Sanoma: jaarresultaten en nieuwe commercieel directeur

08-02-2018 09:26



Sanoma heeft haar jaarresultaten bekend gemaakt. Over 2017 zag Sanoma haar operationele winst (gecorrigeerd voor SBS verkoop) sterk stijgen naar EUR 181 miljoen (2016: 150). De ingezette kostenbesparingen dragen in grote mate bij aan deze stijging met name in Finland.

Ook in Nederland en België laat Sanoma stabiele cijfers zien. In Finland draagt een lichte stijging in abonnees van het grootste nieuwsmerk Helsingin Sanomat ook bij aan het positieve resultaat. Bij Sanoma Learning, de educatieve tak van Sanoma met onder andere Malmberg in Nederland, steeg de omzet met 13.2% met name door de succesvolle lancering van nieuwe leermethodes in Polen.

De financiële positie van Sanoma verbeterde hierdoor significant gedurende 2017. Door de goede operationele cash flow en de verkoop van SBS in Nederland daalde de schuld naar EUR 392 miljoen (2016: 786) en de schuldenratio naar 1.7 in 2017 (2016: 3.3). Sanoma geeft voor 2018 aan dat de omzet iets onder 2017 zal uitkomen met een EBIT-marge van rond de 14%.

Sanoma Media: portfolio herziening afgerond in Nederland en België
In Nederland, waar Sanoma uitgever is van o.a. Libelle, LINDA. en NU.nl, daalde de totale omzet (gecorrigeerd voor SBS verkoop) licht naar EUR 436 miljoen (2016: 459) door met name de verkoop van Kieskeurig.nl in juni 2017. De winstgevendheid (gecorrigeerd voor SBS verkoop) daalde ten opzichte van 2016 uitsluitend doordat in Nederland de pensioenregeling in 2016 gewijzigd is, hetgeen toen tot een eenmalige bate leidde van zo'n EUR 41 miljoen.

Na de succesvolle verkoop van SBS op 19 juli 2017 heeft Sanoma onlangs de intentie bekend gemaakt om haar Belgische vrouwenmagazinetitels te verkopen. Daarmee wordt de grootschalige herziening van het portfolio van Sanoma Media in Nederland en België van de afgelopen jaren afgerond. Het sterke crossmediale portfolio heeft een maandelijks bereik van zo'n 12 miljoen consumenten (leeftijd 13+) en behoort volgens onderzoek van NOBO en NOM tot de marktleiders op het gebied van consumentenbereik; Nu.nl is het grootste online nieuwsplatform van Nederland en de vrouwentitels hebben het hoogste (print)bereik onder Nederlandse vrouwen.

Marc Duijndam, CEO Sanoma Media sinds 1 januari 2018: "Na de laatste herziening heeft Sanoma Media in Nederland en België een sterk en gefocust merkenportfolio. Daarmee staat een goede basis om in 2018 verder te groeien en te bouwen aan onze crossmediale titels."

Nieuwe commercieel directeur

Sanoma Media Netherlands heeft Kees Wilbrink per 1 april 2018 aangenomen als Commercieel Directeur. Hij volgt daarmee Vincent Siegelaar op die onlangs de organisatie heeft verlaten. Kees Wilbrink rapporteert in zijn nieuwe rol aan Marc Duijndam, CEO Sanoma Media BeNe.


Kees Wilbrink vervult op dit moment de rol van Director Ad Sales bij BrandDeli waar hij samen met zijn team de afgelopen jaren mooie prestaties heeft geleverd. Daarvoor heeft hij bij STER diverse functies bekleed en had hij verschillende succesvolle eigen ondernemingen.

Kees: "Ik kijk er naar uit om bij Sanoma aan de slag te gaan en samen met de collega's ervoor te zorgen dat de prachtige merken, zoals Libelle of NU.nl, op de juiste manier voor adverteerders werken. Merken versterken merken. De mix van prachtige A-titels en een enorm digitaal kwaliteitsbereik van Sanoma bieden in mijn ogen geweldige kansen. Ik ga daar met het team, adverteerders en bureaus de komende jaren met volle energie mee aan de slag."

Marc Duijndam, CEO Sanoma Media BeNe: "Ik ben zeer blij met de komst van Kees. Kees heeft veel ervaring in onze markt en een prachtig trackrecord. Ik heb er alle vertrouwen in dat hij met zijn kennis, kunde en persoonlijkheid een grote toegevoegde waarde heeft voor onze organisatie als totaal en specifiek de salesorganisatie en onze zakelijke relaties."