

Mediahuis wordt in Nederland groter dan in België

23-06-2017 14:53



Met de overname van Telegraaf Media Groep (TMG) en de inbreng van VP Exploitatie als derde aandeelhouder zet Mediahuis een grote stap in de ingeslagen groeistrategie. Mediahuis heeft de afgelopen vier jaar zijn omvang bijna verdrievoudigd en is uitgegroeid tot een toonaangevende multimediale groep in Nederland en België.

De groep beschikt over de middelen en het talent voor de groei en digitale transformatie van het bedrijf. Mediahuis werd gevormd in 2013 door een joint venture tussen de mediabedrijven Corelio en Concentra. In juni 2017 wordt met de acquisitie van TMG, de inbreng van Media Groep Limburg en onder meer De Vijver Media, radio Nostalgie en de regionale tv-zenders, een proces afgerond in de uitbouw van de groep. De volgende stap is een verdere versterking van de verschillende merken van Mediahuis in België en Nederland.

VP Exploitatie was altijd een lange termijn aandeelhouder in TMG en zal dat nu in het nieuwe Mediahuis ook zijn. De inbreng van het belang van VP Exploitatie wordt afgerond voor eind juni 2017. Het aandeelhouderschap van Mediahuis zal dan verdeeld zijn over Corelio (50,6%) Concentra (32,7%) en VP Exploitatie (16,7%); Mediahuis zal op zijn beurt minstens 61,38% van de aandelen van TMG aanhouden. Overigens loopt momenteel de na-aanmeldingstermijn nog, waarbinnen TMGaandeelhouders hun aandelen kunnen aanbieden aan Mediahuis.

Thomas Leysen, Voorzitter van de Raad van Bestuur van Mediahuis: "De definitieve inbreng van de resterende mediabelangen van Corelio en Concentra vervolledigt het project dat we in 2013 startten. Met de overname van TMG krijgt Mediahuis nog meer een werkelijk Nederlands-Belgische dimensie. We zijn heel blij dat er met de intrede van VP Exploitatie een derde aandeelhoudersgroep met langetermijnvisie en een hart voor media onze opzet ondersteunt."

Met de overname van TMG is Mediahuis als groep groter in Nederland dan in België. Gert Ysebaert, CEO

Mediahuis: “De digitale (r)evolutie verandert de mediawereld ingrijpend. De traditionele media blijven waardevol, sterk en vervullen een belangrijke rol, maar daarnaast groeit er razendsnel een nieuwe mediaconsumptie. We staan tegenover nieuwe, internationale spelers en worden constant uitgedaagd met nieuwe business-modellen. Met Mediahuis zien we vooral kansen, waar andere mediabedrijven in zwaar weer zijn gekomen. Sterke merken, krachtenbundeling en innovatie vormen de rode draad in onze strategie van de afgelopen jaren. Hierdoor hebben we een positief project neergezet waarop we de komende jaren verder zullen bouwen.”

Mediahuis legt de focus op 5 domeinen.

1. Een weldoordacht toekomstplan zal van Telegraaf Media Groep opnieuw een gezond, rendabel bedrijf maken. Dit vertaalt zich voor het sterke merk De Telegraaf in marktleiderschap. Voor de vertrouwde merken van Holland Media Combinatie (HMC) staat regionale verankering voorop. Efficiëntie in de organisatie moet garant staan voor rentabiliteit en nieuwe investeringsmogelijkheden.
2. De nieuwsmerken van Mediahuis gaan voor unieke, onafhankelijke journalistiek die verder ontwikkeld wordt op alle digitale platformen. Permanent investeren in gebruikservaring, sterkere focus op mobiel en een constante verrijking van het bestaande en nieuwe informatieaanbod moeten leiden tot nog meer betalende lezers.
3. Mediahuis diversifieert in digitale en audiovisuele media en versterkt hiermee zijn footprint in de advertentiemarkt. De groep neemt verder met sterke merken het voortouw in de snel evoluerende markt van gerubriceerde advertenties (classifieds). Forse investeringen gebeuren in technologie en data. Verder exploreert Mediahuis volop de mogelijkheden van digitale video en OTT televisie.
4. Mediahuis gelooft in sterke partnerships. De groep wil bestaande samenwerkingen met spelers in België en Nederland intensifiëren en nieuwe verbanden opzetten. Dit moet onder meer leiden tot gezamenlijke proposities op de advertentiemarkt.
5. Het succes van Mediahuis is gebouwd op getalenteerde mensen die volop kansen krijgen om zich te ontplooiën binnen de groep. Continue training en opleiding neemt alle medewerkers mee op het pad van de digitale transformatie. Mediahuis werkt als netwerkorganisatie om flexibel in te spelen op de snelle veranderingen in het medialandschap.