

# TMG gaat 150 banen schrappen

22-11-2017 19:55

**Tijdens de halfjaarcijfers kondigde de nieuwe Raad van Bestuur aan voor het einde van 2017 hun plannen te presenteren om van TMG weer een sterk en leidend mediabedrijf te maken. Drie pijlers vormen de kern van deze plannen: focus op de sterke merken, de beste in service en kwaliteit en het huis op orde.**

Als gevolg van de laatste pijler krimpt de organisatie en vervallen er de komende jaren naar verwachting ongeveer 150 banen bij TMG. TMG streeft ernaar het aantal gedwongen ontslagen zoveel mogelijk te beperken.

## **Focus op sterke merken**

TMG concentreert zich op de ontwikkeling en het vermarkten van de sterke merken in haar portfolio en streeft naar marktleiderschap voor deze merken. Goede, onafhankelijke journalistiek, uitgedragen door deze merken met leidende posities in hun markten vormen de kracht van TMG en daar wordt in geïnvesteerd. Zo is in het afgelopen jaar een nieuwe website voor De Telegraaf en een nieuwe app voor Metro gelanceerd en komt er een nieuw magazine bij de regionale kranten. De Telegraaf, de regionale dagbladen, Metro en belangrijke digitale merken zoals Dumpert en Gaspedaal staan centraal. Het merk De Telegraaf staat weer op de eerste plaats. Bij de regionale kranten komt de focus op Noord-Holland te liggen en op duiding en achtergronden van het (regionale) nieuws. Het aantal edities, nu 16, wordt geleidelijk verminderd en het aantal websites gaat van vijf naar twee.

TMG CEO Marc Vangeel: "TMG heeft ongelooflijk veel potentie in huis: De Telegraaf is een geweldig sterk merk met ongeëvenaarde naamsbekendheid en bereik. Tel daarbij de regionale merken, het digitale portfolio én de stappen die we zetten om de beste in service en kwaliteit te zijn voor onze adverteerders en abonnees. Daarmee hebben we alles in huis om TMG weer back in business te krijgen."

## **De beste in service en kwaliteit**

In de afgelopen jaren zijn de advertentie- en abonnementinkomsten onder druk komen te staan en die moeten weer een stijgende lijn gaan vertonen. Het bieden van de beste service en kwaliteit is daarvoor van groot belang. De salesafdeling gaat daarom fundamenteel anders werken: proactief en vraaggericht. Op deze afdeling is een ontwikkeling ingezet waarbij er gebouwd wordt aan langetermijnsamenwerkingen in plaats van simpelweg advertenties te verkopen. Relaties bouwen en onderhouden met op maat gesneden voorstellen die op basis van alle beschikbare data geëvalueerd worden zodat het behaalde resultaat voor adverteerders en mediabureaus inzichtelijker wordt. Ook de consument moet gaan ervaren dat er veel beter naar zijn of haar wensen geluisterd wordt. Met service waar abonnees blij van worden, het koesteren van trouwe lezers en mooie aanbiedingen voor jong en oud om meer doelgroepen te enthousiasmeren.

## **Het huis op orde**

De laatste van de drie pijlers is het huis op orde brengen en kosten besparen door efficiency- en synergievoordelen te realiseren. Door samen te werken met Mediahuis benut TMG synergievoordelen op het gebied van ICT, inkoop en drukwerk. Binnen werkgroepen vanuit alle TMG-organisatieonderdelen zijn in de afgelopen periode actieplannen gemaakt om omzetdoelstellingen, kostenbesparingen en synergievoordelen te behalen. Een nieuwe afdeling Media Services wordt ingericht om de driehoek redactie, marketing en sales operationeel te laten excelleren en draagt bij aan het bieden van de beste service en kwaliteit richting adverteerders en abonnees. Dankzij de partnerships voor Sky Radio Group en Keesing Media Group is een minder complexe en plattere organisatiestructuur mogelijk. De stafafdelingen worden daarmee in lijn gebracht waarmee ook een optimale aansluiting met de kernactiviteiten ontstaat. Banenverlies is daarbij helaas onvermijdelijk maar noodzakelijk om van TMG weer een sterk en leidend mediabedrijf te kunnen maken. TMG

streeft ernaar het aantal gedwongen ontslagen zoveel mogelijk te beperken.

### **Ambitie 2018-2020**

De plannen voor de toekomst moeten resulteren in omzetgroei uit de digitale proposities en een marktconforme omzetontwikkeling uit de consumenten- en adverteerdersmarkt. Daarnaast wordt er bespaard door efficiency- en synergievoordelen te realiseren en de omvang van stafafdelingen in lijn te brengen met de minder complexe en plattere organisatie. Op de regionale redacties vervallen banen door focus op Noord-Holland, het terugbrengen van edities en concentratie van websites.

De opbrengst van Keesing Media Group biedt TMG de ruimte om in de sterke merken te kunnen investeren en de kosten voor de inkrimping van de organisatie te financieren.