2019 groei- en investeringsjaar voor Mediahuis

27-02-2020 10:18

2019 was voor Mediahuis een jaar van investeringen en internationale groei. De groep behaalde een geconsolideerde omzet van €857,9 miljoen, een REBITDA van €118,9 miljoen en realiseerde een sterk operationeel resultaat van €65,9 miljoen.

Het netto resultaat voor bijzondere posten bedroeg €50,7 mio. De acquisitie van het Ierse Independent News & Media droeg voor 5 maanden bij aan dit resultaat. Ook in 2019 realiseerde Mediahuis een sterke groei in het aantal abonnees, grotendeels toe te schrijven aan de succesvolle digitale strategie en de toenemende betalingsbereidheid van de consument voor kwalitatieve digitale journalistiek. Een aantal eerder aangekondigde herstructureringen, samen met de eenmalige kost verbonden aan de overname van INM, beïnvloedden het nettoresultaat.

Mediahuis zette het afgelopen jaar haar ambitie om verder uit te groeien tot een leidende Europese mediagroep kracht bij. De overname van het Ierse Independent News & Media, uitgever van o.a. de Irish Independent, de Sunday Independent en The Belfast Telegraph, betekende voor Mediahuis toetreding tot de Engelstalige markt. Het overnameproces werd op 31 juli afgerond en resulteerde meteen in een 100% verwerving van INM. Volgend hierop werd een digitaal transformatieplan uitgewerkt dat de INM nieuwsmerken versneld door de digitale transitie zal loodsen. De resultaten van INM werden voor 5 maanden na acquisitie opgenomen in het geconsolideerde Mediahuis resultaat.

Aantal abonnementen neemt opnieuw toe, gedreven door sterke digitale groei.
De Mediahuis nieuwsmerken ontwikkelden zich in 2019 verder tot digitale services met een duidelijke focus op een optimale gebruikservaring en de meerwaarde van video en audio. Het totale aantal abonnementen nam zowel in Nederland als in België verder toe als een gevolg van een sterke digitale strategie, in combinatie met de toenemende betalingsbereidheid van de consument voor online journalistiek. Afhankelijk van het

nieuwsmerk varieert het aandeel digitale abonnementen tussen de 15% en de 40%, waarbij de positieve tendens bij alle titels merkbaar is. De strategie waarbij relevante en onderscheidende berichtgeving achter de paywall wordt geplaatst, is een belangrijke sleutel tot dit succes.

De Ierse krantenmarkt is in dit kader atypisch aangezien deze zo goed als volledig op losse verkoop draait. De technologie en expertise die binnen Mediahuis aanwezig zijn, net als het grote digitale potentieel van de Ierse markt, zullen op korte termijn de digitale transformatie van de INM nieuwstitels gaan versnellen. Als een eerste stap werd midden februari 2020 een paywall geïntroduceerd op independent.ie, de site van de Irish Independent en Sunday Independent. In het derde kwartaal van 2020 zal eenzelfde digitale abonnementenservice worden uitgerold voor The Belfast Telegraph.

Kostenefficiënties en portfolio-aanpassingen.
De Nederlandse activiteiten realiseerden verdere efficiënties en wisten hun kostenbasis verder te laten dalen waardoor zij een sterke bijdrage leverden aan het resultaat van de Mediahuis groep. Binnen de Belgische organisatie werd een optimalisatie- en transformatieplan geïmplementeerd om de rendabiliteit van de nieuwsactiviteiten naar een beter peil te brengen.

De markt van de huis-aan-huisbladen kende een verdere structurele daling. Dat leidde tot de stopzetting van de Rondom activiteiten in de Belgische markt en de Amsterdamse Echo. Ook binnen Mediahuis Limburg werden de huis-aan-huisbladactiviteiten bijgestuurd en werd de beslissing genomen om het huis-aan-huisblad VIA voortaan als wekelijkse bijlage in de krant De Limburger te integreren.

Tot slot kondigde Mediahuis in het najaar van 2019 de sluiting van de Citywest drukkerij in Dublin aan. De uiteindelijke stopzetting van de drukkerijactiviteiten is voorzien voor het voorjaar van 2020, waarna de resterende printvolumes zullen worden geconsolideerd op printsites in Cork en Newry. Eind 2019 werd na eerdere aankondiging, ook de Belgische drukkerijsite in Groot-Bijgaarden finaal gesloten.

Diversificatie als belangrijke groeipijler.
Eind 2019 verwierf Mediahuis 35% van de aandelen in het Amerikaanse data consultancybureau Mather Economics. Deze participatie betekent voor Mediahuis een belangrijke verbreding van haar portfolio binnen de snelgroeiende markt van de mediatechnologie en -services.

Ook binnen de markt van de digital marketplaces versterkte Mediahuis haar positie het afgelopen jaar. Zo verwierf de groep de controle over 4 All Solutions, het bedrijf achter Fortissimo, een CRM-software voor de vastgoedsector en het vastgoedportaal Immo Proxio. Mediahuis werd met deze overname duidelijk marktleider op het gebied van CRM-software en het bouwen van websites voor vastgoedprofessionals.

Tegelijkertijd bundelden Mediahuis en DPG Media de krachten in twee belangrijke markten. In de Belgische job- en rekruteringsmarkt werden Jobat en Vacature.com ondergebracht in een gezamenlijke joint-venture die vandaag uitsluitend het merk Jobat in de markt zet. In de Nederlandse automotive markt brachten beide spelers de merken Gaspedaal en AutoTrack samen in een joint-venture.

Druk op advertentieomzet houdt aan.
Op de Nederlandse advertentiemarkt hield Mediahuis de afgelopen periode goed stand. In België daarentegen bleef het resultaat onder de verwachting. De daling in printomzet zette zich sterker door en de digitale advertentieomzet groeide minder snel dan voorzien. Een efficiënt ingrijpen in de kosten compenseerde de dalende advertentieomzet in de Belgische markt. De Belgische radioactiviteiten van Mediahuis zetten het afgelopen jaar een sterk resultaat neer waarbij Nostalgie in het zuiden van België uitgroeide tot de grootste radiozender in bereik. Zowel in het noorden als in het zuiden vertoonde de radio-omzet een stijgende lijn.

Gert Ysebaert, CEO Mediahuis Groep: “2019 was voor Mediahuis een belangrijk investeringsjaar. We investeerden in de digitale acceleratie van onze portfolio, wisten onze organisatie slanker te zetten en groeiden internationaal. In 2020 zullen deze investeringen een positief effect kennen met opnieuw een stijging van het nettoresultaat als gevolg. Onze groep beschikt vandaag over een solide financiële basis. Dit biedt ons de komende jaren de nodige ruimte voor verdere ontwikkeling. Deze ambitie, in combinatie met ons geloof in sterke onafhankelijke journalistiek en de kracht van onze groep om merken door de digitale transformatie te loodsen, maakt dat Mediahuis over alle troeven beschikt om verder uit te groeien tot een sterk Europees mediabedrijf.”

Financiële kerncijfers.
Met de toevoeging van het Ierse Independent News & Media (INM) vanaf augustus 2019, stijgt de omzet van Mediahuis met 5% ten opzichte van 2018. INM draagt ook onmiddellijk bij tot het resultaat van de groep. Daarnaast kent de REBITDA van het in 2017 verworven Telegraaf Media Groep (ondertussen hernoemd naar Mediahuis Nederland) een sterke positieve evolutie. Beiden zorgen voor het grootste deel van de REBITDA-groei van €28,3 mio of +31% ten opzichte van 2018.

Sinds 2019 past Mediahuis IFRS 16 toe voor haar operationele leasecontracten. Echter het positieve effect hiervan op de REBITDA wordt gecompenseerd door een herzien en conservatiever beleid met betrekking tot de activering van platformen en digitale producten.
De reeds genoemde reorganisaties, samen met de acquisitiekosten van hoofdzakelijk INM en een aantal boekhoudkundige aanpassingen aan de belastinglatenties, hebben het nettoresultaat voor €20 mio negatief beïnvloed.

Ondanks de belangrijke acquisitie van INM in 2019 nam de netto schuld van de groep slechts beperkt toe. De netto schuld (bankschuld + aandeelhoudersleningen – liquide middelen) op REBITDA ratio daalde licht van 1,8 naar 1,7.

Kristiaan De Beukelaer, CFO Mediahuis Groep : “2019 was op financieel vlak een intens jaar. De optimalisaties en acquisities, hoofdzakelijk van INM, zijn investeringen in de toekomst waarbij we verwachten dat de positieve effecten reeds in 2020 zichtbaar zullen zijn in onze resultaten. Tegelijk blijft Mediahuis voorzichtig in de financiering van zijn groei. Het bewijs hiervan is de stabiele netto schuld/REBITDA-ratio, die ons nog ruimte geeft voor continue verdere investeringen in de huidige portfolio of nieuwe acquisities.”

David Huijzer