

Persbericht

10 februari 2017

Voor onmiddellijke publicatie



Mediahuis boekt in 2016 sterke resultaten

Digitale groei en stevige basis in print zorgen voor succesvolle ontwikkeling

Mediahuis presenteert voor 2016 goede cijfers op zowel de lezers- als de adverteerdersmarkt en ziet onder meer zijn digitale omzet gevoelig stijgen. Het bedrijfsresultaat overstijgt de ook al sterke cijfers van 2015.

Mediahuis bouwde in 2016 verder op de solide resultaten van een jaar eerder en zette onder meer zijn digitale en audiovisuele ambities nog meer kracht bij. Mede dankzij een goede kostenbeheersing steeg de geconsolideerde operationele cashflow (REBITDA) met bijna 4% naar 64 mio euro; de EBIT (39,5 mio euro) en het netto resultaat (21,7 mio euro) stegen met 11%. De Belgische activiteiten van Mediahuis en het Nederlandse NRC waren vrijwel gelijkwaardig verantwoordelijk voor deze groei.

In 2016 verkochten alle nieuwsmerken van Mediahuis samen gemiddeld 754.652 exemplaren op dagbasis. In lijn met de evolutie van de markt daalde de totale verkoop van alle Belgische Mediahuis-titels samen met 3,7%. De totale digitale verkoop steeg evenwel met 10%. In Nederland tekenden zowel NRC Handelsblad (+ 6,1%) als nrc.next (+ 6%) voor een forse groei, vooral als gevolg van een sterke digitale verkoop.

Ceo Gert Ysebaert: "We zijn tevreden met deze evolutie. Steeds meer nieuwsconsumenten kiezen voor de populaire combinatie digitaal + print. Onze groei komt duidelijk uit de digitale verkoop van onze merken. Het aandeel digitaal ligt bij NRC Handelsblad inmiddels op 28,8%. De digitale verkoop van De Standaard is in 2016 met ruim 20% gestegen en bedraagt nu 17% van de totale verkochte oplage."

De advertentiemarkt bleef in 2016 onder druk staan en was zeer onvoorspelbaar. Mediahuis slaagde er in België in om zijn advertentieomzet in deze volatiele markt toch licht te doen stijgen (+ 1,1%). De digitale advertentie-inkomsten zijn gegroeid (+ 14,5%), door het genereren van meer traffic op de sites en het implementeren van digitale programmatic systemen. Online video gaf een extra boost, waarbij zowel klassieke campagnes als digitale content-verhalen in belang toenamen.

Ook de digitale classifieds-merken Jobat, Vroom, Hebbes en Zimmo en het ondernemersplatform Made in zetten in 2016 mooie groeicijfers neer (+ 14%). Vooral Jobat kende een sterk jaar met een groei van 20% in digitaal en een stijging van 11% in print. In Nederland bleef de omzet classifieds van NRC stabiel.

Kwaliteitsjournalistiek

Het onvoorwaardelijke geloof in onafhankelijke kwaliteitsjournalistiek is de hoeksteen van Mediahuis. Dit vertaalde zich ook in 2016 in een aantal opmerkelijke journalistieke realisaties.

- *"Aan de hand van ambitieus opgezette crowdsourcing-projecten bevroeg de NRC duizenden lezers over de euthanasiepraktijk in Nederland en dwong ze de zorgsector tot openheid over de kosten in de medische zorg."*

Peter Vandermeersch, hoofdredacteur NRC Handelsblad

- *“Het Nieuwsblad realiseerde met de ‘Grote Gemeentetest’ zijn grootste regioproject ooit. Tien tests in alle 308 Vlaamse gemeenten, met de dienstverlening als focus. Het leverde niet alleen dertig gemeenten de titel van ‘Straffe Gemeente’ op, maar zorgde ook voor debatten in gemeenteraden en concrete initiatieven om de dienstverlening te verbeteren.”*
Liesbeth Van Impe, hoofdredacteur Het Nieuwsblad
- *“Een maand na de aanslagen van 22/03 in de Brusselse metro en op de luchthaven van Zaventem interviewde een team van vijftien journalisten van De Standaard en Le Soir 70 kroongetuigen. Lang voor de parlementaire onderzoekscommissie hoorden wij politiechefs, ministers, artsen, militairen, ambulanciers en vanzelfsprekend zij die de aanslagen overleefden. We wilden de feiten zo precies mogelijk in beeld krijgen. Hoe gebeurde het? In al zijn nuchterheid werd het een ontroerend document, zowel in tekst als digitaal verrijkt. 32 mensen stierven bij de aanslagen. Samen met de nabestaanden die daarmee instemden, schetsten we hun levensverhaal, elke krantendag een maand lang.”*
Karel Verhoeven, hoofdredacteur De Standaard
- *“Regionale kwaliteitsjournalistiek is onze missie. In de reeks ‘Turnhoutsebaan’ brachten we een zeer bijzondere en diverse wijk van Antwerpen in al haar facetten in beeld.”*
Kris Vanmarsenille, hoofdredacteur Gazet van Antwerpen
- *“De rol van Het Belang van Limburg in het subsidiedossier voor de culturele sector bewijst hoe een regionale krant ook op nationaal vlak een voortrekker kan zijn. De onderbouwde dossiers, discussies en fora die de krant gedurende een maand tussen de verschillende betrokken partijen heeft georganiseerd, hebben geleid tot een grotere burgerparticipatie en een kentering in het gevoerde beleid. Dit dossier kreeg een staartje in het parlement en de bevoegde minister heeft extra middelen voorzien voor Limburg én voor andere Vlaamse provincies buiten de ruit.”*
Indra Dewitte, hoofdredacteur Het Belang van Limburg

Toonaangevend multimediabedrijf

Mediahuis heeft het voornemen om in 2017 zijn activiteiten in België en Nederland verder uit te breiden. In Nederland kreeg het bedrijf de goedkeuring van de mededingingsautoriteit ACM om Media Groep Limburg, uitgever van De Limburger, over te nemen. Hierdoor wordt Mediahuis in Nederland de derde grootste uitgever. Door het inbrengen van vier regionale tv-zenders en participaties in radio Nostalgie en De Vijver Media (de nationale tv-zenders Vier, Vijf en Zes en het productiehuis Woestijnvis) zet de groep een grote stap op multimediaal vlak.

Na de geplande uitbreiding wordt Mediahuis een bedrijf met ongeveer 2.000 medewerkers, een omzet van meer dan 530 mio euro en een REBITDA van meer dan 85 mio euro. Een derde van de omzet zal gerealiseerd worden in Nederland. De verschillende nieuwsmarken van Mediahuis zullen goed zijn voor een dagelijkse verkochte oplage van ruim 900.000 kranten en een online bereik van 2 miljoen unieke digitale nieuwsconsumenten op dagbasis.

Eind 2016 heeft Mediahuis zijn interesse voor de overname van Telegraaf Media Groep (TMG) bekendgemaakt, samen met VP Exploitatie, de grootste aandeelhouder in TMG. Doel is te komen tot een toonaangevend multimediabedrijf, dat ook op lange termijn een leidende rol kan spelen in een sterk veranderend Nederlands-Belgisch medialandschap.

Gert Ysebaert: “We willen elke dag de beste producten maken en we willen blijven groeien – digitaal, multimediaal en in België en Nederland. De lat ligt hoog, maar Mediahuis beschikt over de juiste troeven om deze ambities waar te maken: een solide financiële basis en competente mensen die het verschil maken. Parallel met de groei van het bedrijf besteden we ook de grootste zorg aan de persoonlijke groei van al onze medewerkers. We doen dat via De Academie, het interne opleidingsplatform van Mediahuis, én door mensen de ruimte te geven om hun talent en creativiteit maximaal te ontplooien.”

Financiële kerncijfers

(Pro Forma onder IFRS geconsolideerde resultaten)

| <i>(in mio euro)</i> | 2016 | 2015 | evolutie |
|-----------------------------------|--------------|--------------|----------|
| Omzet <i>(genormaliseerd) (*)</i> | 398,5 | 398,3 | + 0,1% |
| REBITDA | 64,0 | 61,6 | + 3,9% |
| <i>REBITDA Marge</i> | 16,1% | 15,5% | |
| EBIT | 39,5 | 35,6 | + 11,0% |
| Netto Resultaat | 21,7 | 19,6 | + 10,7% |

() exclusief Media barters*

Deze resultaten hebben Mediahuis toegelaten om haar investeringen in digitale en audiovisuele innovatie te verhogen en tegelijk haar financiële soliditeit te verbeteren. De netto bankschuld van Mediahuis is gedaald van 70 mio euro op 31 december 2015 naar 45 mio euro op 31 december 2016.

Contact *(niet voor publicatie)*

Gert Ysebaert, ceo | 0032-3-210 02 75 | gert.ysebaert@mediahuis.be

Mediahuis is een van de leidinggevende mediabedrijven in België en Nederland. De groep is uitgever van sterke nieuwsmerken als De Standaard, Het Nieuwsblad/De Gentenaar, Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg, NRC Handelsblad en nrc.next. Daarnaast exploiteert het bedrijf belangrijke classifieds-platformen als Hebbes, Jobat, Zimmo en Vroom en het ondernemersplatform Made in.

Mediahuis gelooft onvoorwaardelijk in onafhankelijke journalistiek en sterke en relevante media die een positieve bijdrage leveren voor mens en maatschappij. Vanuit die visie investeert de groep permanent in zijn sterke nieuwsmerken, zowel op papier als digitaal.

www.mediahuis.be