TMG neemt Metro over

06-09-2012 14:42

Samen met de eigen titel Sp!ts bereiken de gratis dagbladen van TMG nu dagelijks 2,3 miljoen personen van dertien jaar en ouder. De acquisitie van Metro is het directe gevolg van TMG's strategie om, naast de ontwikkeling van de pijlers online en radio, het marktleiderschap in printmedia verder te versterken. Met de aankoop van Metro speelt TMG in op de mogelijkheden die de huidige consoliderende printmarkt biedt.

De acquisitie draagt direct bij aan het resultaat van TMG door de verhoging van de opbrengsten en de mogelijkheden tot kostenverlagingen. TMG zal het integratieproces van Metro zo snel mogelijk starten om op die wijze een meer efficiënte exploitatie te realiseren van zowel Metro als Sp!ts. Synergie valt onder meer te behalen door gezamenlijke advertentieverkoop en door integratie van het drukken en distribueren van beide titels. De samenwerking van de twee titels zal gevolgen hebben voor het totale aantal arbeidsplaatsen.

Herman van Campenhout, CEO van TMG: "Gratis dagbladen hebben in Nederland een stevige positie in de mediamarkt en voldoen duidelijk aan een behoefte van consumenten. Met Metro en Sp!ts bieden we zowel aan consumenten als adverteerders twee prachtige titels met ieder een eigen marktpositie. Het verder versterken van onze printbedrijfsonderdelen is een van de belangrijke pijlers onder onze strategie en ik kan tevreden vaststellen dat het -als een eerste stap in de consoliderende printmarkt- is gelukt om deze aantrekkelijke mogelijkheid te verwezenlijken. Metro heeft een sterke marktpositie en een duidelijk eigen lezerskring. De synergie die we kunnen realiseren vergroot de aantrekkelijkheid van deze acquisitie. De transactie verbetert de performance van onze printmedia vanaf dag één."

Per Mikael Jensen, President en CEO van Metro International: "Metro Holland heeft een sterke positie in de Nederlandse dagbladenmarkt en is altijd een van onze meest succesvolle bedrijfsonderdelen geweest. We zijn blij dat met deze transactie de toekomst van de titel in Nederland is verzekerd en dat het merk Metro op de markt blijft. De overeenkomst voorziet er ook in dat Metro zijn pan-Europese platform behoudt hetgeen belangrijk is voor onze internationale adverteerders. TMG heeft het voordeel van het realiseren van synergie en verbetert hiermee de mogelijkheden om leidend te zijn in de consolidatie van de Nederlandse markt van printmedia. We zijn ervan overtuigd dat TMG de juiste partner is voor de verdere ontwikkeling van Metro

Holland."

Op 21 juni 1999 werden Metro en Sp!ts tegelijkertijd gelanceerd. Het gezamenlijke nettobereik van de dagbladen bedraagt 2,3 miljoen personen per dag. De gratis dagbladen bereiken in Nederland een relatief jonge doelgroep en dat is een interessante groep lezers voor adverteerders. Metro en Sp!ts hebben voor een belangrijk gedeelte een eigen profiel en lezerskring. TMG wil in de komende maanden de beide bladen nog beter ten opzichte van elkaar positioneren om zo meer variatie te kunnen bieden aan lezers. Ook wordt de distributie van Metro en Sp!ts geoptimaliseerd om de aan de titels gekoppelde doelgroepen nog beter te bereiken. Dit brengt ook voordelen voor adverteerders, aangezien meer differentiatie tussen de titels de kwaliteit van het gezamenlijke bereik verdiept. Het biedt adverteerders bovendien de mogelijkheid van meer gerichte benadering van specifieke lezersgroepen.