I styret siden 2001.

8 | STEIN ERIK SNEVE
STYREMEDLEM
Ansatterepresentant
Avisa Nordland.
I styret siden 2010.

9 | ANNE RØNNINGSBAKK
STYREMEDLEM
Ansatterepresentant
Nr1 Trykk.
I styret siden 2013.