De spectaculaire omzetgroei van Axel Springer

11-09-2018 11:01

Voor sommigen is het misschien een bekende naam voor anderen niet, daarom een korte introductie. Axel Springer is de grootste nieuwsuitgeverij van Duitsland. Het is onder andere de uitgever van de dagbladen *Bild* en *Die Welt*. *Bild* is het grootste dagblad van Duitsland. Axel Springer is ook buiten de landsgrenzen actief: het is sinds 2015 volledig eigenaar van Business Insider. In de afgelopen tien jaar heeft Axel Springer een spectaculaire omzet- en ebitda-ontwikkeling door gemaakt. Het hanteren van een heldere strategie waarin de drie functionele deelgebieden (content, advertentieruimte en classifieds) van het traditionele dagblad worden opgeknipt heeft geleid tot deze spectaculaire omzet- en ebitda-ontwikkeling. Dit maakt Axel Springer niet alleen een traditionele uitgeverij, maar ook een marketingspecialist. De uitgeverij is eigenaar van platformen voor het aanbieden van bijvoorbeeld banen en onroerend goed. Zo is het onder andere eigenaar van Immoweb, de Belgische variant op Funda. Het bezit meerdere van dit soort platformen in heel Europa en haalt hier enorme groei uit.

Succesvol

Binnen de definitie van succes die we in dit onderzoek hanteren, is Axel Springer de meeste succesvolle nieuwsuitgeverij van de veertien geanalyseerde uitgeverijen. Axel Springer heeft in 2017 een omzet behaald van € 3,5 miljard euro en is daarmee ten opzichte van vorig jaar met 8,3% gegroeid, oftewel € 272 miljoen. Deze omzetgroei is gerealiseerd in drie divisies: *classifieds*, *news* en *marketing media*. De divisie classifieds is verantwoordelijk voor de diverse platformen, bijvoorbeeld die voor de verkoop van onroerend goed. De divisie news spreekt voor zich: dat is de traditionele nieuwsuitgeverij. De divisie marketing opereert als marketingbureau. Al deze divisie zijn het afgelopen jaar gegroeid in omzet.

Omzetopbouw

De divisie news realiseerde een groei van 1,9%. Deze groei was volledig te danken aan de digitale nieuwssites van Axel Springer zoals Business Insider. De omzet uit de Duitse dagbladen daalde zelfs met 2,9%. Zoals bij veel uitgeverijen kwam dit doordat de inkomsten uit de abonnementen en losse verkoop terugliepen. Daarentegen maakten de andere twee divisies een enorme groei door: classifieds groeide met 14,6% en marketing met 15%.

De omzet van classifieds media is in 2017 gegroeid met € 128 miljoen. De divisie bestaat uit online platformen in drie segmenten: vastgoed, banen en overig (zoals auto's). Axel Springer bezit in heel Europa dergelijke platformen. Een voorbeeld is de wereldwijde vacaturesite Stepstone. Op al deze platforms zijn advertenties de belangrijkste inkomstenbron. Daarnaast wordt verdiend aan werkgevers die een vacature plaatsen en makelaars die een woning op het platform aanbieden. De populariteit van dit soort platformen neemt alleen maar toe. Er wordt op internet veel gezocht naar deze producten, waardoor de prijs van advertenties stijgt. Daarnaast worden alle bezoekersdata opgeslagen. Deze worden gebruikt om gerichter te kunnen adverteren en door te verkopen. Ook worden ze gebruikt om de platformen te verbeteren.

De omzetgroei van de divisie marketing media bedraagt in 2017 ook € 128 miljoen. De divisie gebruikt verschillende technieken om adverteerders via het slim gebruik van data gericht aan bezoekers te koppelen: *reach based marketing* en *performance based marketing*. Bij performance based marketing een advertentie pas aan de adverteerder in rekening gebracht als er een transactie tot stand is gekomen. Bij reach based marketing is het aantal mensen dat met een advertentie wordt bereikt als maatstaf genomen. Het aanbod van advertenties en advertentieruimte bepaalt de prijzen.

Wat kunnen Nederlandse uitgeverijen hiervan leren?
1. Axel Springer heeft dankzij de divisie classifieds nieuwe producten in de markt gezet voor een doelgroep die al aan Axel Springer verbonden was.
2. Voor het opschalen van de divisies classifieds en marketing combineert Axel Springer zijn huidige klantdatabase met data-analyse om bezoekers aan adverteerders te koppelen.
3. De omzetgroei van Axel Springer wordt voornamelijk gerealiseerd met activiteiten die niet behoren tot de activiteiten van een traditionele uitgeverij. De nieuwe activiteiten hebben wel raakvlakken met de activiteiten van een traditionele uitgeverij, namelijk het verzamelen, bundelen en leveren van informatie aan de doelgroep. Zo wordt de kernkwaliteit van een traditionele uitgeverij inzetbaar bij nieuwe activiteiten, die nieuwe inkomsten opleveren.

Dit is het vierde artikel uit een reeks van vier. Eerder verschenen:
1 Wat maakt uitgeverijen succesvol?
2 Kiezen voor productontwikkeling of marktontwikkeling
3 Succesvolle internationale uitgeverijen kiezen voor acquisitie

De artikelen zijn onder begeleiding van Jasper Baggerman vanuit de Mediafederatie tot stand gekomen.

Jurjen de Vries