

FD Mediagroep kan op goed jaar terugkijken

17-02-2020 10:20



FD Mediagroep heeft een goed 2019 achter de rug: zowel de omzet uit advertenties als uit de lezersmarkt nam toe. Dat de netto-winst afnam heeft slechts te maken met een boekhoudkundige aanpassing.

De advertentieomzet groeide met 6 procent naar 28,1 miljoen euro. Daarmee is de dalende lijn van voorgaande jaren onderbroken. De stijging van de advertentieomzet droeg samen met de omzet van content (en data) bij aan een totale omzetgroei van 14 procent naar 88,6 miljoen euro. De overname van het databedrijf Sizo Solutions in 2018 droeg afgelopen jaar ook flink bij aan de omzetstijging.

Doordat de digitale oplage van het FD in 2019 flink steeg en ook publicaties als Energiea en Pensioen Pro het goed doen, stegen de inkomsten uit de lezersmarkt ook. Het aantal abonnementen op het FD was eind vorig jaar 97.727 en dat is dicht in de buurt van de doelstelling van 100.000 abonnees die het FD nastreeft.

Het ebita-resultaat was 8,2 miljoen, 22 procent meer dan het jaar ervoor. De nettowinst daalde echter met 4 procent tot 4,2 miljoen. Die daling is het gevolg van een eenmalig effect van tariefswijzigingen op de latente belastingverplichtingen. Zonder dit effect zou de nettowinst met 32 procent gestegen zijn.

Algemeen directeur Eugenie van Wiechen stelt dat 2020 in het teken staat van 'ruimte maken voor

investeringen in onze digitale transitie'.

David Huijzer