

DPG Media publiceert resultaten over 2019 en vooruitzichten

21-04-2020 10:05



DPG Media maakt haar jaarcijfers bekend in een moment dat de samenleving ontwricht is door het coronavirus. Christian Van Thillo, uitvoerend voorzitter: “In de 3 landen waar wij actief zijn (België, Nederland en Denemarken) voelt onze onderneming hiervan de impact. De meeste medewerkers werken sinds 12 maart van thuis uit, maar slagen er voorlopig wonderwel in om al onze media succesvol te laten verschijnen. In deze verwarrende tijden is de nood aan kwalitatief betrouwbaar nieuws enorm en de behoefte aan entertainment groot, waardoor het bereik van onze nieuwsmedia en televisiezenders explosief gestegen is. De pijn zit hem echter in de advertentiemarkt die sinds medio maart een sterke daling laat zien. De grote vraag is hoe zich komende periode het consumentenvertrouwen en daarmee het vertrouwen van adverteerders zullen ontwikkelen”.

Resultaten 2019

In 2019 maakte DPG Media een omzet van €1,64 miljard (+4%). Deze omzetgroei vertaalde zich in een EBITDA-groei van 7% naar €258 miljoen. De bedrijfswinst klokte af op €183 miljoen en de netto-winst bedroeg €129 miljoen, een groei van 2% ten opzichte van 2018 toen er voor €9 miljoen uitzonderlijke opbrengsten werden geboekt ten gevolge van de verkoop van enkele activa. Er was winstgroei in de drie landen waar de groep actief is. In het licht van de huidige crisis is beslist om de volledige groepswinst te reserveren.

Geconsolideerde jaarrekening DPG Media

in mio € 2019 2018 Verschil Omzet 1.638 1.581 +4% EBITDA 258 241 +7% Bedrijfswinst 183 168 +9% Netto winst na belastingen 129 126 +2% Netto financiële schuld 382 417 Netto financiële schuld/EBITDA 1,46 1,58

Nederland 2019 Verschil Omzet 868 +8% EBITDA 134 +3% Bedrijfswinst 108 +7%

Belgie 2019 Verschil Omzet 695 +3% EBITDA 108 +14% Bedrijfswinst 63 0%

Denemarken 2019 Verschil Omzet 133 -14% EBITDA 16 +1% Bedrijfswinst 13 +204%

Activiteiten

De nieuwsmedia van de groep hebben zich digitaal verder ontwikkeld met een opmerkelijke groei in verkoop van digitale abonnementen en een fors gestegen bereik voor de drie grote nieuwssites ad.nl, hln.be en bt.dk die een leidende positie bekleden in hun respectievelijke markten. De groep heeft intussen ruim 400.000 digitale abonnees, waardoor de totale marge op de lezersmarkt terug groeit. Ook de inkomsten uit digitale advertenties zijn substantieel gestegen, maar nog onvoldoende om de daling in print-advertenties op te vangen. De tijdschriften van de groep presteerden beter dan verwacht en presteerden financieel opnieuw sterk.

De televisie-activiteiten in België hadden het moeilijker door een omzetsdaling uit advertenties van 4%. Om in te spelen op veranderende kijkgewoontes is het gratis videoplatform VTM GO gelanceerd dat nu bijna 600.000 actieve gebruikers telt. Er is een strategisch erg belangrijke joint-venture gesloten met Telenet om een betalend video-streaming platform te ontwikkelen dat dit najaar gelanceerd zal worden. Dit heeft tot gevolg dat het televisiebedrijf zich doorontwikkelt naar een breed videobedrijf dat actief is op alle platformen.

Voor radio was 2019 opnieuw een sterk jaar met stijgende marktaandeelen en een mooie omzetevolutie zowel in Nederland als België. Ook de activiteiten in mobiele telefonie bij Mobile Vikings evolueerden erg gunstig, dankzij een abonneebestand van 300.000 klanten en de overgang naar een "full MVNO-model" in samenwerking met Orange Belgium.

De online services zijn intussen goed voor een omzet van €120 miljoen. De Nederlandse vergelijkings-site Independer die uitgesproken marktleider is in verzekeringen, breidde zijn aanbod uit met leningen en hypotheekleningen. Opvallend was ook de sterke groei van de Belgische energievergelijker Mijnenergie/Monenergie. Tenslotte werden ook twee belangrijke joint-ventures met Mediahuis afgesloten in de Belgische markt van personeelsadvertenties (Jobat) en in de Nederlandse markt voor auto-advertenties (Autotrack en Gaspedaal), wat zal leiden tot een substantiële versterking van de marktpositie.

Overname Sanoma

DPG Media heeft in december vorig jaar gecommuniceerd dat het een akkoord had bereikt om Sanoma Media Netherlands over te nemen. Deze overname werd op 10 april goedgekeurd door de Nederlandse

mededingingsautoriteit. Dankzij deze overname voegt DPG een breed portfolio van tijdschriften en digitale media toe aan haar Nederlandse activiteiten, met een omzet van € 355 miljoen. De cijfers worden vanaf april geconsolideerd en dat is ook het startpunt van de integratie.

Vooruitzichten 2020

Het spreekt voor zich dat de corona-crisis een impact zal hebben op de resultaten van de groep voor 2020. De voorspelbaarheid hiervan, is echter erg beperkt. Heel veel zal afhangen van hoe en wanneer de overheden de economie terug willen en kunnen activeren. Dit wordt een complexe maar cruciale oefening. Erik Roddenhof, CEO DPG Media Group : “Het spreekt voor zich dat wij zowel de groep als de onderdelen intussen zullen bijsturen waar mogelijk, maar zonder de onderliggende strategie aan te tasten. Wij blijven inzetten op de digitale transformatie van de groep terwijl we de focus bewaren op al onze mediamerken, online én offline”.

Frank Veerkamp