

TELEGRAAF TIMET VREEMD MET HYVES

TEKST: DAVID TOMIĆ

Topman Ad Swartjes neemt in zijn laatste maanden vriendensite Hyves over. De Telegraaf worstelt met zijn onlinestrategie en de vraag is of de Hyves-overname goed getimed is.

Een aparte manier van afscheid nemen. De vertrekkende topman die op de drempel van zijn ambtstermijn een grote overname doet. Ad Swartjes, al meer dan dertig jaar in dienst van Telegraaf Media Groep (TMG), doet het met de internetdeal van 2010 en wil op de valreep nog een slinger geven aan de multimedia-inkomsten van het mediaconcern. Bij internetacquisities draait alles om de juiste timing. De opkomst gaat razendsnel, de ondergang vaak ook.

HYVES-HYPE

Met de overname van Hyves moeten de online-activiteiten van TMG een nieuwe impuls krijgen. Hyves is met 10,5 miljoen aangesloten 'vrienden' en, volgens Hyves zelf, 6,3 miljard pageviews per maand een van de populairste sites van Nederland. Vooral middelbare scholieren maken Hyves tot de best bezochte site, ondanks de opmars van de internationale evenknie Facebook. Het aantal vrienden is niet zo heel relevant, het gaat vooral om de actieve gebruikers van de sociale mediasite. Volgens de doorgevoerde website Marketingfacts.nl heeft Hyves nu nog ongeveer vijf keer zo veel kijkminuten en drie keer zo veel gebruikers als Facebook. De vijf miljoen maandelijkse gebruikers leveren dit jaar naar schatting zo'n 20 miljoen euro aan omzet op.

Volgens Hyves-ceo Mark de Vries boekt Hyves elke maand weer records en dit jaar zal volgens hem het meest winstgevend ooit worden. "Onder jongeren is ons bereik 85 procent. We hebben 8,8 miljoen leden, waarvan 5,1 miljoen regelmatig inlogt. De gemiddelde leeftijd van de bezoekers is 31

jaar", aldus De Vries bij de persconferentie ter gelegenheid van de overname vorige week.

Dat Hyves winstgevend is, zegt niet zo veel. Bovendien, Hyves mag dan groeien, maar tegen de opmars van een wereldwijde mastodont als Facebook is het lastig vechten. Vraag maar aan websites als Ilse.nl en Startpagina.nl die al snel hun meerdere moesten erkennen in zoekmachinerus Google. Een andere sociale netwerksite, MySpace, weet inmiddels ook wat het is om te moeten concurreren met Facebook. Toen de Amerikaanse mediamagnaat Rupert Murdoch het bedrijf in 2005 voor 580 miljoen dollar overnam, leek de groei nog te moeten beginnen, maar MySpace werd snel ingehaald door Facebook.

TMG vreest een dergelijk scenario niet. Operationeel directeur Patrick Morley vergelijkt Hyves liever met een televisiezender. "Vroeger had je één televisiekanaal, nu tientallen. Zo zal het volgens ons ook met sociale netwerksites gaan... Mensen kijken ook naar CNN én SBS6: beide maken winst. Hyves is in deze vergelijking de SBS."

MULTIMEDIAAL

TMG zoekt naar richting in een veranderde markt. Al jaren probeert TMG minder afhankelijk te worden van de papieren melkoe *De Telegraaf* met haar gestaag dalende oplage. De doelgroep zoekt zijn nieuws en informatie steeds meer online en de advertentiemarkt staat bijna structureel onder druk. En dus zocht het Amsterdamse mediaconcern zijn heil in een multimediaal productaanbod. Radio, televisie en internet moesten de inkomsterugval bij de gedrukte uitgaven tegengaan.

Om deze ambities vorm te geven kocht Swartjes eerder weblog GeenStijl, woning-site Jaap.nl en radiozenders Sky Radio, Veronica en Radio10. Daar stond vorig jaar de afstoting van een groot deel van de conjunctuurgevoeliger tijdschriftengroep met titels als *Hitkrant* en *Elegance* tegenover. Ook exploiteert TMG sterke consumentenmerken als Marktplaats- concurrent Speurders.nl en Relatieplanet.nl. Toch hebben deze stappen niet kunnen voorkomen dat TMG nog vooral een krantenbedrijf is. De omzet van de landelijke (*Telegraaf*, *Spits*) en regionale dagbladen (*Gooi & Eemlander*, *Haarlems Dagblad*) bedroeg met 467 miljoen euro ruim 76 procent van de concernomzet (612 miljoen euro). De internetactiviteiten waren goed voor 32 miljoen euro omzetbijdrage.

PRIJS ONBEKEND

Wat heeft TMG aan de eigenaren van Hyves overgemaakt? Over de financiële details hielden beide partijen hun kaken stijf op elkaar. Morley wilde nog net kwijt dat de overname bijdraagt aan de winst per aandeel en volledig uit eigen middelen is betaald. Dit laatste lijkt erop te duiden dat er niet meer is betaald dan 52,8 miljoen euro, het kasgeld dat TMG bij de laatste halfjaarcijfers op zijn balans had staan. Onwaarschijnlijk is ook dat Swartjes alle beschikbare liquide middelen heeft aangewend voor deze aankoop, waarmee TMG de omzetbijdrage uit internet verdubbelt.

Enig houvast zou een recente aandelentransactie bij Facebook kunnen bieden. Op basis van interne aandelentransacties waardeerden de Amerikanen zichzelf op 33 miljard dollar. Met 500 miljoen gebruikers