



# Resultatpresentasjon Q3 2025

tall sammenlignbare med fjorår

24. november 2025

**VALDRES**  
**nord**dalen



**Det er gledelig å kunne** konstatere at Gudbrandsdølen-gruppen leverer sterke resultater for tredje kvartal 2025. Dette skyldes særlig en god utvikling i annonseinntektene kombinert med fortsatt stram kostnadskontroll. Vi ser en positiv digital vekst i annonsemarkedet, samtidig som det bratte fallet i papirannonsering som preget 2024 nå ser ut til å være noe bremset. I tillegg har høstens valgkamp gitt oss et naturlig løft gjennom politisk annonsering.

**Vi opplever også at våre** merkevarer står sterkt og har høy troverdighet i annonsemarkedet. Dette forsterkes av det arbeidet som er gjort i regi av de store mediekonsernene og bransjeorganisasjonene, der synliggjøring av lokalavisenes troverdighet har vært sentralt. Det har bidratt til økt etterspørsel og en klar oppfatning av at lokal tilstedeværelse gir verdi, både redaksjonelt og kommersielt.

**Samtidig er det grunn** til bekymring når det gjelder utviklingen i abonnementsbasen. Vi faller fortsatt i antall abonnenter, og selv om dette pengemessig i stor grad kompenseres gjennom prisøkninger, er det ingen varig strategi. Vår fremtidige suksess avhenger av at vi lykkes med å skape vekst digitalt, og det må skje raskere enn det vi har klart det siste året.

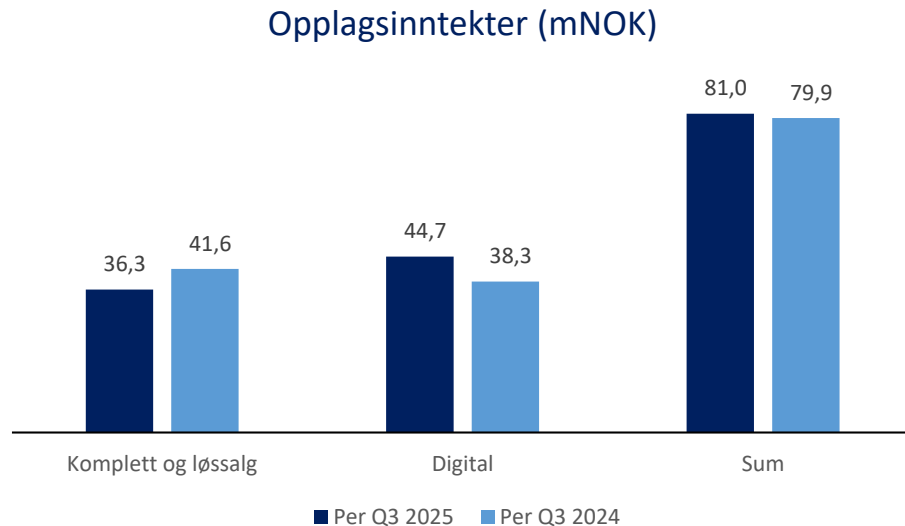
**Blant våre selskaper** er det særlig verdt å trekke frem Norddalen, som etter at papiravisa ble faset ut i mai 2024, nå viser at selskapet har en heldigital, bærekraftig forretningsmodell med tilfredsstillende marginer. Også i Alvdal leveres det gode resultater, og begge disse enhetene kan nå ha fullt fokus på digital vekst framover.

**I september lanserte vi** Hafjell24 og Sjusjøen24 – to nye, hyperlokale nettaviser rettet mot hytteområdene i Øyer og Ringsaker. Disse erstatter i stor grad våre papirbaserte hyttemagasiner som avvikles til jul. Papirmagasinene har de siste årene gitt stadig svakere marginer, og overgangen til digitale formater er både et nødvendig og offensivt grep. Hytteområdene er et naturlig vekstmarked i regionen, og mottakelsen fra både annonsører og lesere har vært meget god. Med en vellykket oppstart høsten 2025 planlegger vi å bruke 2026 til å utvikle og etablere lønnsomhet i satsingen.

**Basert på utviklingen** i årets tre første kvartaler styrer vi nå mot en prognose for 2025 med et driftsresultat (EBIT) på ca. 14,2 millioner kroner. Dette er en forbedring fra 2024. Vi forventer samtidig noe lavere avkastning på våre plasserte midler, og det innebærer at årsresultatet for 2025 trolig vil ende omtrent på nivå med fjoråret – noe som samlet sett gir et solid og stabilt år for Gudbrandsdølen-gruppen.

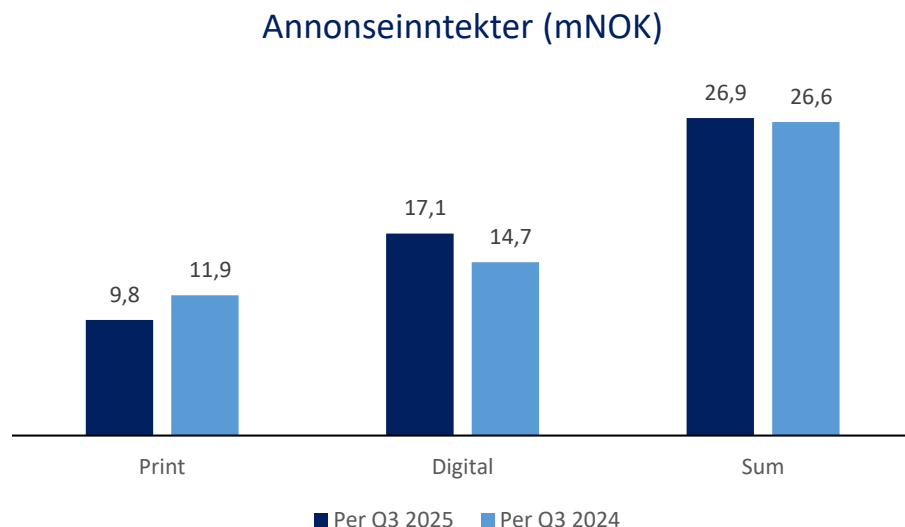
Rune Alseth Olsen  
Økonomisjef Gudbrandsdølen AS

# Økning i opplagsinntektene grunnet prisøkninger



- Samlede **opplagsinntekter** for konsernet viser en økning på 1,4 % mot fjorår.
- **Opplagsinntekter** på 81,0 mNOK per Q3 mot 79,9 mNOK i fjoråret.
  - Papirbaserte produkter -12,6 %
  - Digitale produkter +16,5 %
- 31.072 abonnenter pr 30.09.2025
  - Dette er en nedgang på 1.001 abonnenter mot fjorår(-3,1 %)
- 22.011 av disse er rene digitale abonnenter
  - Tilsvarer en digital andel på 70,8 %.

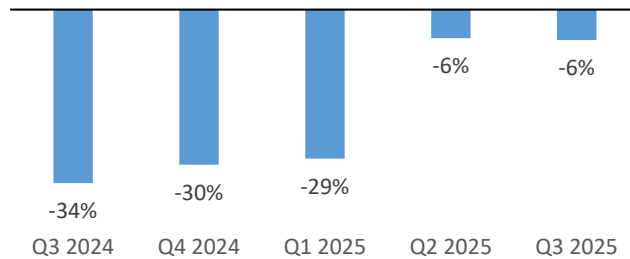
# Vekst i totale annonseinntekter grunnet god digital utvikling



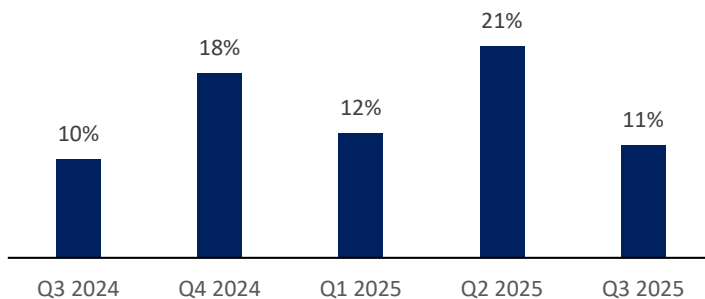
- Samlet utvikling i **annonseinntekter** på 1,3 % for konsernet mot fjorår.
- **Annonseinntekter** på 26,9 mNOK per Q3 mot 26,6 mNOK i fjoråret.
  - Papirbaserte produkter -17,6 %
  - Digitale produkter +16,5 %

# Sterk digital utvikling i annonseinntekter, og betydelig bedring på print

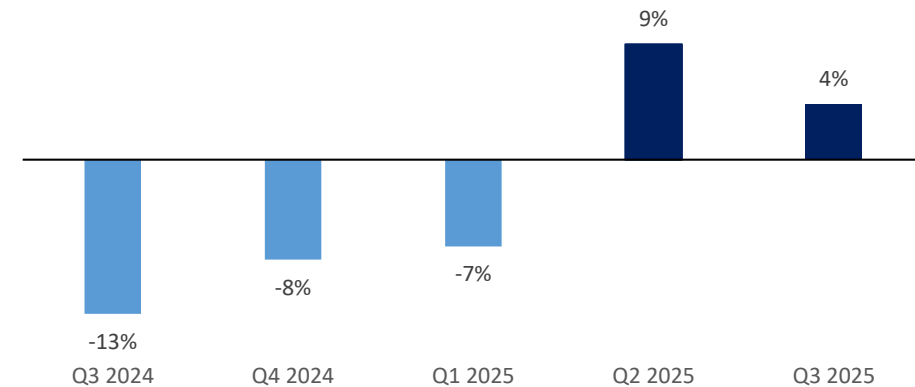
Utvikling i annonseinntekter fra  
samme kvartal året før(print)



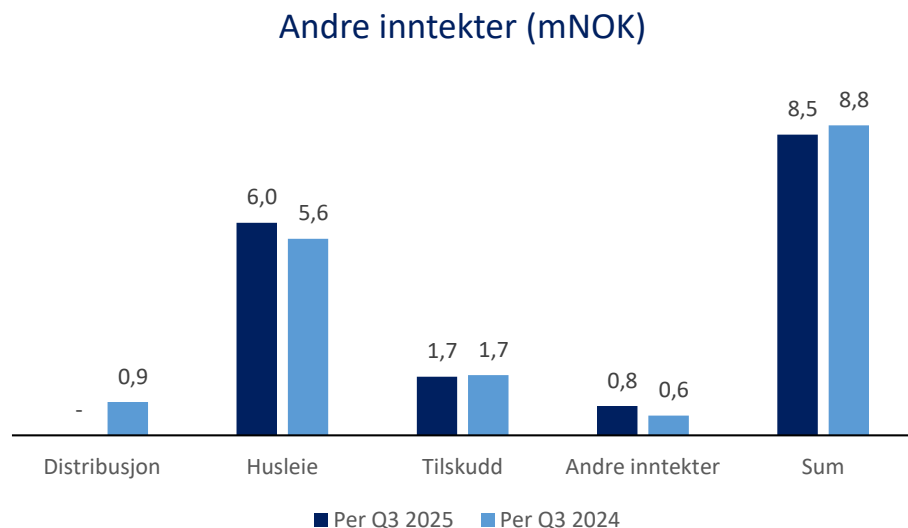
Utvikling i annonseinntekter fra  
samme kvartal året før(digitalt)



Utvikling i totale annonseinntekter fra samme  
kvartal året før



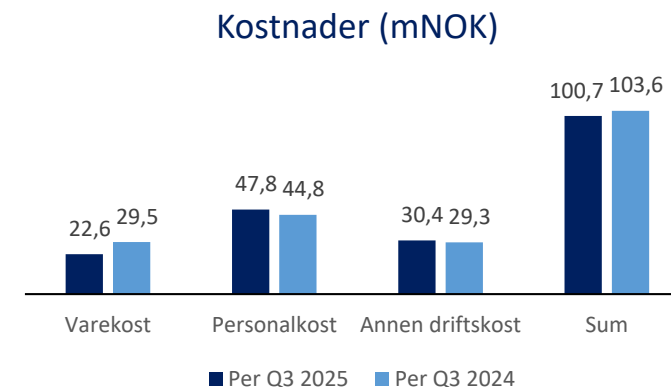
# Nedgang i andre inntekter grunnet nedleggelse av egen distribusjon



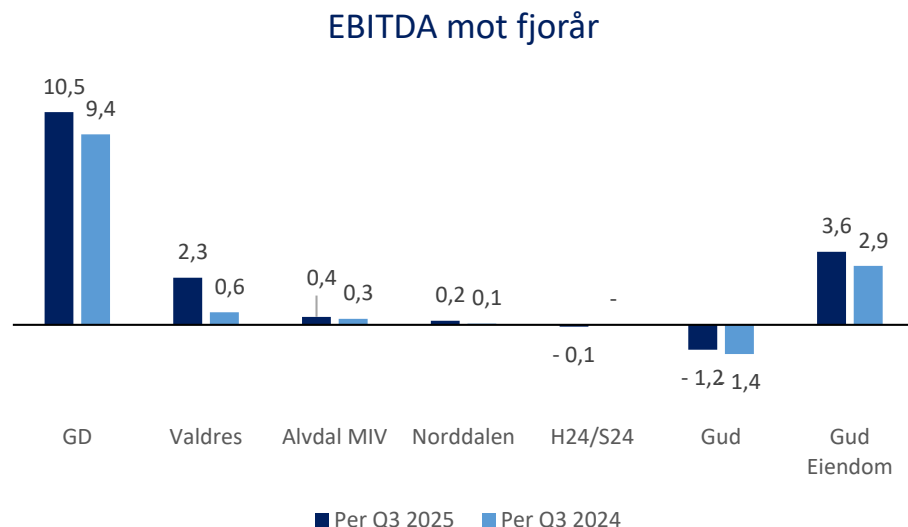
- Samlet utvikling i **andre inntekter** på -3,0 % for konsernet mot fjorår.
- **Andre inntekter** på 8,5 mNOK per Q3 mot 8,8 mNOK i fjoråret.
  - Distribusjonsinntekter -100 % (Valdres Media la ned egen distribusjon fra 1.7.24)
  - Husleieinntekter +8,2 %
  - Pressestøtte, tilskudd fra Fritt Ord og andre aktører -2,7 %
  - Andre inntekter 48,8 %
- De **finansielle plasseringene** har gitt en avkastning på 4,1 mNOK per Q3.

# Kostnadsutvikling i konsernet på -2,8% mot fjorår

- **Varekostnader** -23,4 % / -6,9 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** 6,5 % / +2,9 mNOK mot fjorår.
  - Dette skyldes lønnsvekst i 2024 på 4,5 % og økte pensjonskostnader på 0,6 mNOK grunnet ytelsesbaserte pensjonskostnader.
- **Andre driftskostnader** 3,8 % / +1,1 mNOK mot fjorår.
  - Sterke annonseinntekter medfører økte kostnader til avgitte provisjoner og andre inntektsrelaterte kostnader.



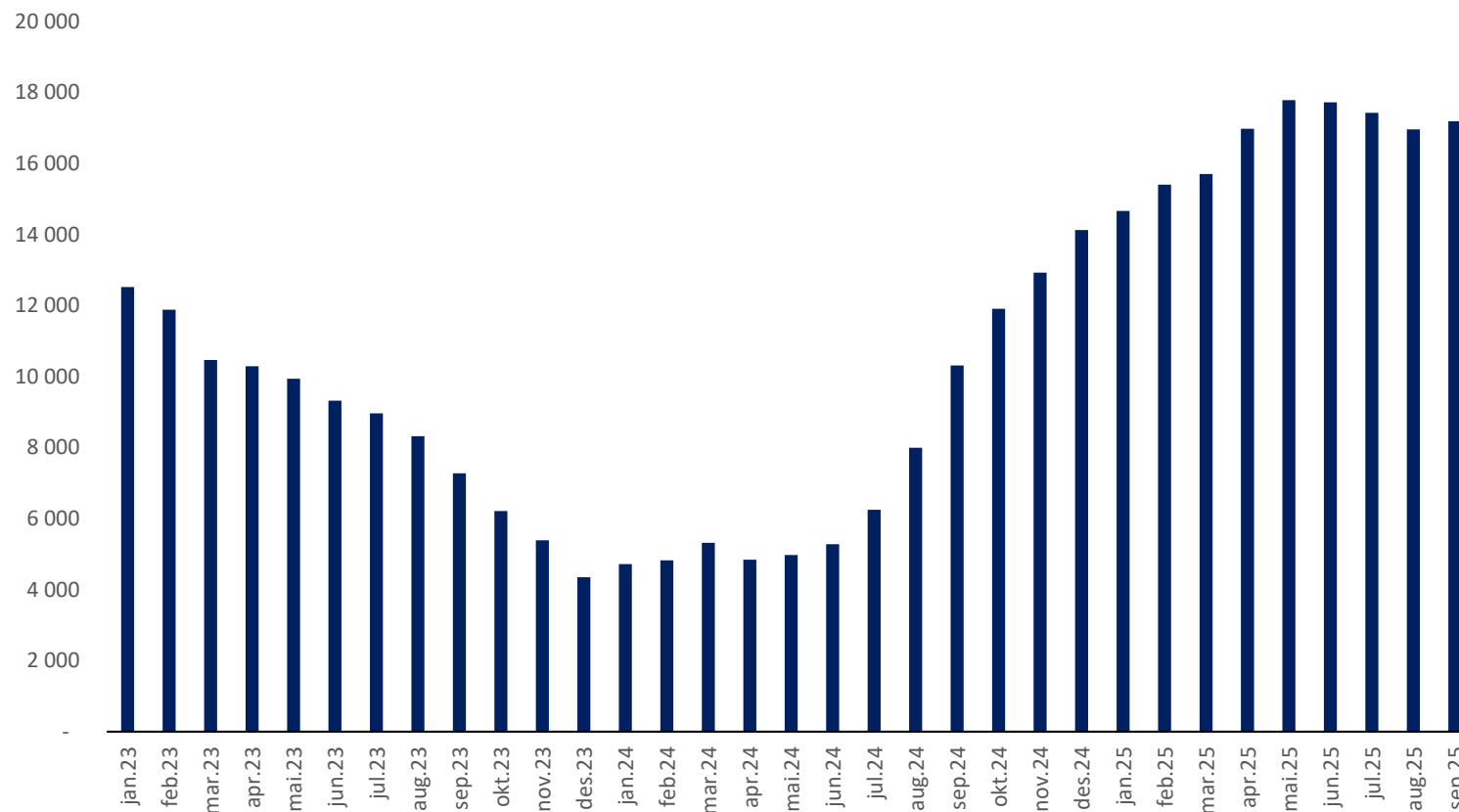
# Brutto driftsresultat før engangs-/omstillingskostnader på 15,7 mNOK



- Gudbrandsdølen-gruppen **+3,9 mNOK** mot fjorår
  - GD **+1,1 mNOK** mot fjorår
  - Valdres **+1,7 mNOK** mot fjorår
  - Alvdal MIV **+0,1 mNOK** mot fjorår
  - Norrdalen **+0,1 mNOK** mot fjorår
  - Hafjell24/Sjusjøen24 **-0,1mNOK** mot fjorår
  - Gudbrandsdølen **+0,2 mNOK** mot fjorår
  - Gudbrandsdølen Eiendom **+0,7 mNOK** mot fjorår

# Betydelig bedring i 12 mnd rullerende EBITDA for avisselskapene

Rullerende EBITDA



# RESULTATER PER Q3 2025

| Resultater per Q3 2025<br>(tall i mNOK) | GD          | Valdres     | Norddalen  | Alvdal MIV | H24/S24     | Gudbrands<br>dølen | Gudbrandsdølen<br>Eiendom | Konsolidert<br>Gudbrandsdølen |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|--------------------|---------------------------|-------------------------------|
| Opplagsinntekter                        | 60,8        | 15,7        | 1,7        | 2,7        | -           | -                  | -                         | 81,0                          |
| Annonseinntekter                        | 19,4        | 6,0         | 0,2        | 1,0        | 0,3         | -                  | -                         | 26,9                          |
| Andre inntekter                         | 0,6         | 0,2         | 0,8        | 0,9        | -           | -                  | 6,0                       | 8,5                           |
| <b>Sum driftsinntekter</b>              | <b>80,9</b> | <b>21,9</b> | <b>2,7</b> | <b>4,6</b> | <b>0,3</b>  | <b>-</b>           | <b>6,0</b>                | <b>116,4</b>                  |
| Varekostnader                           | 16,8        | 5,3         | 0,0        | 0,5        | -           | -                  | 0,0                       | 22,6                          |
| Lønnskost                               | 33,2        | 9,0         | 1,7        | 2,7        | 0,2         | 0,8                | 0,1                       | 47,8                          |
| Andre driftskostnader                   | 20,4        | 5,2         | 0,8        | 1,1        | 0,2         | 0,4                | 2,3                       | 30,4                          |
| Tap på fordringer                       | 0,0         | 0,0         | -          | 0,0        | -           | -                  | 0,0                       | 0,0                           |
| <b>Sum driftskostnader</b>              | <b>70,4</b> | <b>19,6</b> | <b>2,5</b> | <b>4,2</b> | <b>0,3</b>  | <b>1,2</b>         | <b>2,4</b>                | <b>100,7</b>                  |
| <b>Brutto driftsresultat(EBITDA)</b>    | <b>10,5</b> | <b>2,3</b>  | <b>0,2</b> | <b>0,4</b> | <b>-0,1</b> | <b>-1,2</b>        | <b>3,6</b>                | <b>15,7</b>                   |
| Avskrivninger                           | 0,8         | 0,2         | -          | -          | -           | 0,0                | 2,0                       | 3,0                           |
| <b>Driftsresultat(EBIT)</b>             | <b>9,6</b>  | <b>2,1</b>  | <b>0,2</b> | <b>0,4</b> | <b>-0,1</b> | <b>-1,2</b>        | <b>1,6</b>                | <b>12,6</b>                   |
| Netto finans                            | 2,5         | 0,0         | -0,0       | 0,0        | -           | 1,6                | 0,0                       | 4,1                           |
| Engang/omstilling/nedskrivning          | -           | -           | -          | -          | -           | -                  | -                         | -                             |
| <b>Resultat før skatt</b>               | <b>12,1</b> | <b>2,1</b>  | <b>0,2</b> | <b>0,4</b> | <b>-0,1</b> | <b>0,4</b>         | <b>1,6</b>                | <b>16,7</b>                   |