

Sanoma en Talpa nemen SBS Nederland over

21-04-2011 11:44

In België neemt Sanoma samen met Corelio en Wouter Vandenhoute & Erik Watté SBS België over. De gecombineerde waarde van de totale transactie in Nederland en België is EUR 1.225 miljoen. De transactie moet worden goedgekeurd door de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa).

In Nederland is Sanoma marktleider in tijdschriften en digitale media. Door hier de TV kanalen van SBS aan toe te voegen, ontstaat een mediabedrijf dat informatie en amusement via verschillende mediatypen overbrengt naar de consument.

Voor de Talpa Media Group, de mediaholding van John de Mol, is de acquisitie in de eerste plaats een strategische investering. Talpa krijgt als ontwikkelaar en producent van content meer mogelijkheden om producten te leveren aan de drie TV-zenders van SBS Nederland. In het verlengde daarvan kan Talpa, door meer bewezen successen op de Nederlandse markt, de internationale exploitatie van haar formats aanzienlijk uitbreiden.

Synergie vult toekomstige mediabehoefte in

De overname van SBS geeft invulling aan de strategie van Sanoma om een breed media-aanbod te kunnen bieden aan adverteerders en consumenten.

Dick Molman, CEO van Sanoma Media Netherlands zegt hierover: "Met de overname van SBS verstevigt Sanoma haar positie op de Nederlandse mediamarkt. In onze optiek is er een unieke synergie te behalen: Sanoma beschikt over veel digitale kennis en specifieke marketingkennis op diverse terreinen zoals vrouwen, food, home deco en automotive. Talpa voegt content toe in de vorm van programma's die bijdragen aan een optimale programmering. SBS heeft de TV-kanalen die naast de media van Sanoma ingezet kunnen worden. Dit maakt ons uniek en zorgt ervoor dat we als mediabedrijf in staat zijn om in te spelen op de toekomstige behoefte van consument en adverteerder. Samen kunnen we zowel een totaalpakket als maatwerk leveren, de gewenste content produceren en die beschikbaar stellen via elk gewenst distributiekanaal (TV, internet, mobiel, tablets en tijdschriften)."

Samenwerking biedt kansen op veel terreinen

John de Mol, eigenaar en creatief topman van Talpa, vindt een belang in SBS Nederland goed passen bij de andere deelnemingen die hij heeft in de media-industrie. Daarnaast schept de acquisitie kansen voor zijn bedrijf. De Mol hierover: "Voor Talpa Content en Talpa Producties betekent de SBS-acquisitie in de eerste plaats drie zenders met grote naamsbekendheid erbij waarvoor wij onze formats kunnen ontwikkelen en produceren. In de Talpa-filosofie is Nederland de bakermat voor ontwikkeling van onze formats. Wij hebben aangetoond dat Nederlandse programma's het in het buitenland vaak heel goed doen en bij succes in ons land ontstaat dus de mogelijkheid van internationale exploitatie. Ik ben blij met het partnership met Sanoma, want zij beschikken over sterke merken. Het aantal denkbare combinaties met de print en online Sanoma-titels is interessant. Zowel in mijn rol van investeerder in de media-industrie als die van content-ontwikkelaar ben ik buitengewoon blij met deze unieke kans om het mes aan meerdere kanten te laten snijden. In mijn ogen is dit een typisch geval van één plus één is drie."

Al jaren is er sprake van consolidatie in de Nederlandse mediabranche. Dankzij de samenwerking tussen Talpa, Sanoma en SBS kan een zeer sterk Nederlands mediaplatform ontstaan. Dit platform is uitermate geschikt om de nieuwe generatie media die zich aan het vormen is verder te testen en af te stemmen op de behoefte van zowel de consument als de adverteerder. Dit stelt SBS in staat om gebruik te maken van de

nieuwste technologische mogelijkheden waarover grote groepen Nederlanders tegenwoordig beschikken. Toch zullen nog heel lang programma's ontwikkeld blijven worden voor mensen die alleen maar ontspannen TV willen kijken, zonder interactief te zijn. Net zoals er consumenten zijn die de Libelle, LINDA., AutoWeek blijven lezen. "Maar, zegt De Mol, ons land kan en moet voorop willen lopen als het gaat om de nieuwste toepassingen en zo de creatieve sector als springplank laten dienen voor het ontwikkelen van een hoogwaardige kennisinfrastructuur."

Dick Molman: "Talpa heeft bewezen met aansprekende TV-formats te kunnen komen, die van direct belang zijn voor het succes van zenders. Dat past bij de doelstelling van de nieuwe eigenaren om te investeren in de programmering en zo een groter consumentenbereik voor SBS te realiseren. Verder moet de ontwikkel- en productie know-how van Talpa, gecombineerd met de digitale mediakennis van Sanoma, zorgen voor een sterkere positie van SBS op het gebied van online".

Ook synergievoordeel door overname in België

In België neemt Sanoma samen met Corelio en Wouter Vandenhoute/Erik Watté SBS België over. De drie partijen nemen elk een belang van 33,3%. De nieuwe partners in Nederland en Vlaanderen zullen gezamenlijk bestuderen of er mogelijkheden zijn om synergievoordelen te behalen door gezamenlijk te produceren voor de Nederlandstalige markten.

David Huijzer