Mediahuis maakte flinke sprong in 2017

01-03-2018 16:52



De van oorsprong Belgische uitgeversgroep Mediahuis wist in 2017 niet alleen in de Belgische markt haar positie te versterken maar groeide ook in Nederland uit tot een toonaangevend multimediaal bedrijf met een omzet van 800 miljoen euro, meer dan 3.200 medewerkers en een totale dagelijkse verkoop van 1,4 miljoen kranten.

De positieve evolutie van het bedrijfsresultaat voor 2017 (REBITDA +23%) moet dan ook gezien worden als een stap richting verdere groei en resultaatsverbetering die Mediahuis verwacht door de intrede van VP Exploitatie als derde aandeelhouder, de acquisitie van Telegraaf Media Groep (TMG) en de door Corelio en Concentra ingebrachte media-activiteiten.

2017 laat zich voor Mediahuis optekenen als een scharnierjaar waarin de groep, ondanks de moeilijke marktomstandigheden en mede dankzij een goede kostenbeheersing, de impact van de dalende advertentie-inkomsten op zijn operationele cashflow (REBITDA) uit bestaande activiteiten (de Belgische kranten, digital classifieds en het Nederlandse NRC), wist te beperken.
De verkoop van de Belgische Mediahuis-kranten daalde het afgelopen jaar met 3%. Deze daling liet zich voornamelijk optekenen in de losse verkoop. De krantenverkoop via abonnementen bleef nagenoeg stabiel met een verdere verschuiving naar digitale abonnementen. Ondanks de druk van een dalende krantenmarkt en gedreven door een sterke digitale propositie wisten zowel De Standaard als NRC (NRC Handelsblad en nrc.next) een stijging in totale verkoop te realiseren met respectievelijk +0,4% en +4,3%.

De populaire titels Het Nieuwsblad/De Gentenaar, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg wisten hun positie in online bereik verder te versterken en zetten met de uitbouw van de ‘plus’-omgeving een belangrijke stap in het stimuleren van betalende digitale journalistiek. De advertentie-inkomsten van de Belgische kranten werden in 2017 negatief beïnvloed door een sterke daling in het nationale segment en de toenemende druk van enkele grote internationale platformen. De regionale advertentiemarkt en de classifiedsmarkt in zowel

print als digitaal bleven echter stabiel of kenden zelfs een lichte stijging. NRC slaagde erin om in een globaal sterk dalende advertentiemarkt het niveau van 2017 aan te houden.

Toenemend belang classifiedsactiviteiten en verbreding van het aanbod.
De classifiedsactiviteiten kennen een toenemend belang binnen het resultaat van Mediahuis. Zo wisten de bestaande platformen hun positie in hun respectievelijke markt te versterken en investeerde Mediahuis tegelijkertijd in een verbreding van het aanbod. Het rekruteringsplatform Jobat groeide in 2017 zowel in print als online. De positieve trend die de jobmarkt vertoont en de evolutie naar steeds nieuwere samenwerkingsvormen, maakte dat Mediahuis voor de Nederlandse en Belgische markt een strategische samenwerking aanging met Jellow, een online matchingplatform voor freelancers.

Binnen de vastgoedmarkt leidt de krachtenbundeling van Hebbes en Zimmo tot één krachtig merk m.n. Zimmo. Ook in 2018 zal Mediahuis blijven inzetten op een versnelde groei van zijn classifiedsactiviteiten met als doel een leidende positie te bekleden in die groeimarkten waar de groep vandaag al een sterke uitgangspositie heeft. Deze strategie wordt verder ondersteund door de classifiedsplatformen van Media Groep Limburg en TMG binnen Mediahuis.

Daarnaast zorgde Mediahuis voor een verbreding van haar activiteiten door een participatie te nemen in Wayne Parker Kent, een van de snelst groeiende digitale contentbedrijven in Nederland met als core business het bereiken van zeer specifieke doelgroepen. Voor de Belgische markt resulteerde deze strategische samenwerking in een joint-venture die in het voorjaar van 2018 van start ging.

Verdere versterking multimediale karakter van Mediahuis.
Een belangrijke stap in de verdere groei van Mediahuis werd gezet op 31 mei 2017 toen de mediaactiviteiten die aandeelhouders Corelio en Concentra nog in portefeuille hadden, werden ingebracht in Mediahuis. Deze activiteiten droegen voor 7 maanden bij tot het bedrijfsresultaat.

Overname TMG als belangrijke stap in groeistrategie.
Op 22 juni 2017 werd Mediahuis de controlerende aandeelhouder van Telegraaf Media Groep (TMG). In de daaropvolgende maanden bouwde de groep zijn participatie verder op tot 95%. Begin 2018 werd dit zelfs 99,5% waarna de beursnotering van TMG beëindigd werd. In respectievelijk september en december werden de non-core participaties in Keesing Mediagroep en Talpa Radio verkocht waarmee Mediahuis zijn focus op de kernactiviteiten van (nieuws)media en digitale merken bevestigde.

Na de verwerving van de controle over TMG werd door het nieuwe management dadelijk een herstelplan uitgewerkt, wat ondertussen in volle implementatie is. Een snel en efficiënt ingrijpen in de kosten maakte het mogelijk om de negatieve spiraal van dalende resultaten een halt toe te roepen. Dit alles maakte dat TMG in de 6 maanden sinds de verwerving van controle door Mediahuis, reeds een positieve bijdrage leverde aan de REBITDA en het netto resultaat van de groep. Met titels als De Telegraaf, de regionale merken als het Noord-Hollands Dagblad, de weekbladen Privé en Autovisie, het videoportaal Dumpert, het e-commerce platform GroupDeal.nl en het autoportaal GasPedaal.nl, heeft TMG een portefeuille aan sterke merken die in de komende jaren substantieel zullen bijdragen tot de groei van de omzet en het resultaat van de groep.

Gert Ysebaert, CEO Mediahuis: "De overname van TMG werd niet alleen succesvol afgerond maar is dankzij de transacties van Keesing Mediagroep en Talpa Radio, vanuit een financieel oogpunt, ook al grotendeels verteerd. 2017 was dan ook een scharnierjaar voor Mediahuis. Onze groep groeide uit tot een solide Belgisch-Nederlandse mediagroep met een sterke portfolio aan waardevolle merken. 2018 kondigt zich aan als een uitdagend jaar waarin het maken van keuzes centraal zal staan. Meer dan ooit zet Mediahuis daarom in op de verdere digitale transformatie van zijn core business, de nieuwsmerken en classifieds. We hebben

fantastische lokale merken die er echt toe doen voor mensen. Met dit grote bereik en sterke engagement maken wij het verschil."

Financiële kerncijfers
In de vergelijking van het uiteindelijke bedrijfsresultaat (EBIT) ten aanzien van de REBITDA, dient voor 2017 rekening gehouden te worden met €16,5 mio. aan niet-recurrente kosten. Dit zijn hoofdzakelijk transactiekosten m.b.t. de acquisitie van TMG en de diverse inbrengen van Corelio en Concentra, eenmalige financieringskosten, enkele goodwill impairments, eenmalige afschrijvingen en provisies voor diverse risico's en kosten. Deze eenmalige uitgaven hebben ook het netto resultaat significant beïnvloed.

Na de diverse inbrengen en de acquisitie van TMG heeft Mediahuis haar totale schuld geherfinancierd. Mede dankzij de verkoop van Keesing Mediagroep en de participatie in Talpa Radio is de netto schuld slechts beperkt toegenomen met €34,8 mio. Op basis van 12 maanden REBITDA is de schuldratio (netto financiële schuld / REBITDA) van de groep nagenoeg gelijk gebleven.

Kristiaan De Beukelaer, CFO Mediahuis: "De transacties die gepaard gingen met de overname van TMG hebben Mediahuis eind 2017 een solidere financiële basis gegeven in vergelijking met het begin van het jaar. Dankzij TMG en de andere in 2017 verworven activiteiten zal de REBITDA van Mediahuis in 2018 naar verwachting groeien richting €90 mio. Daardoor zullen we ondanks een substantieel investeringsprogramma voor dit jaar, eind 2018 op een schuldratio van ongeveer 1,1 landen."