

TMG MOET HET OVER ANDERE BOEG GOOIEN

TMG gaat afslanken omdat de marktomstandigheden tegenzitten. Het mediabedrijf moet nu snel een gedegen strategie bedenken.

TEKST: PETER SCHUTTE

Telegraaf Media Groep (TMG), de grootste krantenuitgever van Nederland, had weinig positiefs te melden bij het halfjaarbericht. Zowel de omzet als de winstgevendheid staat onder druk. Het bedrijf wordt in het hart geraakt. Niet alleen de advertentie-inkomsten maar ook de oplagen van voornamelijk de gedrukte versies lopen terug. Hoewel dat eigenlijk geen verrassing meer mag zijn, zakke de beurskoers toch nog flink in elkaar. Waarschijnlijk vooral omdat TMG geen antwoord heeft op de vraag hoe het tij te keren.

TMG is wel gestart met een aanscherping van de strategie. Alle opties liggen open. Groei geldt als uitgangspunt, maar er zal ook gekeken worden naar mogelijkheden de kosten verder te drukken. Opvallend is dat de in februari van dit jaar aangetreden bestuursvoorzitter Herman van Campenhout nu pas met een heroriëntatie op de propren komt. Nog opvallender is dat aandeelhouders over de uitkomst hiervan geduld moeten hebben tot uiterlijk begin volgend jaar. Deze lange wachttijd hangt waarschijnlijk samen met het feit dat TMG een extern consultancybureau, Bain & Company, in de arm neemt om de zaak door te lichten. Een zwaktebod.

Van Campenhout moet met eigen inzichten en ideeën komen om TMG weer tot een succesvol bedrijf te maken. De topman zegt zich het afgelopen halfjaar wel verdiept te hebben in de "haarvaten van de onderneming", maar daar is nog niets concreets uitgekomen. De start van een programma om in totaal 5 procent eigen aandelen in te kopen lijkt gezien de forse koersdaling misschien lucratief, maar ook dat zal door de markt als een zwaktebod worden gezien. Waarom geen mooie overname? Hoewel de balans sterk is, ontbreekt het voorlopig aan



HERMAN VAN CAMPENHOUT

cash om circa 24 miljoen euro te besteden aan de inkoop van het eigen aandeel.

GROTE UITDAGING

Duidelijk is dat TMG voor een bijzonder grote uitdaging staat. De onderneming is in feite ingehaald door de technologische ontwikkeling en heeft het logge schip niet tijdig in gang gezet om het naderende onheil te ontwijken. Het advertentiemodel van TMG is door de opkomst van internet al jaren tanende. Het afgelopen halfjaar zijn de advertentie-inkomsten met ruim 5 procent gedaald, na in 2010 ook al met 4,3 procent te zijn teruggelopen. De afname van de advertentie-inkomsten vindt vooral plaats bij de landelijke dagbladen, maar ook bij de radio (Sky Radio). De advertenties via internet zitten wel in de lift. Door de overname van de socialenetwerksite Hyves zijn de internetinkomsten inmiddels goed voor 12 procent van de totale inkomsten. Nog te beperkt om voor volledige compensatie te zorgen.

De oplage van de krant zakt ook gestaag. Jonge mensen vinden hun informatie veelal gratis op internet en zijn daarom niet snel geneigd te betalen voor een krant. Met het schrappen van de zondageditie zijn kosten bespaard, maar dit ging ook gepaard met opzeggingen. De almaar dalende oplagen zullen de toekomstige advertentie-inkomsten ook niet ten goede komen. Het afgelopen halfjaar daalde de omzet van TMG met 2,3 procent tot 283,9 miljoen euro. Autonoom is de daling veel groter doordat Hyves nu in de cijfers zit. Over de eerste zes maanden van dit jaar daalden de inkomsten (advertenties, abonnementen en losse verkoop) bij de landelijke dagbladen met liefst 8,2 procent en bij de huis-aan-huisbladen met 11,8 procent. De radio-inkomsten waren 10,3 procent lager dan vorig jaar. De internetinkomsten stegen het afgelopen half-



*consensus