



## STAMPEN AB

### Bokslutskommuniké januari-december 2009

- Omsättningen uppgår till MSEK 5 072 (5 096)
- Rörelseresultatet (EBITA) uppgår till MSEK 214 (269). I rörelseresultatet ingår omstruktureringskostnader med MSEK 53 (58) samt engångsposter i form av reavinster från radioförsäljning MSEK 91 och återbetalning av TU-avgifter MSEK 59
- Annonsintäkterna är MSEK 360 ( 20 %) lägre än föregående år för jämförbara enheter
- Fortsatt kostnadsfokus begränsar konjunkturens negativa resultatpåverkan
- V-TAB tog steget in i heatset-marknaden
- Stampens nyförvärv Mobiento visar stark tillväxt
- 47 tidningar gör nu affärer med mktmobil
- Från och med 2009 tillämpar Stampen-gruppen International Financial Reporting Standards (IFRS)

### STAMPEN -GRUPPEN I SIFFROR

| Resultaträkning, MSEK                                | 2009         | 2008         | 2007*        | 2006*        | 2005*        |
|------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Intäkter                                             | 5 072        | 5 096        | 5 057        | 3 016        | 1 778        |
| Rörelseresultat före avskrivning av goodwill (EBITA) | 214          | 269          | 652          | 280          | 93           |
| Rörelseresultat (EBIT)                               | 214          | 269          | 563          | 225          | 85           |
| Finansnetto                                          | -41          | -115         | -51          | -41          | 37           |
| Resultat efter finansiella poster (EBT)              | 173          | 154          | 511          | 184          | 122          |
| <b>Nyckeltal</b>                                     | <b>2 009</b> | <b>2 008</b> | <b>2 007</b> | <b>2 006</b> | <b>2 005</b> |
| Tillväxt, %                                          | -0,5         | 0,8          | 67,7         | 69,7         | 9,4          |
| Rörelsemarginal, %                                   | 4,2          | 5,3          | 11,1         | 7,4          | 4,8          |
| Kassaflöde från löpande verksamhet, MSEK             | 271          | 315          | 399          | 297          | 239          |
| Avkastning på eget kapital, %                        | 8,4          | 9,4          | 35,8         | 20,2         | 22           |
| Soliditet, %                                         | 33,4         | 31,4         | 40,6         | 25,8         | 22,2         |

\*2005-2007 är ej justerat enligt IFRS

## KONCERNCHEFENS KOMMENTAR

2009 blev ett dramatiskt år för mediebranschen. Den globala finansiella krisen och lågkonjunkturen slog också mot vår bransch. Ingen kunde egentligen vara förberedd på kraften och hastigheten i det som hände.

Stampen-gruppens strategi har verkat till vår fördel också i den här situationen. Starka lokala varumärken i en effektiv koncernstruktur är en målbild som styr vår strategi. Kostnadsrationaliseringar är en del av den kontinuerliga verksamheten. Det är så Stampen-gruppen skapar kraft att gå framåt. Vi har i krisen kunnat fokusera på kassaflödet och genomfört såväl planerade som nya åtgärder och kostnadsbesparingar. Vi har också kunnat genomföra förvärv och investeringar i planerad takt och klarat av att se både det korta och långa perspektivet i vår verksamhet.

### Några viktiga noteringar under 2009:

Samtliga annonsmarknader tappade mycket kraftigt under året. När ekonomin vänder uppåt visar det sig vad som var konjunkturellt och vad som är strukturellt. Stampens tro på den lokala publicistiska affären i nära relation med medborgarna är dock obruten. Vårt jobb är att bredda antalet kanaler för vårt lokala erbjudande. Att vara etta på den lokala marknaden, oberoende av kanal, är målet. Därför är det glädjande att kärnan i vår verksamhet, den prenumererade papperstidningen, fortsätter hävda sig väl upplagemässigt. GP:s satsning på en utökad söndagstidning är ett framgångsrikt exempel.

V-TAB fortsätter att visa en stabil verksamhet med ett bra resultat och kassaflöde. Under hösten förvärvade V-TAB en anläggning för heatset-tryck, vilket innebär ett välkommet tillskott i utbudet. Före årsskiftet stod den nya tryckerianläggningen klar i Landvetter. Den har en kapacitet att trycka 96 sidor full fyrfärg och en hastighet på ca 70 000 tidningar/timma. Anläggningen är nu igång.

Mobiento, Nordens ledande aktör på mobil marknadsföring, förvärvades av Stampen i juli. Bolaget har utvecklats mycket positivt under året och visar en stark tillväxt. Glädjande är också att Mobiento fått ett starkt erkännande internationellt och bl a vunnit MMA, Global Mobile Marketing Award. Mobiento är en del av Stampen Media Partner, ett spännande företag inom digitala medier och tillväxtmedier med företag som Familjeliv, SvenskaFans och Appelberg i portföljen.

Lanseringen av mktmedias webbplattform är genomförd och koncernens alla mediehus har nu webbar i samma tekniska plattform. Det lägger grunden för en effektiv gemensam affärsutveckling. Under 2010 genomför mktmedia ett antal försök med betalt redaktionellt innehåll. Satsningen på en mobil plattform fortsätter och redan nu kan 47 tidningar göra affärer med mktmobil som kundkanal.

Tillsammans med utvalda varumärkesannonsörer arbetar vi med att utforska och definiera morgondagens modeller för att bygga starka kundrelationer. Vi lägger ett antal framgångsrika försök bakom oss under 2009 och fler väntar 2010. Det är detta vi kallar Stampens kundfokusarbete.

I somras bildades den nya arbetsgivarorganisationen Medieföretagen och TU övergick till att bli en ren branschorganisation. I samband med organisationsförändringen återbetalade TU överskottet av historiskt inbetalade medlemsavgifter till medlemmarna.

För att stärka det ekonomiska resultatet i Promedia och GISAB beslutades i slutet av året att omgruppera verksamheterna utifrån ett geografiskt perspektiv. Promedia stärker därmed sin ställning i Mälardalen och GISAB fokuserar på marknaden i Stockholm.

Stampens styrelse förändrades genom att Lars Hjärne avgick efter 49 år och Lennart Hörling, vd Nya Lidköpings-Tidningen samt Lidköpingspress, valdes in. Boine Gepertz tillträdde som VD för Mediabolaget Västskusten.

Tomas Brunegård

VD och koncernchef Stampen-gruppen

## KONCERNENS OMSÄTTNING OCH RESULTAT

Omsättningen minskade med MSEK 24 till MSEK 5 072.

En mycket instabil annonsutveckling har lett till stora intäktsbortfall i våra tidningsverksamheter. Samtliga annonsmarknader har utvecklats negativt under året. Annonsintäkterna är MSEK 360 (20 %) lägre än föregående år för jämförbara enheter. Utmärkande är platsannonseringen som påverkats mycket kraftigt av konjunkturläget. Även inom affärsområde V-TAB har konjunkturen påverkat omsättningen negativt med intäktsstapp om 6 procent jämfört med föregående år. V-TAB har fortsatt att arbeta offensivt med att sänka sina kostnader samt tagit in flera nya affärer, vilket bidragit till ett starkt resultat.

Genom ett målmedvetet arbete med att omstrukturera och effektivisera verksamheterna i kombination med införande av direkta sparåtgärder har effekten av lågkonjunkturen kunnat dämpas till ett rörelseresultat (EBITA) som uppgår till MSEK 214 (269).

Jämförelsestörande poster mot föregående års omsättning är följande:

- GISAB, vilka endast ingick i koncernen under en månad föregående år och som per december omsätter MSEK 321 (24)
- reavinst vid försäljning av radioverksamheten uppgående till MSEK 91
- återbetalning av medlemsavgifter från TU om MSEK 59

Justerat dessa poster, understiger omsättningen föregående år med 471 MSEK (-9,3 %)

### Rörelseresultat (EBITA) per affärsområde (MSEK)

|                               | 2009       | 2008*      |
|-------------------------------|------------|------------|
| GP                            | -6         | 90         |
| Promedia                      | 32         | 55         |
| Mediabolaget Västkusten       | 54         | 70         |
| V-TAB                         | 150        | 150        |
| Stampen Media Partner         | 7          | 12         |
| GISAB                         | 36         | 1          |
| Övriga verksamheter           | -6         | -51        |
| Omstruktureringskostnader     | -53        | -58        |
| <b>Stampen-gruppen totalt</b> | <b>214</b> | <b>269</b> |

\*Från och med 2009 tillämpar Stampen-gruppen International Financial Reporting Standards (IFRS). Alla jämförelsetal är omräknade i enlighet med IFRS 1.

I rörelseresultatet ingår omstruktureringskostnader med MSEK 53 (58) samt engångsposter i form av reavinster från radioförsäljning MSEK 91 och återbetalning av TU-avgifter MSEK 59.

Resultatet efter finansnetto (EBT) uppgår till MSEK 173 (154)

## INFORMATION OM VERKSAMHETEN

Stampen-gruppen är idag en av Sveriges största ägare av dagstidningar. Stampen äger också interaktiva mötesplatser, tryckerier, distributionsbolag och gratistidningar.

I Stampen-gruppen utgör affärsområdena Göteborgs-Posten, Promedia, Mediabolaget Västkusten och V-TAB de största verksamheterna. I koncernen ingår också affärsområdena GISAB (Gratistidningar i Stockholm AB) och Stampen Media Partner.

## GISAB

GISAB driver idag 35 lokala hushållsdistribuerade gratistidningar i Stor-Stockholm med en veckoupplaga på 1,1 miljoner exemplar.

Den positiva utvecklingen under 2009 bygger på att GISAB, i högkonjunktur, systematiskt arbetat med att sänka sin kostnadsnivå och ökat den interna effektiviteten.

I slutet av 2009 beslutades en rad strukturaffärer mellan GISAB och Promedia, vilket för GISAB innebär ökat fokus på marknaden i Stockholm. Att strukturera verksamheterna utifrån ett geografiskt perspektiv skapar också nya möjligheter till utveckling och stärker det ekonomiska resultatet.

GISAB redovisar ett rörelseresultat (EBITA) före omstruktureringskostnader på MSEK 36 med en marginal på 11 %. Omsättningen uppgår till MSEK 321.

## Göteborgs-Posten

Göteborgs-Posten är Sveriges näst största morgontidning med drygt 600 000 läsare. GP når ut dygnet runt med nyheter i papperstidningen, webb, webb-tv och mobil. Tidningen har en ledande ställning i regionen, både vad gäller räckvidd och annonsintäkter. Papperstidningen har en räckvidd som är överlägset störst bland storstadstidningarna i landet och räckvidden för de digitala kanalerna, framför allt mobilen, ökar starkt.

Den kraftiga konjunkturedgången har slagit hårt mot Göteborgs-Postens annonsintäkter. Likt övriga storstadstidningar har GP under 2009 haft en kraftig nedgång i annonsintäkter, framför allt vad gäller plats- och varumärkesannonsering. Totalt sett är annonsintäkterna MSEK 198 lägre än under samma period föregående år. Upplagan minskar något, men upplageintäkterna ökar däremot med MSEK 6.

Tack vare ett starkt kostnadsfokus begränsas resultatförsämringen mot föregående år. Kostnader för produktion, distribution, bemanning och övriga rörelsekostnader har minskat med MSEK 70 jämfört med föregående år.

Engångseffekter som förbättrar resultatet är bland annat återbetalning av TU-avgifter och försäljning av en fastighet i London om totalt MSEK 27. Resultatet belastas dock av engångskostnader, främst för bemanningsminskning om MSEK 8.

Omsättningen för 2009 är MSEK 1 153. Rörelseresultatet (EBITA), före omstruktureringskostnader, uppgår till MSEK -6 jämfört med MSEK 90 föregående år.

### **Västkusten**

I Mediabolaget Västkusten ingår fem lokala mediehus: Hallandsposten, Hallands Nyheter, TTELA, Bohuslänningen och Strömstads Tidning. Mediekanalerna omfattar prenumererade morgontidningar, gratistidningar, webbsidor, webb-TV samt mobila tjänster.

Lågkonjunkturen har inneburit en kraftig nedgång i annonsintäkter, en nedgång som började redan sommaren 2008. Intäktsbortfallet blev störst på platsannonser (en halvering), medan rubrikmarknaderna motor och fastighet, samt försäljningen på riksmarknaden, har minskat med runt 25 %. Den lokala detaljistmarknaden drabbades inte lika mycket. Totalt har annonsintäkterna minskat med MSEK 45 eller 14 %, medan upplageintäkterna har ökat med 1 %.

De synergigåtgärder som genomfördes efter bildandet av Mediabolaget Västkusten 2007 har fått full effekt på kostnadssidan 2009. Därtill har också kortsiktiga besparingar genomförts under året för att möta de minskade intäkterna. Nya satsningar på digitala media, en kraftig prishöjning på tidningspapper och mera normala kostnadsökningar på löner och distribution mm innebär att de totala kostnaderna har minskat med endast drygt 1 %. I resultatet ingår engångsposter på totalt MSEK 30 i form av reavinst vid försäljning av radioverksamheten samt återbetalning av TU-medel.

Omsättningen uppgår till MSEK 555. Rörelseresultatet (EBITA), före omstruktureringarkostnader om MSEK 9, uppgår till MSEK 54 jämfört med MSEK 70 föregående år.

I juni 2009 tillträdde Boine Gepertz som VD och affärsområdeschef.

### **Promedia**

Promedia har ett geografiskt fokus på området kring Mälardalen och Bergslagen och omfattar 14 lokal-tidningar, verksamhet inom distribution, digital kommunikation samt registrering samt kvalitetskontroll av TV- och tidningsreklam. Till affärsområdet räknas, utöver verksamheten i Mediabolaget Promedia i Mellansverige AB, även ägarbolagen VLT AB och Liberala Tidningar i Mellansverige AB.

Under första halvåret genomfördes kostnadsbesparingsåtgärder på MSEK 50 i syfte att möta den kraftfulla konjunkturedgången. Under året har även ett strukturellt program för resultatförbättring om MSEK 100 i årstakt avslutats. Förtjänsterna av dessa program har realiserats successivt och kommer att få full effekt under 2010.

Affärsområdets omsättning 2009 uppgår till MSEK 1 247 (1 357) med ett rörelseresultat (EBITA) på MSEK 32 (55), inklusive engångsposter avseende försäljning av radioverksamhet om MSEK 33 samt återbetalning av TU-avgifter om MSEK 19. Den minskade omsättningen förklaras av lägre annonsintäkter. Rörelseresultat (EBITA) exkluderar omstruktureringarkostnader om MSEK 18 (23).

För att gemensamt stärka det ekonomiska resultatet beslutades i slutet av året, tillsammans med systerbolaget GISAB, att omgruppera verksamheter utifrån ett geografiskt perspektiv. Förändringen skapar bättre förutsättningar och stärker positionerna på respektive marknader.

### **Stampen Media Partner**

Stampen Media Partner driver koncernens utveckling inom *Social Media* (Familjeliv, Bröllopstorget, SvenskaFans och Odlå), *Corporate Media* (Appelberg och Dobb Production) och *Mobile Media* (Mobiento och Adiento). Affärsområdet sysselsätter 120 anställda, verksamma vid kontor i Sverige, Norge, Danmark, Polen och Kina.

Under året förvärvades Mobiento, Nordens ledande aktör inom mobil marknadsföring. Företaget har utvecklats mycket väl under året med en tillväxt på 40 procent och positiv rörelsemarginal. Under 2009 har flera av bolagen inom Stampen Media Partner fått branschutmärkelser. Internetworld utsåg Familjeliv till Sveriges bästa community och SvenskaFans till Sveriges bästa sportsajt. Mobiento belönades för bästa mobilkampanj med Adidas vid MMA Global Awards i Los Angeles. I Guldbladsgalan vann Appelberg Guldbladet tillsammans med Telenor i klassen "årets nykomling" och Silverbladet i klassen "bästa omslag".

Nedgången i annonskonjunkturen under 2009 medförde att tillväxten inom affärsområdet tillfälligt avstannade. Samtliga bolag lyckades dock behålla eller öka sina marknadsandelar, vilket gav ett rörelseresultat (EBITA), före omstrukturingskostnader, på MSEK 7 (12). Omsättningen uppgår till MSEK 141.

### **V-TAB**

V-TAB är Nordens största tryckerikoncern med elva helägda anläggningar på nio orter i Sverige. Dessutom äger V-TAB 35 % i Markbladet Tryckeri AB.

Under senare delen av året förvärvade V-TAB ett boktryckeri i Avesta och ett heat-set tryckeri i Södertälje. I december påbörjades produktionen i den nybyggda anläggningen i Landvetter och med anledning av detta har kapacitets- och personalförändringar genomförts under året.

Omsättningen uppgår till MSEK 1 895. Beläggningen i anläggningarna har varit ca 10 % lägre än föregående år. Rörelseresultatet (EBITA) före omstrukturingskostnader uppgår till MSEK 150, vilket är i nivå med föregående års resultat. Omstrukturingskostnaderna innefattar avveckling av anläggningen i Aröd om MSEK 13.

## **ÖVRIGA VERKSAMHETER**

### **Mktmedia**

mktmedia är ett utvecklingsbolag, vars uppdrag är att möjliggöra nya intäkter för bolagen inom mediekoncernerna Stampen, MittMedia, Eskilstuna-Kuriren och Nya Lidköpings-Tidningen. Under 2009 har mktmedia färdigställt och levererat det mest omfattande samordningsprojektet i svenska mediehus, mktwebb. mktwebb är en gemensam webb-plattform, som nu omfattar 32 svenska mediehus och sammanlagt 47 tidningstitlar.

Satsningen på en mobil plattform börjar också nå sitt mål som helhetslösning för tidningarnas mobila tjänster och koncept till läsare och annonsörer. Redan nu kan 47 tidningar göra affärer med mktmobil som kundkanal och katalysator. Anpassningen till den mobila plattformen handlar inte bara om teknik utan också om ett nytt tänk kring affärsprocessen, där över 20 olika mobiltjänster har tagits fram. Under 2009 etablerades också en affärsutvecklingsprocess för samtliga mediehus i mktmedia.

### **Radioverksamheten**

Sedan januari 2009 är Stampen-gruppen delägare i den tyska mediekoncernen ProSiebenSat 1:s svenska radioverksamhet, SBS Radio. Stampen-gruppens ägarandel i SBS Radio är 20 %.

Utvecklingen för denna radioverksamhet har varit positiv under året jämfört med föregående år, trots den kärva konjunkturen. Aktierna i SBS Radio erhöles i utbyte mot den radioverksamhet som Stampen-gruppen tidigare bedrivit i egen regi och i samarbete med MTG Radio. Med utgångspunkt från de avtal som träffats mellan Stampen-gruppen och SBS Radios ägarbolag har en värdering gjorts av aktieposten i SBS Radio och värdet har fastställts till MSEK 100, vilket ger en positiv resultateffekt på MSEK 91. Resultatutvecklingen i SBS Radio skapar goda möjligheter till en högre värdering på sikt.

### **Samedio Affärsservice**

Samedio Affärsservice utvecklar och standardiserar effektiva affärsservicetjänster inom IT, ekonomi, löneservice, fastighetsservice och inköp.

Genom att införliva tillkommande verksamheter/bolag inom gruppen uppnås skalfördelar och kostnadssynergier för Stampen-gruppen.

### **VTD**

VTD ansvarar för morgontidningsdistributionen i stora delar av västra Sverige. Verksamheten är indelad i två affärsområden; distribution och logistik. VTD ägs idag till lika delar av sju morgontidningar (Alingsås Tidning, Bohuslänningen, Borås Tidning, Göteborgs-Posten, Hallandsposten, Nya Lidköpings-Tidningen, TTELA). Totalt distribueras ett femtiotal olika titlar.

Verksamheten utvisar en stark kvalitets- och resultatutveckling och överträffar 2009 års förbättrings- och besparingsmål. Nästa steg i utvecklingen har påbörjats för att övergå till ny organisations- och distributionsmodell med införande av filialer och starkare nattorganisation.

## **MODERBOLAGET**

### **Ägarförhållanden i Stampen AB**

| Aktier                            | Röstandel (%) | Kapitalandel (%) |
|-----------------------------------|---------------|------------------|
| Peter Hjärne med familj och bolag | 74            | 65               |
| Marika Cobbold med familj         | 13            | 14               |
| Sven Nordgrén med familj          | 11            | 14               |
| Övriga                            | 2             | 7                |

Inom moderbolaget samlas bl a koncerngemensamma ledningsfunktioner inom ekonomi/finans, HR, kommunikation, IT och legala frågor. Försäljningen av radioverksamheten påverkade rörelseresultatet (EBITA) positivt med MSEK 37. Moderbolaget har 14 anställda.

### **INVESTERINGAR**

Koncernens investeringar i immateriella och materiella anläggningstillgångar uppgick till MSEK 312 (180). I aktier och andelar har investeringar via moderbolaget och dotterföretag skett med MSEK 289 (674).

Koncernens totala investeringar under perioden uppgår till MSEK 601 (854).

I moderbolaget har inga väsentliga investeringar gjorts.

### **FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET**

Koncernens likvida medel uppgår vid periodens slut till MSEK 213 (437) och outnyttjad checkräkningskredit uppgår till MSEK 159 (172).

Koncernens soliditet är 33 procent.

Moderbolagets likvida medel uppgår vid periodens slut till MSEK 164 (261) och outnyttjad checkräkningskredit uppgår till MSEK 156 (170).

Moderbolagets soliditet är 53 procent.

## **PERSONAL**

Under året har vi utvecklat en struktur med ambition att driva både kompetensförsörjning och kunskapsöverföring tvärs genom gruppens samtliga bolag. Vi har kontinuerligt arbetat med jämställdhetsfrågor i koncernens olika bolag, vilket nu resulterat i en koncernövergripande jämställdhetspolicy.

Stampen-gruppens första gemensamma traineeprogram startade våren 2009. Syftet med programmet är en både kort- och långsiktig uppbyggnad av ledare och specialister och att bygga förståelse för hela affären genom koncerngemensamma projekt. Traineeprogrammet är, tillsammans med bland annat Stampens Ledarskapsprogram, en del av satsningarna inom kompetensutveckling som är ett av Stampen-gruppens fem fokusområden till 2014.

## **RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER**

De finansiella och operationella risker som påverkar Stampen-gruppen och Stampen AB beskrivs i 2008 års årsredovisning, not 1.

## **HÄNDELSER EFTER RAPPORTPERIODENS UTGÅNG**

Efter periodens utgång har V-TAB:s nya tryckerifastighet i Härryda sålts till Hemfosa Fastigheter AB. V-TAB kvarstår som hyresgäst med ett långsiktigt hyreskontrakt. Byggnaden är ca 10 000 kvm och tillträde sker 1 mars 2010.

## **NÄRSTÅENDE TRANSAKTIONER**

Transaktioner med närstående som väsentligen påverkat koncernens och moderbolagets resultat och ställning har inte förekommit.

## **REDOVISNINGSPRINCIPER**

Bokslutskommunikén har upprättats i enlighet med IAS 34 Interim Financial Reporting och för moderbolaget i enlighet med Årsredovisningslagen.

Från och med 2009 tillämpar Stampen-gruppen International Financial Reporting Standards (IFRS). Alla jämförelsetal är omräknade i enlighet med IFRS 1. I bilaga 1 lämnas ytterligare information om de effekter övergången till IFRS fått på jämförelseperiodens uppgifter. Övergången till IFRS i koncernen har inte inneburit några ändrade redovisningsprinciper i moderbolaget.

Av nya standards från 2009 har endast den omarbetade IAS 1, Utformning av finansiella rapporter, påverkat redovisningen. Tillämpningen har inneburit att rapporten över förändringar i eget kapital endast innehåller transaktioner med ägarna samt totalresultatet. Intäkter och kostnader, som tidigare redovisats direkt mot eget kapital, redovisas numera i en separat rapport, Rapport över totalresultat, direkt efter resultaträkningen. Tillämpningen av IAS 1 har inte påverkat några värderingsprinciper.

Den nya standarden IFRS 3, rörelseförvärv, har tillämpats i förtid.

Göteborg den 16 januari 2010

Tomas Brunegård  
Verkställande direktör och koncernchef Stampen-gruppen



**Kommande rapporter**

Delårsrapport för Stampen AB, 1 januari – 30 juni 2010, kommer att publiceras i början av september 2010.

Stampen AB  
405 02 Göteborg  
Besöksadress: Polhemsplatsen 5  
Tel: +46 (0)31 62 43 00  
Org.nr: 556308-4630

För mer information:  
Ann Flyning  
Kommunikationschef, Stampen AB  
Tel: +46 (0)31 62 43 51  
Mobil: +46 (0)70 512 01 12



Stampen-gruppen är en snabbt växande mediekoncern som idag är en av Sveriges största ägare av dagstidningar. Stampen äger också interaktiva mötesplatser, tryckerier, distributionsbolag och gratistidningar. Stampen omsätter över 5 miljarder kronor.

[www.stampen.com](http://www.stampen.com)

## GRANSKNINGSRAPPORT

### *Inledning*

Vi har utfört en översiktlig granskning av bokslutskommunikén för Stampen AB per den 31 december 2009 och den tolv månaders period som slutade detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna bokslutskommuniké i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna bokslutskommuniké grundad på vår översiktliga granskning.

### *Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning*

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med Standard för översiktlig granskning (SÖG) 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt Revisionsstandard i Sverige RS och god revisionssed i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

### *Slutsats*

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att bokslutskommunikén inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningen.

Håkan Jarkvist  
Auktoriserad revisor

Magnus Götenfeldt  
Auktoriserad revisor

