

PERSBERICHT

Mediahuis boekt stabiele resultaten in 2025 en overschrijdt kaap van één miljoen digitale abonnees

Antwerpen, 26 februari 2025 – **Mediahuis boekte in 2025 verdere vooruitgang in de uitvoering van haar langetermijnstrategie, gericht op digitale groei, duurzame waardecreatie en operationele efficiëntie. In een uitdagende marktomgeving, gekenmerkt door ingrijpende veranderingen in de sector, stijgende kosten en een structurele druk op de advertentie-inkomsten, wist Mediahuis haar operationeel resultaat te handhaven.**

De geconsolideerde omzet bedroeg €1,258 miljard, een stijging van 2% ten opzichte van 2024. Prijsaanpassingen van abonnementen en verdere efficiëntiewinsten boden tegenwicht aan de aanhoudende druk op de advertentie-inkomsten en de sterk gestegen distributiekosten, die in België bijna verdrievoudigden ten opzichte van 2023. Het operationeel resultaat bleef hierdoor nagenoeg stabiel op €151,8 miljoen, ondanks het effect van inflatie op de vaste kosten en de algemeen uitdagende marktomstandigheden.

In de printactiviteiten paste Mediahuis de drukcapaciteit verder aan dalende printvolumes aan, wat leidde tot de sluiting van de drukkerij in Amsterdam. Het grootste deel van de productie werd overgeheveld naar de Mediahuis-drukkerijen in Leeuwarden (NL) en Paal-Beringen (BE).

Het nettoresultaat van de groep werd positief beïnvloed door eenmalige gerealiseerde meerwaarden als gevolg van de verkoop van activa en in het bijzonder van de 49%-participatie in het Nederlandse Automotive MediaVentions (AMV). Als een gevolg van deze desinvesteringen, gecombineerd met een sterke operationele kasstroom en een beperkt investeringsniveau, evolueerde de nettoschuldpositie van eind 2024 naar een nettocashpositie van € 84,4 miljoen eind 2025.

Digitale groei zet door

Het aantal digitale abonnementen nam in 2025 met 8% toe, waardoor Mediahuis voor het eerst de kaap van één miljoen digitale abonnees overschreed. Inmiddels kiest bijna 60% van alle Mediahuis-abonnees voor een volledig of overwegend digitaal abonnement. Het totale aantal abonnees digitale en printabonnees bedraagt nagenoeg 1,8 miljoen.

Gert Ysebaert, CEO Mediahuis groep:

“In een tijd waarin onafhankelijke journalistiek op verschillende fronten onder druk staat, blijft Mediahuis als Europees mediabedrijf sterke en stabiele resultaten neerzetten. Dat geeft ons het vertrouwen en de ruimte om onze transformatie succesvol verder te zetten en onze maatschappelijke rol in de lokale samenleving te blijven opnemen. Met een scherpe focus, voortdurende innovatie en vooral dankzij de toewijding van al onze mensen, bouwen we elke dag verder aan een toekomst voor onze sterke journalistiek en sterke merken.”

Marketplaces: versterking in vergelijkings- en vastgoedsegment

Ook de Marketplaces-activiteiten leverden opnieuw solide resultaten. In Nederland nam Mediahuis DGN Groep over, bekend van vergelijkingsplatformen zoals ZorgKiezer, EnergieKiezer en DeGoedkoopsteNotaris. Met deze overname versterkt Mediahuis haar positie in de online vergelijkingsmarkt, een domein waar consumenten steeds vaker op zoek gaan naar onafhankelijk advies bij belangrijke financiële beslissingen.

In België breidde Zimmo zijn vastgoedaanbod uit via de overname van proptech scale-up Smoooved. Tegelijk verkocht Mediahuis haar 49%-belang in AMV (Autotrack en Gaspedaal.nl) en stapte het uit de minderheidsparticipatie in HR-tech scale-up Alleo na de overname ervan door Epassi.

Radio presteert sterk in Nederland en België

In Nederland realiseerde Mediahuis Radio de snelste groei van alle radiogroepen. Het marktaandeel in de doelgroep 20–59 jaar steeg er met 24% tot 11,9%. In België behielden Nostalgie en Nostalgie Plus hun stabiele marktaandelen van respectievelijk 4,4% en 1,5% binnen de doelgroep 12+.

Kristiaan De Beukelaer, CFO Mediahuis groep:

“Dankzij een heldere en scherpe operationele focus en een alert investerings- en desinvesteringsbeleid, beschikt Mediahuis vandaag over een zeer sterke balans. Die financiële positie geeft ons de ruimte om onze internationale groei verder te ondersteunen, de digitale transformatie versneld voort te zetten en de technologische uitdagingen van morgen met vertrouwen aan te gaan.”

<i>(in mio euro)</i>	2025	2024
Bedrijfsopbrengsten	1.257,9	1.236,2
REBITDA	196,6	195,8
Operationeel resultaat <i>(1)</i>	151,8	151,1
Nettoresultaat (aandeel groep)	156,9	66,1
Netto recurrent resultaat <i>(2)</i>	110,4	106,6
Nettoschuld/Nettocash <i>(3)</i>	84,4	-72,4

(1) Bedrijfsresultaat exclusief amortisatie van acquisitie-goodwill en niet-recurrente resultaten.

(2) Operationeel resultaat plus financieel resultaat (inclusief resultaat deelnemingen in vermogensmutatie), na aftrek van vennootschapsbelastingen hierop.

(3) Liquide middelen min bankschulden, exclusief operationele leaseverplichtingen onder IFRS16 als schuld uitgedrukt.

Voor meer informatie, contacteer:

An Steylemans | Head of Corporate Communications | Mediahuis groep
an.steylemans@mediahuis.be | +32 473 55 71 48

Over Mediahuis

Mediahuis is een van de leidende mediagroepen in België, Nederland, Ierland, Luxemburg en de Duitse regio van Noordrijn-Westfalen. 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 Mediahuis permanent in haar sterke merken, zowel op papier als digitaal. Met zo'n 4.500 medewerkers realiseert Mediahuis een jaarlijkse omzet van meer dan 1,2 miljard euro. Sinds haar oprichting in 2013 heeft Mediahuis een sterk gediversifieerd portfolio van nieuwsmedia en digitale merken opgebouwd. De nationale en regionale nieuwstitels van Mediahuis voorzien dagelijks zowat 10 miljoen lezers van nieuws, zowel online als via de gedrukte krant. Naast deze nieuwsmerken exploiteert Mediahuis ook een aantal belangrijke digitale marktplaatsen in België, Nederland, Luxemburg en Ierland, voornamelijk in het domein van de vastgoedmarkt, de arbeidsmarkt, de automarkt en de markt van de prijsvergelijking.