TMG maakt tempo bij aanbrengen strategische focus

17-08-2015 10:50

We zetten in op verdergaande digitalisering in al onze distributiekanalen. Daarom zijn we van plan alle niet-titelgebonden online activiteiten samen te voegen in TMG Digital B.V. Dit doen we omdat we geloven in de kracht van deze online activiteiten en het daar aanwezige talent. Door een gezamenlijke stimulerende, innovatieve omgeving te creëren voor deze activiteiten kan het rendement verbeteren."

En na een zorgvuldige sollicitatie procedure zijn we, gezamenlijk met de hoofdredactie, tot een unanieme keuze gekomen voor Paul Jansen als nieuwe algemeen hoofdredacteur van dagblad De Telegraaf. Hiermee heeft De Telegraaf een krachtige, gedragen hoofdredacteur uit de eigen gelederen."

Resultaten
Over de eerste zes maanden van 2015 heeft Telegraaf Media Groep een EBITDA-resultaat gerealiseerd van € 19,0 miljoen, een daling met € 3,2 miljoen ten opzichte van de vergelijkbare periode in 2014 (€ 22,2 miljoen). Het netto resultaat, toe te rekenen aan de aandeelhouders van TMG, bedroeg over de eerste zes maanden van 2015 € 2 miljoen negatief, mede als gevolg van de € 6,9 miljoen afwaardering op de drukpersen. De oplage-inkomsten daalden met € 3,8 miljoen naar € 129,8 miljoen. Zowel bij de landelijke als regionale media was, in lijn met de gehele markt, sprake van minder printabonnementen. De conversie naar combi-abonnementen (print en digitaal) zet door. Sky Radio Group had last van de krimpende advertentiebestedingen in de radiomarkt. De oplage-inkomsten bij Keesing Media Group stegen.

De markt blijft snel veranderen. De traditionele advertentiemodellen staan in alle markten onder druk. De advertentie-inkomsten bij TMG daalden in het eerste halfjaar van 2015 met € 13,4 miljoen naar € 74,0 miljoen (-15,3%). De daling is bij alle producten zichtbaar. De dagbladen van landelijke en regionale media hebben al een aantal jaren te maken met druk op de advertentie-inkomsten.

De digitale inkomsten van TMG Landelijke Media lieten een stijging zien. Hoewel het digitale bereik van TMG over de gehele linie toenam, daalden de totale digitale advertentie-inkomsten. Dit is vooral het gevolg van een aanzienlijke daling bij Dichtbij.nl. Voor Dichtbij.nl wordt gewerkt aan verschillende ontwikkel-scenario's.

Voor de niet-titelgebonden online-activiteiten van TMG zijn de scenario's ontwikkeld. Er is gekozen om deze activiteiten samen te voegen in een nieuwe businessunit: TMG Digital B.V. Door investering in deze nieuwe businessunit en door samenwerking rondom klanten en thema's kunnen voordelen worden behaald die de gezamenlijke resultaten van die activiteiten sterk zullen verbeteren. De onderneming wil de kennis en het talent in dit domein behouden en duurzaam aan zich verbinden om de digitale positie van TMG verder uit te bouwen. Als gevolg van dit voornemen zal ook Relatieplanet.nl niet langer voor verkoop worden aangehouden, maar worden geïntegreerd in TMG Digital. Bij de betrokken activiteiten en bedrijfsonderdelen, die momenteel onderdeel zijn van TMG Landelijke Media, werken circa 115 fte. Het streven is om TMG Digital per 1 januari 2016 operationeel te hebben.

Ter ondersteuning van de strategische focus op de hoofdmerken en ter versterking van de positie in het digitale domein werden in de eerste helft van 2015 nieuwe partnerships aangekondigd. TMG en Dasym Investment Strategies werken aan een strategisch partnership om onder andere de positie in Over-The-Top (OTT) content, e-gaming en e–gambling, te versterken. Eind april 2015 zijn de partijen tot een Letter of Intent gekomen.

Organisatie in verandering
De strategische focus van TMG richt zich op het produceren van content voor distributie via print, online, video, mobiel en radio. TMG focust op het kernbedrijf en de hoofdmerken. Bij alle strategische aanpassingen staat de veranderende behoefte van de consument centraal. TMG wil in staat zijn om 24/7 relevante producten en diensten aan te bieden via die kanalen en op die momenten die de consument zelf kiest.

Bij TMG Landelijke Media wordt de organisatie gefaseerd ingericht op het versterken van de merken en op de wendbaarheid van de organisatie. Bij Holland Media Combinatie is de reorganisatie in uitvoering die eerder werd aangekondigd. Speerpunt is het versterken van de uitgaven in de vijf kernregio's. De tweede fase van de reorganisatie bevindt zich al voor een groot deel in de uitvoeringsfase.

In juni werd het voornemen tot een reorganisatie van alle drukactiviteiten van TMG aangekondigd. Het plan is de drukcapaciteit samen te voegen in Amsterdam en de drukkerij in Alkmaar te sluiten. Een deel van het drukwerkvolume zal worden uitbesteed aan nader te bepalen externe partijen. De ingreep is noodzakelijk vanwege het snel veranderende mediagebruik. Er is al lange tijd een grote overcapaciteit in de markt en die neemt nog steeds fors toe.

Medewerkers
Voor de medewerkers van TMG is 2015 opnieuw een uitdagend jaar. Er zijn meerdere programma's gestart om talent te begeleiden in de veranderingsprocessen en hen te ondersteunen bij het ontwikkelen van hun competenties en te helpen bij het benutten van nieuwe kansen.

Het totale aantal personeelsleden daalde in de eerste helft van het jaar naar 2.122 fte. De daling is het gevolg van fte-reducties in verband met reorganisaties en het later invullen van vacatures. De verwachting is dat het totale aantal personeelsleden verder zal dalen in de tweede helft van 2015.
Op 30 juni werd het lopende Sociaal Plan, met enkele technische aanpassingen, verlengd. De verlenging geldt voor reorganisaties waarvoor vóór 1 december 2015 een adviesaanvraag is ingediend en waarvoor vóór 31 december 2015 advies is gegeven.

Dwarsdenkers & Friskijkers

inct.spiratie 2015: voor uitgevers die het van een andere kant willen bekijken

Tot 1 oktober a.s.early bird korting

www.inctspiratie.nl