

Inntektsvekst og resultatnedgang

Budstikka.Media oppnådde et driftsresultat etter 2. tertial på 13,8 mill. kroner. Dette er en nedgang på 1,5 mill kroner. Resultatet før skatt ble 12,1 mill. kroner, mot 57,7 mill. kroner i 2007. Fjorårets resultat var sterkt påvirket av verdistigningen på aksjene i Stavanger Aftenblad, mens et turbulent børsår trekker årets finansresultat ned.

Per 2. tertial i 2008 er det vekst i alle inntektsgrupper. Reklameinntektene økte med 4,4 prosent, mens opplagsinntektene hadde en vekst på 0,5 prosent.

I leser-/seermarkedet er utviklingen ujevn. Opplaget per 2. kvartal er 28.627 mot 29.660 i 2007. Veksten for nettavisen Budstikka.no er høy. Antall unike brukere per uke har vokst med 43 prosent fra august 2007 til august 2008. TV.Budsikka har det siste året opprettholdt seertallet. Seerdekingen per uke var i august 2007 41,9 prosent, i år var tallet 41,3 prosent.

- Etter en god start på året, opplevde Budstikka.Media i 2. tertial at både annonse- og lesermarkedet utviklet seg negativt, sier administrerende direktør Andreas Gjølme.

For å møte fallende annonseinntekter må også Budstikka.Media nå gjennom en slankekur. Arbeidet med å utvikle en sparepakke har startet opp og vil være ferdig i god tid før årsskiftet. Sparepakken vil medføre bemanningsreduksjon.

- Vi må være forberedt på at nedgangskonjunktorene vil fortsette en periode. Det vil ramme reklameinntektene. For å opprettholde tilfredsstillende resultater er derfor kostnadskutt nødvendig, sier Gjølme.

Parallelt med at det arbeides med kostnadsreduserende tiltak, skal de ulike produktene videreutvikles. –Nettveksten skal forsterkes, og vi mener det også er mulig å kvalitetsutvikle avisen slik at vi over tid kan snu opplagsnedgangen til ny vekst, avslutter Gjølme.