

Stark resultatvändning för Gota Media 2024

”Vi har lagt grunden för en
framgångsrik framtid”

2024 blev året då Gota Media vände resultatet och ställde om hela verksamheten i en tydligt digital riktning.

Lönsamheten ökade med 70 Mkr – från -41 Mkr 2023 till +29 Mkr 2024 (EBITDA).

Digitaliseringsstrategin resulterade i att de digitala upplage- och annonsintäkterna ökade med totalt 48 Mkr.

”Jag är glad och imponerad över att personalen lyckats vända resultatet så snabbt och samtidigt kraftigt förbättra vårt erbjudande till läsare och kunder. Viktigare än årsresultatet har varit att vi skapa en grund för en framgångsrik framtid för den lokala journalistiken i våra lokalsamhällen”, säger Mats Ehnбом, VD och koncernchef Gota Media.

Trots en skakig omvärld och hård konkurrens från globala tech-jättar ser Ehnбом positivt på framtiden för Gota Media-koncernen.

”Den digitalisering och strategiska förändring vi har gjort under 2024 på egen hand och i partnerskapet med Bonnier ger oss alla möjligheter att skapa ännu bättre resultat. 2025 ser efter ett tertiäl ännu mycket bättre ut än 2024, och det visar att våra åtgärder varit långsiktiga och inte handlat om att kortsiktigt spara pengar”, säger Mats Ehnбом.

2023 blev ett år då lågkonjunkturen och behovet av digitalisering kom ikapp Gota Media. Under hösten 2023 tog den nya ledningen initiativ till en stor strategisk riktningsförändring med nedanstående inriktning:

1. Accelerera digitaliseringen redaktionellt och kommersiellt.
2. Jobba smartare och effektivare tillsammans i koncernen, i stället för var för sig i marknadsområdena.
3. Minska kostnaderna och öka lönsamhet utan negativ kundeffekt och med sikte på en digital framtid.
4. Utveckla journalistiken digitalt för att kraftigt öka digital upplaga, räckvidd och engagemang.
5. Starkt fokus på digital nyhetsmedia i försäljningen.

Hösten 2023 presenterades en budget för 2024 med kraftigt förbättrad lönsamhet och tydlig digitaliseringsinriktning. Strategin ändrades till "Digitalt först".

På koncernövergripande nivå slogs försäljning, läsaraffär och redaktionell verksamhet i tre faser ihop till tre koncernövergripande affärsområden, och ersatte därmed den gamla marknadsområdesorganisationen. Syftet var att bli bättre och effektivare tillsammans än var för sig, samtidigt som vi ville nyttja våra gemensamma kompetenser där de gör mest nytta. Att skapa förutsättningar för best practice och digitala initiativ att få spridning och genomslag i hela koncernen och nyttja skalan och storleken i verksamheten, hade högsta prioriterat i förändringen. För första gången lades stort övergripande fokus på att jobba tillsammans för att stärka varandra, i stället för att jobba enskilt för att stärka sitt marknadsområde. Viktigt att understryka är att det i den nya koncernövergripande organisationen fortsatt är fullt fokus på lokal närvaro och de lokala tidningsvarumärkena.

Tidningstitlarna inom Gota Media har under året gemensamt bedrivit ett omfattande utvecklingsarbete för att öka engagemang, läsning och konverteringar. Medvetna satsningar på grävande journalistik har genomförts, vilka resulterat i flertalet uppmärksammade avslöjanden. Genom att arbete datadrivet har handlingsplaner och offensiva målsättningar sätts på varje redaktion, med mycket snabba positiva resultat, i räckvidd, engagemang och digital upplaga.

När vi i bokslutet för 2024 summerar Gota Media-koncernens prestation har åtgärderna resulterat i mycket positiva resultat över hela linjen:

- Det ekonomiska resultatet för 2024 landade på +29 Mkr 2024 (EBITDA) jämfört med -41 Mkr 2023. En resultatförbättring med 70 Mkr.
- Den heldigitala upplagan ökade med **25 procent** under året, samtidigt som papperstidningsupplagan minskade minst i Sverige (-10 procent).
- Den lokala digitala veckoräckvidden (Sifo Orvesto) för koncernens tidningstitlar ökade från ett snitt på 47,1 procent (december 2023) till 68,8 procent (december 2024) En ökning med 21,7 procentenheter på ett år. Samtliga titlar ökar kraftigt:
- Antalet sidvisningar/dag för samtliga koncerntitlar ökade med **25 procent** på ett år.
- Engagemangsvärdet RFV (Recency, frequency, volume) ökade i snitt med **10 procent**.
- Den lokala digitala annonsförsäljningen ökade 2024 med **10 procent** efter att i princip ha legat stilla 2022 och 2023. Totalt presterar Gota Medias annonsavdelningar i nivå med övriga tidningskoncerner i riket, trots stor organisationsförändring under året och en nedbemanning med 40 tjänster (32 procent).

Framgångarna på koncernnivå har uppnåtts trots att personalkostnaderna under året minskat med totalt **32 Mkr**, vilket motsvarar cirka 60 tjänster. Gota Media har effektiviserat och sparat, men ändå blivit starkare och förbättrat kundnyttan i våra produkter och erbjudanden.

Ändrad strategisk inriktning, ny organisationsstruktur, uttalad digitalisering och kraftigt förbättrad ekonomi har skapat en optimism och framtidstro i koncernen som är märkbar. Koncernen jobbar målstyrt och konsekvent mot gemensamma digitaliserings- och lönsamhetsmål, och den publicistiska värdegrunden och det långsiktiga stiftelseägandet skapar syfte och mening med allt vi gör tillsammans. Partnerskapet och korsägandet med Bonnier News Local har avancerat ordentligt under 2024, och tack vare stora insatser från båda koncernerna, skapas förbättrade tekniska förutsättningar för framtiden. Tillsammans med partnern Bonnier News skiftades under

året annonssystem, prenumerationssystem, redaktionella verktyg, nyhetssajter, appar och alla kringliggande system. Allt skedde parallellt under tolv månader och genomfördes utan att missa en enda deadline. Samtidigt affärsutvecklades och lanserades både nya annonspaketeringar och inte minst paketet +Allt med stor framgång. Genom denna stora förflyttning har Gota Media skaffat sig en position för att kunna ta sig an framtidens utmaningar på bästa sätt.

Sammanfattningsvis har Gota Medias mycket omfattande digitaliserings- och utvecklingsarbete skapat mycket framstående resultat över hela linjen för 2024, och skapat förutsättningar för accelererande framgång de närmaste åren.

Bokslutskommuniké för Gota Media AB 2024

- **EBITDA-resultatet uppgick till 29 MKR (-41)**
- **Upplageintäkterna ökade till 632 mkr (599)**
TS-upplaga minskade med -2,4% (-5,9)
Digitala upplageintäkter ökade med 46 mkr under året
- **Annonsintäkter minskade till 252 mkr (259)**
Digitala annonsintäkter ökade till 82 mkr (80)
- **Tryckintäkter ökade till 19 mkr (17)**
- **Statliga stöd minskade till 59 mkr (61)**
- **Årets rörelseresultat efter goodwill är en vinst om 1 MKR (-61)**

Information om verksamheten

Gota Medias helt dominerande verksamhet är utgivning av prenumererade lokala dagstidningar. Med tidning menar vi allt det vi publicerar, oavsett kanal. Vi använder för närvarande papperstidning, responsiva sajter för dator, läsplatta och mobil, appar, e-tidning och webb-TV. Tidningarna är renodlade kunskapsföretag med starka varumärken och lokal förankring.

I moderbolaget Gota Media ingår tidningarna Barometern med editionen Oskarshamns-Tidningen, Blekinge Läns Tidning, Borås Tidning, Ulricehamns Tidning, Smålandsposten, Kristianstadsbladet med editionen Norra Skåne, Ystads Allehanda och Trelleborgs Allehanda samt gratistidningen Österlenmagasinet.

I separata bolag utges Ölandsbladet, Växjöbladet/Kronobergaren, Kalmar Läns Tidning och Sydöstran.

Point Logistik Gota Media AB sköter distributionen av tidningar, paket och brev inom koncernens geografi. Tryckeri Gota Media AB trycker koncernens tidningar i sina anläggningar i Borås och Karlskrona.

Gota Media AB äger (från och med april 2022) 20% av Bonnier Local News AB vilka ger ut ett 40-tal lokala tidningar spridda i hela Sverige.

Markbladet AB är en tidningskoncern för gratisutgivna endagarstidningar runt Borås. Gota Media har en 35-procentig ägarandel.

Koncernens finansiella ställning

Koncernens nettokassa uppgår till 242 MKR (303).

Likvida medel uppgår till 215 MKR (271), varav i kortfristiga placeringar 208 MKR (197). Dolda övervärdet i kortfristiga placeringar uppgår till 27 MKR (14).

Koncernens investering i materiella anläggningstillgångar uppgår till 49 MKR (28). Av årets anskaffning avser 44 MKR (20) bilar och andra transportmedel som till fullo är hänförligt till finansiell leasing.

Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare i koncernen uppgår till 578 MKR (584) medförande en soliditet uppgående till 57% (58). Bonnier Local News AB är ägare till 30% av aktierna i Gota Media AB.

Framtida utveckling

Gota Medias partnerskap med Bonnier News Local fortsätter att utvecklas under 2025, och efter en period av migrering av plattformar står nu IT-strukturen på tur. För Gota Media kommer detta att innebära förbättrad IT-säkerhet, högre kvalitet och lägre kostnader. Under året planeras också nya lanseringar av produkter inom den gemensamma +Allt-paketeringen, som ytterligare ökar värdet för prenumeranter av Gota Medias tidningstitlar.

2025 har startat positivt ekonomiskt för Gota Medias-koncernen med resultat som efter tre månader kraftigt överstiger fjolåret. Den huvudsakliga förklaringen är lägre kostnader och ett trendbrott i annonsaffären, som för första gången på flera år visar tillväxt.

Ägarförhållanden

Gota Media AB, med säte i Kalmar, är moderbolaget i mediekoncernen Gota Media. Koncernen ägdes 2024-12-31 genom Gota Media Holding AB 70% och Bonnier News Local AB 30%. Gota Media Holding AB ägs av stiftelseägda bolagen Sydostpress AB 50% (Stiftelsen Barometern) och AB Borås Tidning 50% (Tore G Wärenstams stiftelse).

Vid frågor, kontakta Mats Ehnбом, vd Gota Media AB på e-post mats.ehnbom@gotamedia.se eller per telefon 070-374 02 80 eller Jonas Carlsson,

CFO Gota Media AB på e-post jonas.carlsson@gotamedia.se eller per telefon 070 – 207 14 97.