

Versnelde digital first strategie Mediahuis heeft geen gevolgen voor Nederlandse titels

27-03-2019 09:50



MEDIAHUIS

Een dalende advertentiemarkt, een aanzienlijke structurele stijging van de papier- en personeelskosten en een stijgende digitale krantenverkoop die echter vandaag nog ontoereikend is om de daling van print op te vangen, maken dat het resultaat van de Mediahuis nieuwsactiviteiten in de Belgische markt afneemt.

Mediahuis wil hierop anticiperen en zijn rentabiliteit in de Belgische markt opnieuw op peil brengen door zijn kernactiviteiten, de nieuwsmedia, versneld te transformeren en te digitaliseren.

Doelstelling hierbij is om de organisatie aan te passen aan de nieuwe digitale en economische realiteit en versneld te evolueren naar een digital first, klantgedreven en efficiënte organisatie met een verhoogde rentabiliteit.

Hiertoe werd een transformatie- en optimalisatieplan ontwikkeld dat bestaat uit drie pijlers.

- Een verbeterde digitale klantbeleving vertrekkend vanuit de vier sterke nieuwsmarken. De vier sterke titels (De Standaard, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg) zullen verder én versneld evolueren naar een digitale service met een optimale klantbeleving waarbij verder zal worden ingezet op innovatieve journalistiek via de nieuwssites, apps, video, podcast... Deze doorgedreven focus op klantbeleving zal niet alleen leiden tot een groei van het aantal betalende digitale relaties maar zal ook de langetermijnrelatie met de lezer versterken. Ook richting de adverteerder zet Mediahuis in op een verbeterde digitale service. Een versterking van het aanbod in data, een verdere automatisering en digitalisering van het verkoopproces, in combinatie met een unieke en persoonlijke klantgedreven aanpak moeten zorgen voor een versnelde groei van de digitale

advertentie-inkomsten.

- Een digital first strategie, gekoppeld aan het rentabiliseren van de gedrukte krant. Mediahuis heeft de afgelopen jaren grote stappen gezet in de digitale transformatie van zijn nieuwsmerken. Een uitgesproken keuze voor digital first moet het voortaan mogelijk maken om extra snelheid te maken. Hierbij blijft Mediahuis, gezien het belang van print binnen zijn portfolio, geloven in de sterktes van de gedrukte krant. De dalende inkomstentrend maakt echter dat de manier waarop Mediahuis met print omgaat, efficiënter moet. Mediahuis zal de lezer van de papieren krant een sterk kwalitatief product blijven aanbieden maar zich intern organiseren om deze kostenefficiënter te realiseren. Deze duidelijke keuze maakt het mogelijk om verder te investeren in de digitale versnelling van de nieuwstitels, waarbij maximaal gebruik wordt gemaakt van de schaal van de Belgisch-Nederlandse groep
- Het verhogen van de operationele efficiëntie. Om te groeien naar een volwaardig digitaal bedrijf zal Mediahuis inzetten op het vereenvoudigen, verbeteren en automatiseren van zijn processen in al hun aspecten, zonder dat dit ten koste gaat van de kwaliteit van de nieuwstitels of het aanbod naar de klanten.

Gert Ysebaert, CEO Mediahuis: “We hebben de afgelopen jaren grote en mooie stappen gezet en we slaagden erin om onze nieuwsmerken op een zo optimaal mogelijke manier doorheen de digitale transformatie te loodsen. Niettemin dreigt de realiteit van vandaag ons in te halen. Willen we op de lange termijn een toonaangevend mediabedrijf blijven en onze toekomst in eigen handen houden, dan is het noodzakelijk dat we anticiperen en onze nieuwsactiviteiten versneld transformeren en digitaliseren. De consument verwacht een sterke digitale nieuwsservice met een optimale klantbeleving. Die moeten wij hem bieden, zonder hierbij afscheid te nemen van de gedrukte krant. Alleen zullen we deze op een efficiëntere manier moeten realiseren. Met de vestiging in het centrum van Brussel kiest De Standaard als leidende Vlaamse kwaliteitskrant resoluut voor een plaats in het politieke hart van ons land en Europa.”

Het vereenvoudigen, optimaliseren en automatiseren van de processen en de keuzes gekoppeld aan een digital first strategie, kunnen mogelijk leiden tot een afbouw van de organisatie met 82 VTE's (voltijdse equivalenten). Deze zouden zich voornamelijk binnen het domein van de administratieve, commerciële en ondersteunende diensten situeren. Het is hierbij de intentie om het aantal gedwongen ontslagen zoveel mogelijk te beperken. Mediahuis zal de transformatie van zijn organisatie ook blijvend ondersteunen door het continu opleiden en bijscholen van zijn medewerkers.

De medewerkers van Mediahuis werden vandaag geïnformeerd over het transformatie- en optimalisatieplan waarna ook het overleg met de sociale partners werd opgestart om te bekijken hoe dit plan op de meest sociaal aanvaardbare manier kan worden bereikt.

Het plan tot versnelde transformatie en digitalisering heeft betrekking op de Belgische nieuwsactiviteiten en heeft als dusdanig geen gevolgen voor de overige onderdelen van de Mediahuisgroep in België en Nederland.

David Huijzer