

Mediahuis België als wapen tegen 'het nieuwe medialandschap'

08-11-2013 08:44

Het toekomstplan van Mediahuis dat vandaag aan de sociale partners en de medewerkers wordt voorgesteld, steunt op vier pijlers. Mediahuis formuleert zijn intenties als volgt:

1.

Mediahuis wil volop investeren in wat elk van zijn vier nieuwsmerken – Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen, Het Belang van Limburg en De Standaard – uniek maakt. Daarnaast wil het bedrijf een belangrijke besparing realiseren door de titels maximaal te laten samenwerken op alle andere terreinen. Voor elk van de nieuwsmerken ligt een duidelijk inhoudelijk project op tafel.

Het Nieuwsblad is het grootste nieuwsmerk van Mediahuis, zowel in print als online.

De redactie van Het Nieuwsblad krijgt een nieuwe organisatiestructuur die het mogelijk maakt een nog betere krant te maken en volledig multimediaal te werken in functie van alle mogelijke platformen.

Met haar grote en goed uitgebouwde redactie zal Het Nieuwsblad kunnen functioneren als leverancier van nationaal en sportnieuws (via Sportwereld) voor de andere titels.

Gazet van Antwerpen krijgt binnen Mediahuis de mensen en de middelen om zich nog meer dan voorheen te focussen op Antwerpen. De krant zal hierdoor zijn historische positie in de metropool meer dan ooit kunnen waarmaken. De krant blijft eveneens sterk aanwezig in de regio's Kempen en Mechelen. Door een intense samenwerking met Het Nieuwsblad kan de lezer van Gazet van Antwerpen rekenen op een uitstekende nationale en internationale verslaggeving en het sterkste sportnieuws.

Het Belang van Limburg is en blijft de totaalkrant voor alle Limburgers. Er wordt voortgebouwd op de unieke marktpositie van de titel. Daarnaast biedt Mediahuis Het Belang van Limburg de kans om zich sterker digitaal te ontwikkelen. Dankzij de samenwerking met de andere titels binnen Mediahuis beschikt de krant over een rijke bron van nationaal, internationaal en sportnieuws.

De Standaard krijgt als leidende kwaliteitskrant binnen Mediahuis onverminderd de mogelijkheid om zich journalistiek te ontwikkelen en voorop te lopen in innovatieve initiatieven. De Standaard zal op dit vlak de inspirator kunnen zijn voor de andere titels. De historische samenwerking met Het Nieuwsblad kan nu worden uitgebreid naar de andere media binnen de groep.

Door de eigenheid van elk nieuwsmerk uit te diepen, zullen de titels ook aantrekkelijk blijven voor de adverteerders. Mediahuis biedt met zijn portfolio van sterke merken nieuwe mogelijkheden om snel en efficiënt verschillende doelgroepen te bereiken, zowel in print als online. De mogelijkheden voor regionale en lokale adverteerders breiden uit door de diepe lokale verankering van de Mediahuis titels.

2.

Mediahuis zal met een portfolio van sterke merken in nieuws en classifieds de leiding nemen in digitale media. Op die manier bouwt het bedrijf actief aan de media van morgen.

Mediahuis zal elk nieuwsmerk ontwikkelen op alle mogelijke digitale platformen. Daarom zal elk merk blijven beschikken over een open gratis site met aangepast nieuws. Parallel hiermee wordt het een topprioriteit van Mediahuis om te investeren in digitale kwaliteitsjournalistiek die betalend moet zijn.

Mediahuis zal zijn portfolio van digitale classifieds stroomlijnen. Met de verdere ontwikkeling van de merken Jobat, Hebbes, Zimmo en Vroom wil Mediahuis inzake immo, jobs en auto marktleider of op zijn minst de belangrijkste challenger zijn.

3.

In functie van een efficiënte samenwerking tussen verschillende redacties en ondersteunende afdelingen is het de intentie om Antwerpen tot de hoofdzetel van Mediahuis te maken. De vestigingen in Hasselt en Groot-Bijgaarden blijven eveneens behouden.

Het redactionele project voor de nieuwsmerken vereist een nauwe samenwerking, vooral tussen Het Nieuwsblad en Gazet van Antwerpen. Daarom is het de bedoeling om deze twee redacties samen te brengen in Antwerpen. Mediahuis beschikt hier over een hedendaags mediagebouw met een modern redactieplatform en alle faciliteiten om multimediaal te werken. Ook de meeste ondersteunende diensten worden op de hoofdzetel in Antwerpen gehuisvest, dichtbij de grootste redactie.

Gezien het belang van een lokale aanwezigheid in Brussel, blijven de redactie van De Standaard en de nationale advertentieafdeling in Groot-Bijgaarden.

Het Belang van Limburg blijft om evidente redenen in Hasselt.

4.

Mediahuis is organisatorisch het resultaat van de fusie van twee bedrijven. De doelstelling is te besparen op dubbele functies en systemen en toch een doeltreffende en wendbare organisatie te zijn.

Enkel door het realiseren van slimme synergieën zal Mediahuis een rendabel en gezond bedrijf kunnen worden. Het plan dat voorligt voorziet de intentie om te komen tot een vermindering van 205 functies (20% van het huidige personeelsbestand). Mediahuis heeft met zijn sociale partners de onderhandelingen over het plan ingezet.

Met dit toekomstplan wil Mediahuis zijn sterke merken alle kansen bieden op een duurzame toekomst, met behoud van hun grootst mogelijke eigenheid. Gert Ysebaert: "Mediahuis wil verder groeien als een innovatief bedrijf dat toonaangevend is in de digitale evolutie. De oprichting van Mediahuis en de uitvoering van het toekomstplan vormen de beste garantie voor de duurzaamheid van onze titels in een lokaal verankerd bedrijf."