

Christian Van Thillo: Nederland belangrijker dan België

Date : 14 april 2016



De mediagroep De Persgroep van [Christian Van Thillo](#) blikt terug op een zeer sterk 2015. De nettowinst doorbreekt voor het eerst de 100 miljoen euro grens om te landen op 109 miljoen euro tegenover 74 miljoen in 2014. Daarbij is voor het eerst de omzet in Nederland significant belangrijker dan de Belgische omzet van de groep. In België staat De Persgroep onder meer voor Het Laatste Nieuws, Dag Allemaal, Qmusic en VTM. De nieuwe cijfers stuwen het vermogen van Van Thillo naar 1,3 miljard euro. De persmagnaat stijgt daarmee van de 17de naar de 12de plaats in onze ranglijst, net na Marc Coucke en voor de familie Boël. Het bruto dividend voor 2015 werd vastgelegd op 25 miljoen euro.

De overname van de Britse Mecom-groep door de Persgroep werd op 16 februari 2015 officieel. Mecom omvat de Nederlandse krantengroep Wegener (met zeven regionale kranten, 130 weekkranten en regionale websites) en het Deense Berlingske Media (met twee nationale dagbladen, regionale kranten en een weekkrant). De regionale kranten werden per 31 december 2015 verkocht aan de Deense regionale uitgever Jysk Fynske Medier.

Dat alles maakt dat de Persgroep Nederland nu met voorsprong de grootste onderneming is

binnen de groep met een omzet- en winstcontributie van ruim de helft van de totale resultaten. De Persgroep Nederland geeft elf nieuwsmedia uit met een gecombineerde printoplage van 1,4 miljoen exemplaren per dag. De totale omzet uit de lezersmarkt bleef stabiel.

In België breidde het bedrijf met ingang van 1 september 2015 haar magazineportfolio uit door de overname van vier magazinetitels van Sanoma: Humo, Story, TeVe-Blad en Vitaya. Ook in België konden de dagbladen van de groep hun lezersomzet vasthouden, en viel de omzet uit advertenties terug. Opvallend was de explosieve stijging van het digitale bereik, dat nochtans niet onmiddellijk tot grote omzetgroei leidde. Daarin lijkt in 2016 wel verandering te komen, aldus een persbericht. De tijdschriftentak had te lijden onder grote druk op de lezers- en de advertentiemarkt.

Digitale toekomst

Multimediale ontwikkeling is voor De Persgroep een prioriteit, zo klinkt het in het persbericht. Zowel voor de uitgeverijen als voor de audiovisuele bedrijven zijn er volop digitale groeimogelijkheden. Bij de dagbladen staan hybride en digitale abonnementen sterk in de belangstelling. De ontwikkeling van big data, doelgericht adverteren en automatisering van de advertentieverkoop is voor alle activiteiten primordiaal. De verdere ontwikkeling van digitale diensten, online video en locatiegebonden diensten staan tevens op de agenda. De schaalgrootte, sterke financiële resultaten en gezonde balansstructuur geven De Persgroep de mogelijkheid om continu te investeren in de digitale transformatie van haar activiteiten, en om nieuwe acquisities te onderzoeken die de marktpositie in de drie thuismarkten verstevigen.