

Persgroep presenteert jaarverslag 2016

19-04-2017 14:43

De Persgroep, actief in Nederland, België en Denemarken, boekte in 2016 een omzet van 1.455 miljoen euro (+9%), een nieuw record in de geschiedenis van de onderneming.

De netto winst kwam in 2016 op 117 miljoen euro (+7%) uit. De groei is voornamelijk te danken aan overnames die in de loop van 2015 werden gedaan en die voor een volledig jaar meetelden in 2016, zoals die van Wegener in Nederland, Berlingske Media in Denemarken en onder meer Humo en Story in België.

De kranten van de groep wisten hun lezersomzet stabiel te houden. De inkomsten uit klassieke krantenabonnements vielen licht terug, maar dat werd gecompenseerd door een mooie groei uit digitale en hybride (digitaal plus zaterdagkrant) abonnements. Deze trend zal zich de komende jaren versneld doorzetten waardoor de totale lezersomzet zal dalen omdat de prijs van digitale en hybride abonnements lager ligt dan die van klassieke abonnements. De advertentieomzet in de gedrukte kranten viel gemiddeld met 9% terug, terwijl de digitale inkomsten uit advertenties op de nieuwssites licht stegen in Nederland en Denemarken en sterk groeiden in België. De Persgroep verwacht dat ook deze trend zich zal verderzetten. De nieuwssites van de groep verstevigden hun marktpositie in de drie landen.

De Persgroep Online Services (online rubrieksadvertenties en prijsvergelijkers) kende vooral in Nederland een sterke groei. De Persgroep heeft sterke posities in jobs, automotive en technologie en breidt nu uit naar andere domeinen zoals geld en wonen.

De marktaandelen en omzet van de televisiezenders van Mediaaan bleven nagenoeg stabiel. Digitale videoplatforms zoals vtm.be en Stievie kenden een groeiend succes. De radio-activiteiten evolueerden gunstig waarbij vooral de groei van Qmusic Nederland opviel.

De financiële nieuwsmedia De Tijd en L'Echo kenden opnieuw een heel mooi jaar, vooral dankzij digitale groei. De oplages van de tijdschriften stonden onder druk, maar het is een medium dat nog steeds bijzonder succesvol en winstgevend is.

De totale advertentieomzet van de groep liep met 2% terug met daling in print en groei in televisie, radio en online. De digitale reclame-inkomsten overschreden voor het eerst de kaap van 100 miljoen euro.

De Persgroep deed ook in 2016 diverse overnames: Mediaaan verwierf in België het telco-bedrijf Mobile Vikings en de mannezzender Acht. De Persgroep Nederland acquireerde de website Hardware.info, het B-to-B marketingbedrijf Synpact en het online videoplatform MyChannels. Begin dit jaar verwierf Berlingske Media via een fusie de controle over het gratis dagblad Metroxpress.

Daarnaast werden het afgelopen boekjaar substantiële investeringen gedaan met het oog op de digitale transformatie van de publishing activiteiten. Ruim 40 miljoen euro werd geïnvesteerd in IT-projecten en digitale ontwikkelingen.

Christian Van Thillo, CEO van De Persgroep: "Fors uitbreiden in een markt die razendsnel verandert, is best risicovol en precies daarom ben ik zo trots op wat we vorig jaar hebben verwezenlijkt. De schaalvergroting is gelukt en we hebben hard gewerkt aan productontwikkeling, verhoging van onze efficiëntie en digitale ontwikkeling. Dit heeft geleid tot hele mooie financiële resultaten, maar de grootste uitdaging ligt voor ons. Onze media hebben dankzij de digitalisering nog nooit zoveel mensen bereikt, maar het is nu zaak om het juiste zakelijk model te vinden dat duurzaam succes brengt in een totaal nieuwe marktomgeving. Ik prijs me gelukkig dat we kunnen werken met een visie op lange termijn want dit proces zal nog verschillende jaren in beslag nemen. Met de kracht van onze mediamerken, het talent van onze medewerkers en een sterke financiële positie, hebben we alle troeven in huis om succesvol te blijven in de wereld van morgen."