



Resultatpresentasjon Q1 2025

tall sammenlignbare med fjorår

30. april 2025

VALDRES
norddalen



2025 har startet positivt for Gudbrandsdølen-gruppen, og vi er fornøyde med den økonomiske utviklingen så langt. Kostnadene våre – som er det vi faktisk kan og skal ha kontroll på – følger budsjettet tett. Vi har lagt opp til et forsiktig budsjett med lav inntektsrisiko, og det er derfor gledelig at vi ligger foran på både annonse- og opplagsinntekter.

Selv om vi budsjetterer konservativt, har vi høyere ambisjoner enn det som er nedfelt i tallene. Spesielt opplagsutviklingen er krevende. Som forventet ser vi effekten av at vi har blitt en del av +Alt, noe som har ført til et tap av digitale abonnenter. I tillegg har heldigitaliseringen av Norddalen også bidratt til abonnementsnedgang. På den positive siden ser vi nå en høyere gjennomsnittsinntekt per abonnent, i stor grad takket være +Alt-samarbeidet. Fremover er vekst og tilfang av digitale abonnenter vår klart viktigste strategiske oppgave – på tvers av alle våre selskaper.

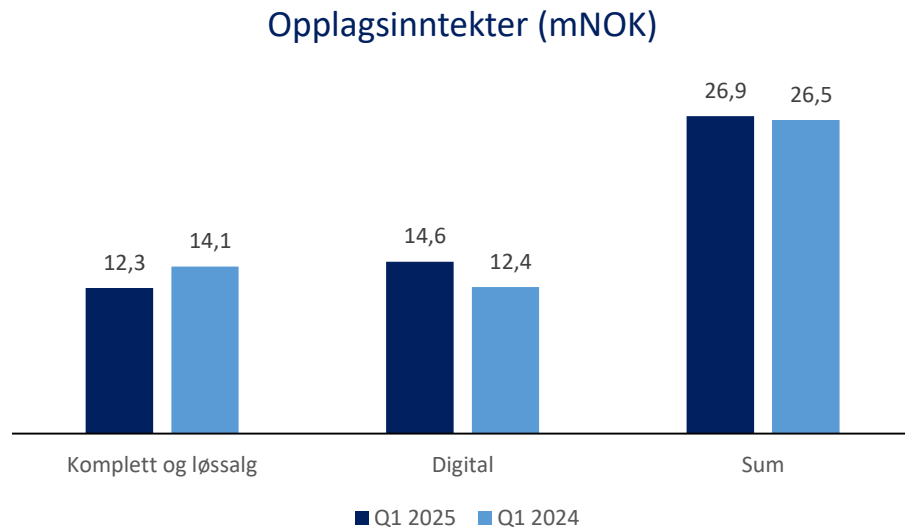
Annonseutviklingen viser også en bedre tendens gjennom første kvartal, korrigert for effekten av påskemagasiner som ble utgitt i Q1 2024. Dette gir oss et visst pusterom, selv om vi vet at papirannonser fortsatt vil falle. Det betyr at kostnadseffektiv og smart kundebetjening blir stadig viktigere for å opprettholde lønnsomheten på dette området.

Når det gjelder kostnadsbildet videre i året, har vi fortsatt positive effekter inn mot sommeren 2025. Deretter vet vi at kostnadene øker. Dette innebærer at vi allerede nå må begynne å planlegge for nye tilpasninger inn mot 2026. Det er avgjørende at vi ikke bygger opp en kostnadsbase som ikke står i forhold til inntektsutviklingen, og vi må være proaktive i arbeidet med å sikre en bærekraftig økonomi over tid.

Ser vi fremover, og forutsatt at vi unngår større inntektssjokk i 2025, har vi tro på at Gudbrandsdølen-gruppen vil være i stand til å levere et driftsresultat omtrent på samme nivå som i 2024. Det vil i så fall være et godt resultat i et marked som fortsatt er preget av strukturelle endringer og endrede rammevilkår. Vi skal fortsette å holde kostnadene under kontroll, samtidig som vi jobber målrettet med inntektsvekst – særlig digitalt. Det er dette arbeidet som legger grunnlaget for videre utvikling og styrke i Gudbrandsdølen-gruppen fremover.

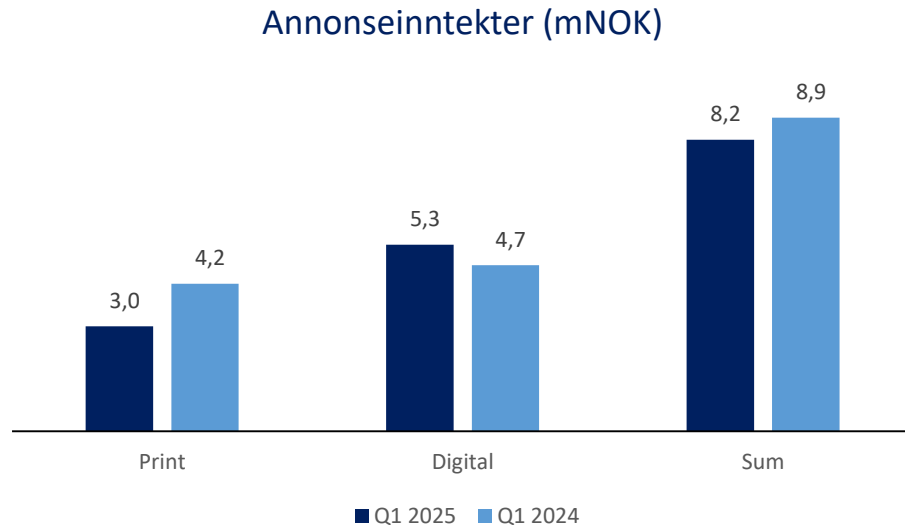
Rune Alseth Olsen
Økonomisjef Gudbrandsdølen AS

Økning i opplagsinntektene grunnet prisøkninger



- Samlede **opplagsinntekter** for konsernet viser en økning på 1,2 % mot fjorår.
- **Opplagsinntekter** på 26,9 mNOK i kvartalet mot 26,5 mNOK i fjoråret.
 - Papirbaserte produkter -12,9 %
 - Digitale produkter +17,3 %
- 30.620 abonnenter pr 31.03.2025
 - Dette er en nedgang på 2.035 abonnenter mot fjorår (-6,2 %)
- 20.952 av disse er rene digitale abonnenter
 - Tilsvarer en digital andel på 68,4 %.

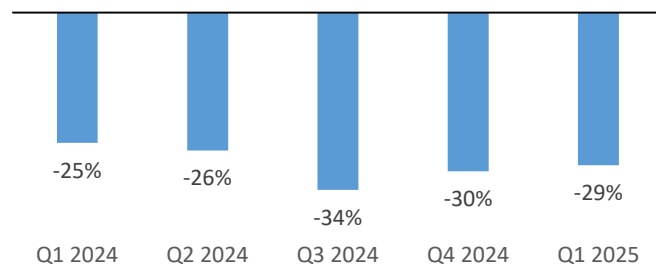
Vekst i digitale annonseinntekter, vedvarende stort fall i papirannonser



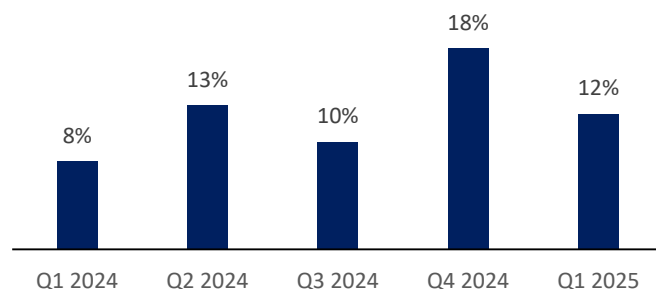
- Samlet utvikling i **annonseinntekter** på -7,0 % for konsernet mot fjorår.
- **Annonseinntekter** på 8,2 mNOK i kvartalet mot 8,8 mNOK i fjoråret.
 - Papirbaserte produkter -28,9 %
 - Digitale produkter +12,3 %
 - Korrigert for magasinutgivelser i påsken 2024 hvor inntekt kom i Q1 2024 og hvor inntekt kommer i Q2 2025 er nedgangen i annonseinntektene på -3,5%.

Vekst i digitale annonseinntekter, vedvarende stort fall i papirannonser

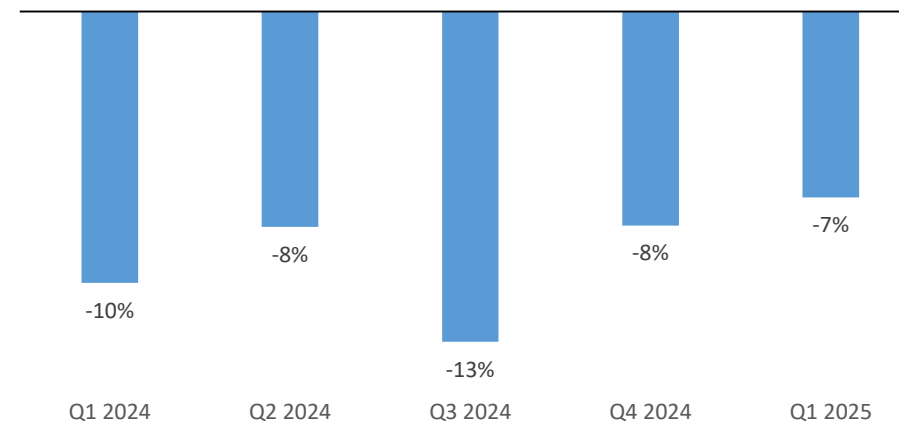
Utvikling i annonseinntekter fra
samme kvartal året før(print)



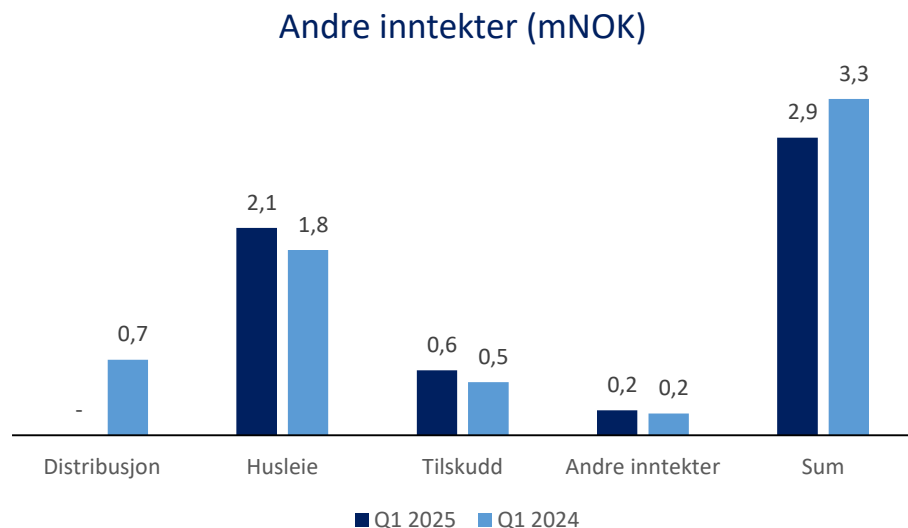
Utvikling i annonseinntekter fra
samme kvartal året før(digitalt)



Utvikling i totale annonseinntekter fra samme
kvartal året før



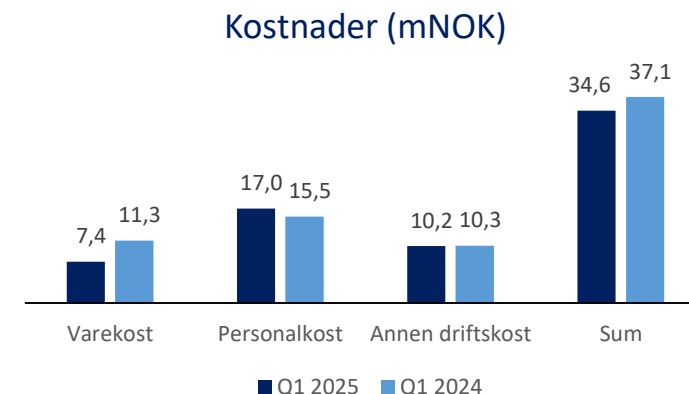
Nedgang i andre inntekter grunnet nedleggelse av egen distribusjon



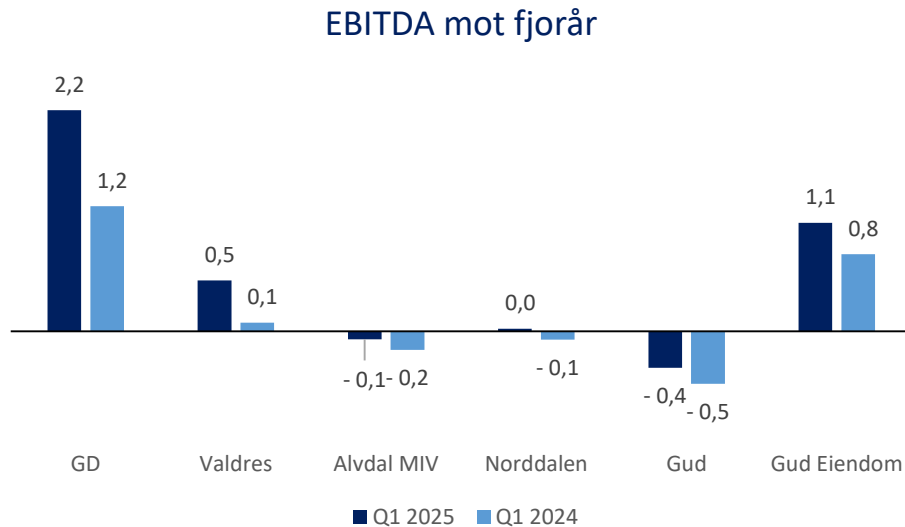
- Samlet utvikling i **andre inntekter** på -11,5 % for konsernet mot fjorår.
- **Andre inntekter** på 2,9 mNOK i kvartalet mot 3,3 mNOK i fjoråret.
 - Distribusjonsinntekter -100 % (Valdres Media la ned egen distribusjon fra 1.7.24)
 - Husleieinntekter +11,9 %
 - Pressestøtte, tilskudd fra Fritt Ord og andre aktører 22,2 %
 - Andre inntekter 14,3%
- De **finansielle plasseringene** har gitt en avkastning på 0,9 mNOK i kvartalet.

Kostnadsutvikling i konsernet på -6,6% mot fjorår

- **Varekostnader** -34,1 % / -3,8 mNOK mot fjorår.
 - Varekostnaden preges av kostnadsbesparelser som følge av kutt i papirfrekvens av GD og avisa Valdres og bortfall av papirprodukt for Norddalen. Fra 1.7.24 fikk GD og avisa Valdres store distribusjonsbesparelser som følge av flytting av en stor andel av papirabonnentene til postdistribusjon.
- **Lønnskostnader** 9,3 % / +1,4 mNOK mot fjorår.
 - Dette skyldes lønnsvekst i 2024 på ca. 5% og økte pensjonskostnader på 0,3 mNOK grunnet ytelsesbaserte pensjonskostnader.
- **Andre driftskostnader** -0,6 % / -0,1 mNOK mot fjorår.



Brutto driftsresultat før engangs-/omstillingskostnader på 3,4 mNOK

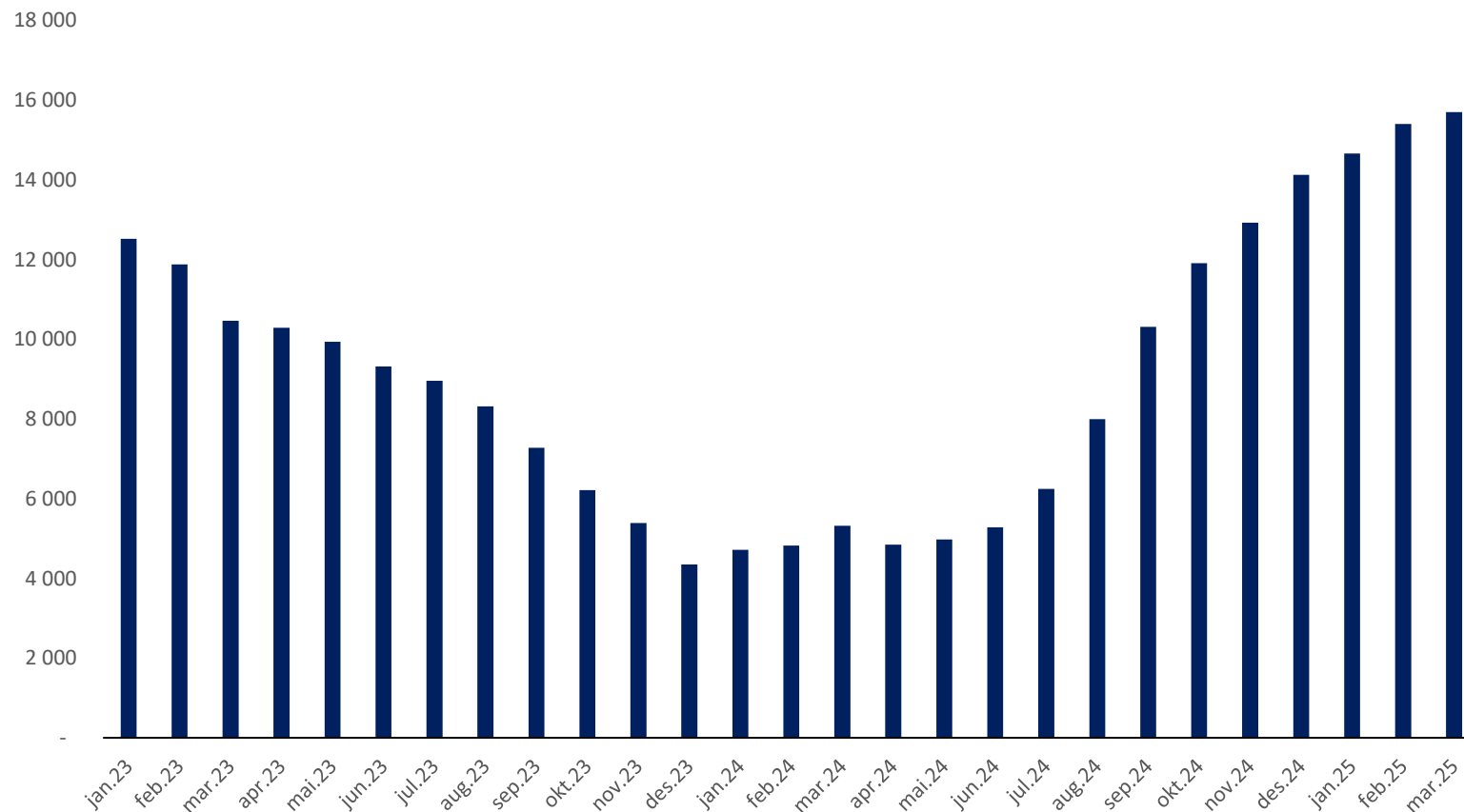


- Gudbrandsdølen-gruppen **+2,0 mNOK** mot fjorår

- GD **+0,9 mNOK** mot fjorår
- Valdres **+0,4 mNOK** mot fjorår
- Alvdal MIV **+0,1 mNOK** mot fjorår
- Norddalen **+0,1 mNOK** mot fjorår
- Gudbrandsdølen **+0,2 mNOK** mot fjorår
- Gudbrandsdølen Eiendom **+0,3 mNOK** mot fjorår

Betydelig bedring i 12 mnd rullerende EBITDA for avisselskapene

Rullerende EBITDA



RESULTATER Q1 2025

Resultater Q1 2025 (tall i mNOK)	GD	Valdres	Norddalen	Alvdal MIV	Gudbrandsdøl en	Gudbrandsdølen Eiendom	Konsolidert Gudbrandsdølen
Opplagsinntekter	20,3	5,1	0,5	0,9	-	-	26,9
Annonseinntekter	6,1	1,9	0,1	0,2	-	-	8,2
Andre inntekter	0,1	0,0	0,4	0,3	-	2,1	2,9
Sum driftsinntekter	26,5	7,1	1,0	1,4	-	2,1	38,0
Varekostnader	5,8	1,6	0,0	0,0	-	-	7,4
Lønnskost	11,9	3,2	0,6	1,0	0,2	0,0	17,0
Andre driftskostnader	6,7	1,8	0,3	0,4	0,2	0,9	10,2
Tap på fordringer	0,0	0,0	-	0,0	-	-	0,0
Sum driftskostnader	24,3	6,6	0,9	1,5	0,4	1,0	34,6
Brutto driftsresultat(EBITDA)	2,2	0,5	0,0	-0,1	-0,4	1,1	3,4
Avskrivninger	0,3	0,1	-	-	0,0	0,7	1,0
Driftsresultat(EBIT)	1,9	0,4	0,0	-0,1	-0,4	0,4	2,3
Netto finans	1,0	-	-	-	-0,0	0,0	0,9
Engang/omstilling/nedskrivning	-	-	-	-	-	-	-
Resultat før skatt	2,9	0,4	0,0	-0,1	-0,4	0,4	3,3