

PERSBERICHT

Antwerpen, 26 maart 2019

Mediahuis zet in op versnelde transformatie en digitalisering van zijn Belgische nieuwsactiviteiten.

- De versnelde evolutie naar een *digital first*, klantgedreven en efficiëntere organisatie moet de dalende rentabiliteit van de Belgische nieuwsactiviteiten opnieuw op peil brengen.
- De Standaard vestigt zich in het centrum van Brussel. De overige activiteiten van Mediahuis die zich vandaag in Groot-Bijgaarden bevinden, worden gecentraliseerd in Antwerpen.
- Als een gevolg van het transformatie- en optimalisatieplan zal de organisatie mogelijk worden afgebouwd met 82 VTE's.

Een dalende advertentiemarkt, een aanzienlijke structurele stijging van de papier- en personeelskosten en een stijgende digitale krantenverkoop die echter vandaag nog ontoereikend is om de daling van print op te vangen, maken dat het resultaat van de Mediahuis nieuwsactiviteiten in de Belgische markt afneemt. Mediahuis, de mediagroep achter de nieuwsmerken De Standaard, het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg, wil hierop anticiperen en zijn rentabiliteit in de Belgische markt opnieuw op peil brengen door zijn kernactiviteiten, de nieuwsmedia, versneld te transformeren en te digitaliseren.

Doelstelling hierbij is om de organisatie aan te passen aan de nieuwe digitale en economische realiteit en versneld te evolueren naar een *digital first*, klantgedreven en efficiënte organisatie met een verhoogde rentabiliteit.

Hiertoe werd een transformatie- en optimalisatieplan ontwikkeld dat bestaat uit drie pijlers.

1. Een verbeterde digitale klantbeleving vertrekkend vanuit de vier sterke nieuwsmerken.

De vier sterke titels (De Standaard, Het Nieuwsblad, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg) zullen verder én versneld evolueren naar een digitale service met een optimale klantbeleving waarbij verder zal worden ingezet op innovatieve journalistiek via de nieuwssites, apps, video, podcast... Deze doorgedreven focus op klantbeleving zal niet alleen leiden tot een groei van het aantal betalende digitale relaties maar zal ook de langetermijnrelatie met de lezer versterken. Ook richting de adverteerder zet Mediahuis in op een verbeterde digitale service. Een versterking van het aanbod in data, een verdere automatisering en digitalisering van het verkoopproces, in combinatie met een unieke en persoonlijke klantgedreven aanpak moeten zorgen voor een versnelde groei van de digitale advertentie-inkomsten.

2. Een *digital first* strategie, gekoppeld aan het rentabiliseren van de gedrukte krant.

Mediahuis heeft de afgelopen jaren grote stappen gezet in de digitale transformatie van zijn nieuwsmerken. Een uitgesproken keuze voor *digital first* moet het voortaan mogelijk maken om extra snelheid te maken. Hierbij blijft Mediahuis, gezien het belang van print binnen zijn portfolio, geloven in de sterktes van de gedrukte krant. De dalende

inkomstentrend maakt echter dat de manier waarop Mediahuis met print omgaat, efficiënter moet. Mediahuis zal de lezer van de papieren krant een sterk kwalitatief product blijven aanbieden maar zich intern organiseren om deze kostenefficiënter te realiseren. Deze duidelijke keuze maakt het mogelijk om verder te investeren in de digitale versnelling van de nieuwstitels, waarbij maximaal gebruik wordt gemaakt van de schaal van de Belgisch-Nederlandse groep.

3. Het verhogen van de operationele efficiëntie.

Om te groeien naar een volwaardig digitaal bedrijf zal Mediahuis inzetten op het vereenvoudigen, verbeteren en automatiseren van zijn processen in al hun aspecten, zonder dat dit ten koste gaat van de kwaliteit van de nieuwstitels of het aanbod naar de klanten.

De Standaard vestigt zich in het centrum van Brussel en de overige activiteiten die zich vandaag in Groot-Bijgaarden bevinden worden gecentraliseerd in Antwerpen.

Eind 2020 zal de redactie van De Standaard verhuizen van Groot-Bijgaarden naar het centrum van Brussel. De Standaard neemt er zijn intrek in Central Gate, beter bekend als het Shell-gebouw vlakbij het Centraal Station. Deze beweging past ook binnen de mobiliteitsshift die Mediahuis wil maken, waarbij gestreefd wordt naar locaties die vlot bereikbaar zijn via het openbaar vervoer. De andere diensten die vandaag werken vanuit Groot-Bijgaarden zullen maximaal geïntegreerd worden in het hoofdkantoor van Mediahuis in Antwerpen. Zoals reeds eerder beslist nemen Het Belang van Limburg en TV Limburg de volgende weken hun intrek in het nieuwe gebouw in Hasselt.

Gert Ysebaert, CEO Mediahuis: *“We hebben de afgelopen jaren grote en mooie stappen gezet en we slaagden erin om onze nieuwsmerken op een zo optimaal mogelijke manier doorheen de digitale transformatie te loodsen. Niettemin dreigt de realiteit van vandaag ons in te halen. Willen we op de lange termijn een toonaangevend mediabedrijf blijven en onze toekomst in eigen handen houden, dan is het noodzakelijk dat we anticiperen en onze nieuwsactiviteiten versneld transformeren en digitaliseren. De consument verwacht een sterke digitale nieuwsservice met een optimale klantbeleving. Die moeten wij hem bieden, zonder hierbij afscheid te nemen van de gedrukte krant. Alleen zullen we deze op een efficiëntere manier moeten realiseren. Met de vestiging in het centrum van Brussel kiest De Standaard als leidende Vlaamse kwaliteitskrant resoluut voor een plaats in het politieke hart van ons land en Europa.”*

Het vereenvoudigen, optimaliseren en automatiseren van de processen en de keuzes gekoppeld aan een *digital first* strategie, kunnen mogelijks leiden tot een afbouw van de organisatie met 82 VTE's (voltijdse equivalenten). Deze zouden zich voornamelijk binnen het domein van de administratieve, commerciële en ondersteunende diensten situeren. Het is hierbij de intentie om het aantal gedwongen ontslagen zoveel mogelijk te beperken. Mediahuis zal de transformatie van zijn organisatie ook blijvend ondersteunen door het continu opleiden en bijscholen van zijn medewerkers.

De medewerkers van Mediahuis werden vandaag geïnformeerd over het transformatie- en optimalisatieplan waarna ook het overleg met de sociale partners werd opgestart om te bekijken hoe dit plan op de meest sociaal aanvaardbare manier kan worden bereikt.

Het plan tot versnelde transformatie en digitalisering heeft betrekking op de Belgische nieuwsactiviteiten en heeft als dusdanig geen gevolgen voor de overige onderdelen van de Mediahuisgroep in België en Nederland.

Voor meer informatie, contacteer:

An Steylemans | Head of Group Communication Mediahuis
an.steylemans@mediahuis.be | M +32 (0)473 55 71 48

Over Mediahuis

Mediahuis is een van de leidende mediagroepen in België en Nederland. De ruim 3.000 medewerkers realiseren een jaarlijkse omzet van €819 mio. en een totale dagelijkse verkoop van 1,4 mio kranten. Met nieuwsmerken als De Standaard, Het Nieuwsblad/De Gentenaar, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg is Mediahuis goed voor een dagelijkse verkoop van zo'n 0,5 mio kranten in België. In Nederland is de groep actief met onder meer de nieuwsmerken De Telegraaf, NRC Handelsblad, nrc.next, De Limburger en Noordhollands Dagblad en wordt een dagelijkse verkoop van ongeveer 0,9 mio kranten gerealiseerd. Mediahuis exploiteert in België en Nederland ook een aantal belangrijke classifieds-platformen, zoals Jobat, Jellow, Zimmo, Vroom, Gaspedaal en GroupDeal. De groep is eveneens actief op de Belgische radiomarkt met Nostalgie, de radiozender die dagelijks 424.000 luisteraars bereikt in Vlaanderen en marktleider is in Franstalige België met een totaal bereik van bijna 1,4 miljoen luisteraars per dag. In samenwerking met SBS Belgium lanceerde Mediahuis in het najaar van 2018 de Vlaamse radiozender NRJ. In de regionale televisiemarkt is Mediahuis actief met de zenders ATV, TVL, TVO en ROB TV, samen goed voor een gemiddeld dagbereik van zo'n 550.000 kijkers. 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 het bedrijf permanent in zijn sterke nieuwsmerken, zowel op papier als digitaal. Meer informatie over Mediahuis: www.mediahuis.be.