TMG zet in derde kwartaal verdere stappen met nieuwe strategie

09-11-2012 08:58

De daling van het nettoresultaat ten opzichte van 2011 is hoofdzakelijk het gevolg van een lager resultaat uit ProSiebenSat.1 Media AG (in 2011 werd een boekwinst behaald op de verkoop van activiteiten in Nederland en Belgie).

Herman van Campenhout, CEO van TMG: “De crossmediale strategie begint resultaat op te leveren. Het is helder dat wij desondanks nog steeds last hebben van de ongekende crisis op de printadvertentiemarkt, die groter is dan wij vorig jaar verwachtten. Dat zal ook niet snel veranderen, print is immers onze grootste activiteit”.

Business highlights
Bij de printactiviteiten heeft De Telegraaf maximaal multimediaal ingespeeld op de Olympische Spelen door als eerste Nederlands medium het publiek van nieuws te voorzien via de krant, online, mobiel, radio en video. Ook werd advertentiematig geprofiteerd van de in september gehouden landelijke verkiezingen. De uitgegeven verkiezingskrant werd door de lezers goed ontvangen.

Per 1 september is gratis dagblad Metro overgenomen. Met deze overname heeft TMG de top-3 van de dagbladen in Nederland in huis, waarmee het concern de onbetwiste nummer één is in de Nederlandse dagbladenmarkt. Hierdoor kunnen verdere synergie- en schaalvoordelen worden gerealiseerd. Het integratieproces is in volle gang.

De eerste stappen zijn gezet voor wat betreft de samenwerking in dagbladdistributie met De Persgroep. Gezamenlijke bezorging is in september geëffectueerd in het gebied in en rond Rotterdam. De komende tijd zal de samenwerking verder worden uitgerold in andere regio’s.

De opbrengsten uit online-activiteiten (inclusief video-productie) groeiden met bijna 3% ondanks een omzetdaling bij Hyves; exclusief Hyves steeg de omzet online met 20%. Om maximaal gebruik te kunnen maken van de online expertise van Hyves is gestart met de samenvoeging van alle online initiatieven van TMG op de locatie van Hyves. Belangrijk uitgangspunt is het versnellen van online groei door onder meer een focus op productontwikkeling voor portals, classifieds en e-commerce. Meerdere ontwikkelteams zijn samengevoegd om meer snelheid en schaalgrootte te realiseren. Voor De Telegraaf en Speurders zijn mobiele applicaties vernieuwd. Daarnaast wordt gewerkt aan de verdere doorontwikkeling van Dichtbij.nl.
Met het recent verworven meerderheidsbelang in Zoomin.TV Nederland wordt direct een leidersrol in productie en verkoop van internet-video gerealiseerd.

Bij Sky Radio Groupzijn de luistercijfers van de voor omzet en resultaat belangrijkste stations, Sky Radio 101 FM en Radio Veronica, wederom gestegen. Echter, door de voortdurende druk op de mediabestedingen in de radiomarkt (-10,9% t.o.v. het derde kwartaal 2011) kan deze stijging in de luistercijfers vooralsnog onvoldoende worden omgezet in extra inkomsten. De iPhone/iPad app van MyRadio is gelanceerd. Luisteraars kunnen via MyRadio nu overal en altijd naar hun eigen persoonlijke online radiostation luisteren, volledig in lijn met de online strategie.

Keesing Media Groupheeft inclusief Megastar in het derde kwartaal een circa 50% groei in de omzet en ook een goed EBITDA-resultaat gerealiseerd. In Nederland, België en Denemarken zijn de resultaten stabiel. In Frankrijk werd in het derde kwartaal een belangrijke verbetering gerealiseerd. De eerste synergie-effecten van

de acquisitie in Frankrijk worden zichtbaar in het resultaat. Eveneens in lijn met de groeistrategie worden ook stappen gezet op digitaal gebied. Het aantal downloads van de iPad app van Denksport gaat conform verwachting gestaag omhoog. Als een van de launching partners van Microsoft heeft Keesing Media Group de app nu ook gelanceerd voor Windows 8.

Overig financieel
De netto financieringspositie, exclusief de in de toekomst verschuldigde licentielasten van Sky Radio Group, bedroeg per 30 september 2012 bijna € 79 miljoen. Een toename van ruim € 74 miljoen ten opzichte van 30 september 2011 vooral als gevolg van acquisities en investeringen. Na balansdatum heeft TMG de bestaande kredietfaciliteiten voor werkkapitaal en investeringen vervangen door een driejarige, gecommitteerde financieringsfaciliteit van
€ 125 miljoen.

In het kader van het lopende inkoopprogramma zijn gedurende het derde kwartaal 29.507 (certificaten van) aandelen ingekocht. De gemiddelde inkoopprijs per aandeel bedroeg
€ 7,91, resulterend in een uitgaande kasstroom van € 0,2 miljoen. Per saldo waren tot en met 30 september jl. in het kader van het inkoopprogramma 1.343.028 (certificaten van) aandelen ingekocht, zijnde 2,81% van het geplaatste kapitaal.

TMG verantwoordt 6% van het netto-resultaat van ProSiebenSat.1 Media AG in de eigen resultaten. In het derde kwartaal was dit € 3,7 miljoen, een toename van € 2,9 miljoen ten opzichte van de voortgezette activiteiten van deze deelneming over dezelfde periode vorig jaar. De beurskoers van de preferente aandelen van ProSiebenSat.1 Media AG was per 30 september 2012 € 19,61 per aandeel. De boekwaarde van het TMG-belang bedroeg ultimo derde kwartaal € 224,8 miljoen, ofwel € 17,13 per aandeel.

Vooruitzichten
TMG wil zich in de komende jaren transformeren tot een leidend crossmediaal bedrijf door acceleratie van online groei. Naast de exploitatie van puzzelactiviteiten richt TMG zich op de platformen print, online en radio, bundelt de krachten binnen het portfolio, realiseert acquisities in print en online, en bespaart kosten. Het jaar 2012 is daarbij aangemerkt als een transitiejaar, waarin naast de transformatie van de organisatie ook rekening moet worden gehouden met aanloopkosten van nieuwe online activiteiten en de effecten van de huidige moeilijke economische omstandigheden. Vanwege onzekerheid over de verdere ontwikkeling van de advertentie-opbrengsten in het, voor het jaarresultaat belangrijke vierde kwartaal, kan nog geen concrete resultaatverwachting voor geheel 2012 worden uitgesproken.