

PERSBERICHT

Mediahuis toont zich veerkrachtig en zet ondanks de moeilijke economische context een sterk resultaat neer

Antwerpen, 27 februari 2023

In een jaar gekenmerkt door economische onzekerheid toonde Mediahuis zich veerkrachtig en wist de groep een sterk resultaat neer te zetten. Mede dankzij de overname van het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft in het begin van 2022, steeg de geconsolideerde omzet tot 1,2 miljard euro.

De groei in abonnees, die de afgelopen jaren gedreven werd door een sterke toename van het aantal digitale abonnementen, kwam in 2022 omwille van de moeilijke economische context onder druk te staan. Desondanks slaagde Mediahuis erin om het totale aantal krantenabonnees van circa 1,8 miljoen vast te houden. Ook de omzet uit de verkoop van kranten bleef stabiel ten opzichte van het voorgaande jaar.

Op de advertentiemarkt, die zich post-covid in de verschillende landen volledig hersteld lijkt te hebben, tekenden de Mediahuistitels een lichte omzetsijging op in vergelijking met het jaar ervoor. In de Belgische markt was een verhoogde concurrentie voelbaar als gevolg van de verdere marktconcentratie.

Sterk stijgende energie- en papierkosten en aanzienlijke distributieproblemen in de Nederlandse en Duitse markt, beïnvloedden het uiteindelijke resultaat van de groep in neerwaartse zin. Toch slaagde Mediahuis erin de negatieve effecten grotendeels op te vangen en behaalde de groep een operationeel resultaat van 155,7 miljoen euro. Het nettoresultaat bedroeg 65,3 miljoen euro.

Begin 2022 rondde Mediahuis de overname van het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft af, waardoor de groep hoofdaandeelhouder (70%) werd van Medienhaus Aachen, uitgever van o.a. de Aachener Zeitung. Met deze overname trad Mediahuis toe tot de Duitse markt, een logische stap waarmee de groep haar groeiambities om zich verder te ontwikkelen tot een leidende Europese mediaspeler, kracht bijzet. De Duitse activiteiten leverden in het eerste jaar al een mooie bijdrage aan de geconsolideerde omzet.

Gert Ysebaert, CEO Mediahuis groep: *“In een jaar getekend door oorlog, energiecrisis en inflatie, brachten de nieuwsmerken van Mediahuis opnieuw betrouwbare en onafhankelijke journalistiek en waren wij voor onze lezers een gids in onzekere tijden. We hebben als groep getoond dat we veerkrachtig zijn. De digitale transitie zet zich voort, zij het aan een minder hoog tempo dan in de covidjaren. Onze sterke journalistiek en digitale nieuwsbeleving maken elke dag het verschil en stellen ons in staat de structurele daling in print op te vangen. En toch blijft nog steeds een grote groep lezers trouw aan de gedrukte krant. De continuïteit van de bezorging garanderen wordt echter een steeds grotere uitdaging. Bovendien transformeert de mediawereld met een ongeziene snelheid, gedreven door technologische innovaties zoals artificiële intelligentie, en het veranderende consumentengedrag. Dat alles maakt dat we meer dan ooit moeten anticiperen op een nog radicalere digitale omslag.”*

Digitale transitie zet zich door: meer dan 4 op de 10 abonnees leest digitaal.

Eind 2022 waren de verschillende Mediahuistitels goed voor in totaal ongeveer 1,8 miljoen abonnees in print en digitaal. Het aantal digitale abonnees groeide met 13% in vergelijking met het voorgaande jaar, daar waar de daling in printabonnees zich onverminderd voorzette met een daling van 11%.

Meer dan 4 op de 10 abonnees van Mediahuis leest vandaag digitaal of een combinatie van print en digitaal. In België bedraagt het aandeel van digitale abonnementen 34%, daar waar in Nederland al bijna 1 op de 2 abonnees (47%) kiest voor een nieuwsbeleving met een digitaal component. Koploper is hier NRC met maar liefst 65% digitale abonnees. In Luxemburg en Duitsland ligt het tempo van de digitale transitie iets lager en bedraagt het aandeel digitale abonnementen respectievelijk 10% en 14%. Ook in Ierland, waar Mediahuis pas in 2020 voor het eerst een digitaal abonneemodel introduceerde, zet de groei van het aantal digitale abonnees zich onverminderd voort met een stijging van 32% ten opzichte van het jaar voordien.

Ook audiojournalistiek zet in de verschillende markten zijn opmars verder door. Mediahuis zag het aantal beluisterde podcastafleveringen met meer dan de helft (55%) toenemen. De podcasts van alle nieuwsmerken van Mediahuis samen konden in 2022 rekenen op meer dan 77,6 miljoen beluisteringen.

Nostalgie verankert zich verder in het radiolandschap

In België behoudt Nostalgie zijn erkenning als landelijke radiozender, waardoor de muziekzender ook de komende jaren radio kan blijven maken via een FM-frequentie. Enkele dagen geleden maakte Mediahuis nog bekend dat het de ambitie heeft om 20% van haar aandelen in Vlaanderen Eén, de vennootschap die Nostalgie in Vlaanderen uitbaat, te verkopen aan Telenet Group, moedervenootschap van Play Media, de mediagroep achter de Play-televisiezenders.

Dagelijks bereikt Nostalgie in Vlaanderen zo'n 363.000 luisteraars, goed voor een marktaandeel van 6%. In Franstalig België bereikt Nostalgie elke dag zo'n 530.000 luisteraars. Dit levert een marktaandeel van 16% op waarmee Nostalgie er de onbetwiste nummer 1 van alle radiozenders is.

Nostalgie is sinds augustus ook in Nederland te beluisteren via DAB+, online en via de Nostalgie-app. Nostalgie werd hiermee naast Sublime, dat over de FM-radiofrequentie beschikt, de tweede radiozender van Mediahuis in Nederland.

Investerings gericht op een verdere diversificatie

Mediahuis zette het afgelopen jaar ook in op het verstevigen van haar positie in de digitale marktplaatsen en de verdere groei van haar venture capital-tak. Met de acquisitie van Carzone.ie, Ierlands officiële nummer één site voor het kopen en verkopen van nieuwe en tweedehands auto's, verstevigt Mediahuis Marketplaces haar positie op de Ierse digitale automarkt. Met de overname van het Ierse Switcher.ie investeerde de groep in de online vergelijkingsmarkt. De investering in het Finse Skenariolabs, dat de toekomstige waarde en duurzaamheid van vastgoed voorspelt op

basis van data en AI, betekent voor Mediahuis de toetreding tot de Property Technology markt.

Mediahuis Ventures versterkte in 2022 haar positie in de Education Technology markt met investeringen in de remote-first universiteit Tomorrow's Education en de online abonnementendienst voor studieboeken Perlego. De kapitaalinjectie in het Berlijnse hiring intelligence platform HiPeople in het najaar van 2022, was voor Mediahuis Ventures een eerste investering in de HR Technology markt.

Financiële kerncijfers

De omzetgroei die Mediahuis optekent komt opnieuw van haar verdere geografische expansie. Met het verwerven van Medienhaus Aachen en de marktplaatsen Carzone en Switcher, groeide de omzet tot boven 1,2 miljard euro. Wat het operationele resultaat betreft was er een sterke tegenwind van de historisch hoge papierprijs en hoge inflatie. De papierkost alleen nam hierdoor met meer dan 30 miljoen euro toe, en in diverse bedrijfsdomeinen werd de impact van de stijgende kosten gevoeld. Dankzij een consistente indekking van de energieprijzen had de volatiliteit daarvan evenwel slechts een beperkte impact. De schaal van de groep liet Mediahuis toe om diverse bedrijfsprocessen verder te optimaliseren en de drukcapaciteit af te bouwen door de sluiting van de drukkerijen in Luxemburg (zomer 2022) en Ierland (begin 2023). Ondanks de impact van de inflatie slaagde Mediahuis er op die manier in haar vaste kosten strak onder controle te houden. Dit maakt dat het operationeel resultaat slechts licht is gedaald. Het nettoresultaat van de groep eindigde lager dan in 2021, toen dat resultaat positief werd beïnvloed door de verkoop van de Keesingparticipatie. Mediahuis behoudt haar solide financiële situatie, met een beperkte nettoschuld als gevolg van de diverse acquisities die werden gerealiseerd in 2022.

Kristiaan De Beukelaer, CFO Mediahuis groep : *“In een jaar van stevige tegenwind leverde Mediahuis het bewijs dat haar expansiestrategie niet alleen voor groei van marktaandeel en omzet zorgde, maar dat we er ook in slagen om de schaal van de groep maximaal en efficiënt te benutten en onze rentabiliteit te vrijwaren voor erosie. Mediahuis is uitgegroeid tot een solide en futureproof huis voor al haar merken en activiteiten.”*

(in mio euro)		2022	2021	evolutie
Bedrijfsopbrengsten		1.223,0	1.130,8	+92,2
REBITDA		200,4	215,8	-15,4
Operationeel resultaat	(1)	155,7	166,1	-10,4
Nettoresultaat (aandeel groep)		65,3	117,3	-52,8
Netto recurrent resultaat	(2)	115,7	125,7	-10,0
Nettoschuld	(3)	-54,1	7,0	-61,1

(1) Bedrijfsresultaat exclusief amortisatie van acquisitie-goodwill en niet recurrente resultaten.

(2) Operationeel resultaat plus financieel resultaat (inclusief resultaat deelnemingen in vermogensmutatie), na aftrek van vennootschapsbelastingen hierop.

(3) Liquide middelen min bankschulden, exclusief operationele leaseverplichtingen onder IFRS16 als schuld uitgedrukt.

Voor meer informatie, contacteer:

An Steylemans | Head of Mediahuis Group Communications
an.steylemans@mediahuis.be | +32 473 55 71 48

Over Mediahuis

Mediahuis is een van de leidende mediagroepen in België, Nederland, Ierland, Luxemburg en de Duitse regio van Noordrijn-Westfalen. Als uitgever gelooft Mediahuis onvoorwaardelijk in onafhankelijke journalistiek en sterke en relevante media die een positieve bijdrage leveren voor mens en maatschappij. Vanuit die visie investeert Mediahuis permanent in zijn sterke merken, zowel op papier als digitaal. Met zo'n 4.600 medewerkers realiseert Mediahuis een jaarlijkse omzet van meer dan 1,2 miljard euro. Sinds haar oprichting in 2013 heeft Mediahuis een sterk gediversifieerd portfolio van nieuwsmedia en digitale merken opgebouwd. De nationale en regionale nieuwstitels van Mediahuis voorzien dagelijks 10 miljoen lezers van nieuws, zowel online als via de gedrukte krant. Naast deze nieuwsmerken exploiteert Mediahuis ook een aantal belangrijke digitale marktplaatsen in België, Nederland, Luxemburg en Ierland, voornamelijk in het domein van de vastgoed-, de arbeids- en de automarkt.