TMG kijkt terug op succesvol 2010

11-03-2011 09:19

Ook TMG's aandeel in het nettoresultaat van ProSiebenSat.1 Media AG is fors gestegen van € 8,7 miljoen naar € 18,8 miljoen. Inclusief de teruggenomen impairment ad € 43,8 miljoen is over 2010 een resultaat uit de deelneming verantwoord van € 62,6 miljoen.

Bedrijfsonderdelen
Bij de bedrijfsonderdelen zijn in 2010 aantoonbare vorderingen gemaakt op het gebied van samenwerking en synergie.

Bij Telegraaf Media Nederland daalden de opbrengsten gering door lagere opbrengsten uit zowel oplage als advertenties. De opbrengsten uit digitale activiteiten zijn gestegen. In het afgelopen jaar heeft dit bedrijfsonderdeel zich onder meer actief beziggehouden met de verdere ontwikkeling van de digitale markt met een focus op lokale markten en e-commerce en met de realisatie van een eigen videomedia unit.

Omdat vooral de advertentiemarkten werden getroffen, heeft Keesing Media Group bij de traditionele puzzels maar beperkt last gehad van de economische onzekerheden.

Bij Sky Radio Group was sprake van een beter resultaat bij licht gedaalde opbrengsten.

In november 2010 is sociaal netwerk Hyves geacquireerd en onderdeel geworden van TMG. Hyves neemt de nummer één positie in op het Nederlandse internet: meer dan 9,1 miljoen Nederlanders hebben een Hyves-account, 5,2 miljoen hiervan zijn als actieve gebruikers te bestempelen. TMG heeft hoge verwachtingen van Hyves, zowel vanuit het bedrijf zelf, als in de samenwerking met andere TMG-media.

Mobillion heeft in 2010 haar strategie gewijzigd en specialiseert zich nu op dienstverlening in de markt van marketing en communicatie via sociale media.

Bij de productiebedrijven drukkerij, distributie en ICT, en ook bij het Shared Service Center, is zowel in kwaliteit als in kostenbeheersing wederom voortgang geboekt.

Opbrengsten
In 2010 daalden de opbrengsten per saldo met € 19,5 miljoen naar € 592,3 miljoen.

De advertentie-inkomsten vertoonden in 2010 een grillig verloop, zowel over de verschillende mediumtypen heen als over de maanden van het jaar. Dit geldt zowel voor TMG als voor de mediabranche in het algemeen. Verschillende factoren liggen hieraan ten grondslag: veranderingen in het medialandschap, scherpe concurrentie, evenementen en zeker ook economische omstandigheden in Nederland. De advertentie-inkomsten daalden per saldo met € 12,0 miljoen (4,3%), ondanks evenementen zoals WK voetbal, Olympische Spelen en SAIL 2010.

De opbrengsten van de betaalde oplage daalden fractioneel met € 5,3 miljoen, als gevolg van het stoppen van de zondageditie van De Telegraaf en een fractioneel lagere omzet van de puzzelbladen in Nederland. De transitie van de weekendabonnementen van De Telegraaf naar driedaagse abonnementen is goed verlopen en de opbrengstendaling als gevolg van de beëindiging van de zondagkrant is beperkt gebleken.

De opbrengsten uit distributieactiviteiten voor derden daalden in 2010 met € 2,6 miljoen als gevolg van

beëindiging per december van de nog resterende eigen transportactiviteiten en beëindiging van minder renderende distributiecontracten.

Van de totale opbrengsten werd in 2010 € 36,5 miljoen in het buitenland gerealiseerd. In 2009 bedroegen de buitenlandse opbrengsten € 36,8 miljoen. De opbrengsten buiten Nederland betreffen voornamelijk oplageactiviteiten van dagblad De Telegraaf in (Zuid-) Europa en losse verkoop van puzzelbladen in Frankrijk, België, Denemarken en Zweden.

De internetopbrengsten stegen met € 9,3 miljoen, naar € 51,2 miljoen. De stijging is voornamelijk te danken aan de groeiende e-commerce activiteiten (o.a. webshop), de acquisitie van Hyves en de hogere opbrengsten uit display-advertenties op nieuwsgerelateerde websites.

De overige bedrijfsopbrengsten daalden met € 2,5 miljoen, voornamelijk vanwege de lagere boekwinst uit de verkoop van panden.

Uitdagingen
De Nederlandse economie kent tijden van groei en van neergang. Vele factoren zijn hierop van invloed, waaronder ook de stimulerings- en bezuinigingsmaatregelen van de overheid. TMG is vanwege de aard van haar activiteiten een conjunctuurgevoelig bedrijf. Vooral advertentiemarkten bewegen mee met de op- en neergang van de Nederlandse economie. Zoals bleek in 2010 geldt dat overigens niet voor alle mediumtypen in gelijke mate of op hetzelfde moment. Televisie heeft in Nederland vooral aan de adverteerderkant in het afgelopen jaar een duidelijke groei doorgemaakt. Ook consumptie en bestedingen op het gebied van digitale media groeien flink. Optimaal inspelen van TMG op die ontwikkelingen is – naast het behalen van verder gaande synergie tussen de bedrijfsonderdelen - TMG's grootste uitdaging, groter dan die van de politieke en economische ontwikkelingen.

Vooruitzichten
TMG verwacht stabiele oplage-inkomsten in 2011. Een belangrijke vraag is of de advertentie-inkomsten zich zullen herstellen van de daling in de afgelopen jaren. Bij de nieuwjaarsrede werd nog uitgegaan van een verwachte geringe daling in de krantenadvertenties en een lichte stijging van de radioreclame. Over de eerste twee maanden van dit jaar zijn de advertentie-inkomsten uit print en radio echter duidelijk gedaald ten opzichte van de vergelijkbare periode in 2010. De inkomsten uit digitale activiteiten lieten conform verwachting een verdere groei zien, zowel autonoom als door de overname van Hyves. In totaal was er sprake van een geringe daling van de concernomzet over de eerste twee maanden van dit jaar. Dankzij reorganisatiemaatregelen, de uitrol van de samenwerking op het gebied van krantenbezorging en de lagere papierprijs was er sprake van een daling van de kosten. Per saldo was er sprake van een fractionele verbetering van het (genormaliseerde) bedrijfsresultaat.

Zoals gezegd verwacht TMG voor 2011 stabiele oplage-inkomsten. In hoeverre de advertentieontwikkeling in print en radio over de eerste twee maanden van 2011 representatief zal zijn voor de rest van het jaar, is niet te voorspellen. De omzet uit digitale activiteiten zal, mede gezien het voljaarseffect van de overname van Hyves, sterk groeien. Aan de kostenkant krijgt TMG, afgezien van inflatie, te maken met (het doorwerken van) CAO-verhogingen, hogere papierprijzen, effectief over het tweede halfjaar van 2011, en hogere pensioenlasten. Daartegenover staan verdere kostenreducties waaronder die van de samenwerking met Wegener en NDC bij de dagbladdistributie.

Indien de druk op de advertentieomzet in de eerste twee maanden van 2011 zich ook zal voortzetten in de rest van het jaar moet rekening gehouden worden met een lichte daling van de marge. Eerder werd nog uitgegaan

van een verbetering van de marge bij een gering hogere omzet.

Begin maart annonceerde ProSiebenSat.1 Media AG het voornemen om - vanwege het succesvolle jaar 2010 - aan de aandeelhouders in de vergadering van 1 juli a.s. een dividendvoorstel ter goedkeuring te zullen voorleggen van € 1,14 per preferent aandeel en € 1,12 per gewoon aandeel met stemrecht. TMG bezit 13.127.832 gewone aandelen.

David Huijzer