

Regnskabsmeddelelse | 1. februar 2018

JP/Politikens Hus løfter resultatet og øger journalistiske satsninger

Med et overskud i 2017 på 265 mio. kr. før skat realiserer JP/Politikens Hus en fremgang på 78 mio. kr. i forhold til resultatet i 2016. Det er koncernens bedste resultat siden 2010. Resultatfremgangen sker på baggrund af et sundt indholdssalg, hvor især det digitale salg viser god vækst. Udviklingen afspejler, at koncernens nyhedsmedier dagligt leverer journalistik af høj kvalitet og med stor relevans for læserne. Gennem året har koncernens tre nyhedsmedier således styrket deres positioner som de mest benyttede digitale nyhedsmedier og de mest læste, betalte dagblade. Tilsammen dækker de tre medier nu 60 pct. af nyhedsforbruget blandt de tyve største danske kommercielle nyhedssites, målt på besøg og sidevisninger.

I 2020-strategien for JP/Politikens Hus er ambitionen at være "leverandør af uafhængig oplysning til borgerne om samfundet". Målsætningen blev i 2017 underbygget med flere nye journalistiske satsninger. Heriblandt lanceringen af ungdomsmediet Format samt flere nye kvalitetsmedier inden for særlige emnefeltter. Blandt andet lancerede Politiken Skoleliv og annoncerede et nyt site med fokus på byudvikling. Samtidig fortsatte Watch Medier ekspansionen med IT Watch og AdvokatWatch. Watch Medier og Finans indgår i Jyllands-Postens lønsomme portefølje af erhvervsmedier, som i 2017 øgede omsætningen med 20 pct. Med udgangspunkt i en ambitiøs vækstplan vil 2018 byde på flere nye journalistiske satsninger og udbygge koncernens position som Danmarks største udgiver af uafhængig nyhedsjournalistik. JP/Politikens Forlag ekspanderede kraftigt i 2017 med etablering af et nyt svensk forlag, lanceringen af streamingtjenesten Politiken Books samt opkøbet af forlaget Hr. Ferdinand. For koncernens femte hovedaktivitet, Politikens Lokalaviser, bød 2017 på væsentlig resultatfremgang i de danske aktiviteter, mens resultatudviklingen i Sverige var utilfredsstillende.

Mens indholdssalget indfrie forventningerne, accelererede konkurrencen om annoncekronerne. Trods en fremgang i det digitale annoncesalg, betød den hårde konkurrence fra Google og Facebook en nedgang i koncernens samlede annoncesalg og dermed koncernens samlede omsætning på 160 mio. kr. 55 mio. kr. af omsætningsnedgangen skyldes frasalg af titler i Politikens Lokalaviser.

2017-resultatet er påvirket af særlige poster med en positiv nettoeffekt på 37 mio. kr. Dagbladet Børsen og Børsen Associated Media indgår som associeret virksomhed ikke i omsætningen for JP/Politikens Hus. Påvirkningen på resultatet er omkring nul på grund af goodwillafskrivninger.

Hoved- og nøgletal	2013	2014	2015	2016	2017
Hovedtal - mio. kr.					
Nettoomsætning	3.175	3.128	3.028	2.915	2.755
Resultat før af- og nedskrivninger (EBITDA)	268	258	201	157	249
Resultat primær drift (EBIT)	183	175	129	122	207
Resultat før skat (EBT)	214	237	151	187	265
Årets resultat	162	173	106	139	206
Egenkapital	1.507	1.668	1.764	1.889	2.082
Balancesum	2.524	2.599	2.697	2.820	3.009
Pengestrømme fra driftsaktivitet	267	162	197	162	223
Pengestrømme fra investering	11	-36	-38	-10	-495
Forskydning likvider	260	115	147	140	-285
Nøgletal - %					
Overskudsgrad	5,8	5,6	4,3	4,2	7,5
Egenkapitalforrentning	11,3	10,9	6,2	7,6	10,4
Egenkapitalandel	59,7	64,2	65,4	67,0	69,2
Antal					
Antal medarbejdere	2.355	2.430	2.490	2.420	2.140

Nyhedsmedierne styrker indholdssalg og lancerer nye journalistiske initiativer

Mårettet journalistisk udvikling har i 2017 understøttet de tre nyhedsmediers indholdssalg og sikret en stærk vækst i det digitale indholdssalg.

Ekstra Bladet har styrket sin stærke digitale markedsposition med en vækst i den digitale trafik på 15 pct. og med fortsat fine vækstrater på det digitale reklamesalg. Ekstra Bladet står samtidig bag lanceringen af det nye ungdomsmedie Format.

Jyllands-Posten er med en stor markedsandel på printannoncemarkedet hårdt påvirket af et accelererende fald i printannoncerne, men formår ikke desto mindre at levere det bedste resultat siden 2013. Hertil udvikler Jyllands-Postens erhvervsmedier, Finans og Watch Medier sig fortsat positivt.

Politiken har gennem produktomlægninger i 2017 realiseret et markant løft i indholdssalg, og når dermed indholdsindtægter, der ligger højere end sidste år. Også Politiken har igangsat nye journalistiske initiativer. En række nichesites er under lancering med Skoleliv som det første. Derudover er annonceret et nyt site med fokus på byudvikling.

Samlet fastholder Ekstra Bladet, Jyllands-Posten og Politiken positionerne som de mest læste betalte dagblade, ligesom koncernens udgivelser målt på besøg og sidevisninger tilsammen dækker 60 pct. af nyhedsforbruget blandt de tyve største danske kommercielle nyhedssites.

Lokale ugeaviser med fokus på rentabilitet

For Politikens Lokalaviser har der i 2017 været fokus på at styrke udgivelsesområderne gennem frasalg og opkøb. Det har reduceret antallet af udgivelser fra mere end 80 titler til nu godt 60 titler i Nordsjælland, Østjylland og Skåne. Samlet har ændringerne reduceret omsætningen med 20 pct.

Aktiviteterne i Danmark har udviklet sig tilfredsstillende med stigende resultater og styrkede positioner. I Sverige har en tilspidset konkurrencesituation i kombination med lukning af ikke rentable udgivelser betydet et fald i resultaterne. Med den samlede, fokuserede position på ugeavismarkedet i Danmark og Sverige, ventes Politikens Lokalaviser at forbedre resultatet de kommende år. Fra regnet avancer fra salg i 2016 er det samlede 2017-resultat for Politikens Lokalaviser bedre end det tilsvarende resultat i 2016.

JP/Politikens Forlag investerer markant på flere fronter

Resultatet for JP/Politikens Forlag er i 2017 påvirket af en række vækstinitiativer herunder etablering af forlaget Polaris i Sverige samt opkøb af forlaget Hr. Ferdinand. Hertil er der investeret i streamingtjenesten Politiken Books. På baggrund af investeringerne i nye initiativer ligger resultatet for forlagsaktiviteterne under de senere års høje resultater.

Resultatfremgang i distributionsselskaberne

Begge de delejede distributionsselskaber, Bladkompagniet og Dansk Avis Omdeling (DAO) realiserede betydelig omsætningsfremgang i 2017. Selskaberne har formået at udnytte avisomdelingens særlige karakteristika med omdeling 365 dage om året helt hjem på adressen til at tiltrække nye kunder med både magasiner, breve og pakker. Efter en årrække med underskud er Bladkompagniet nu også tilbage i positiv drift.

Forventninger til 2018

Resultatet for 2017 indfrie forventningerne til året. I 2018 forventes et driftsoverskud på niveau med 2017. Med baggrund i koncernens vækststrategi vil der igen i 2018 blive investeret betydeligt i nye publicistiske initiativer, især på det digitale område. Det er afgørende, at JP/Politikens Hus i de kommende år styrker konkurrencekraften for at kunne modgå den stadig mere intense konkurrence fra teknologitunge virksomheder som Google og Facebook og dermed sikre, at der fremover vil være mulighed for at drive økonomisk selvstændige og uafhængige danske medier. Koncernen vil fortsætte arbejdet på at skabe konkurrencedygtige rammevilkår for danske medier, særligt i relation til de danske konkurrencemyndigheder.

—
For yderligere oplysninger kontakt administrerende direktør Stig Kirk Ørskov, telefon 33 47 27 01.