

Regnskabsmeddelelse 2010

Historisk godt år for JP/Politikens Hus

JP/Politikens Hus fik i 2010 et overskud på 267,1 mio. kroner før skat. Det er en fremgang på 197,5 mio. kroner i forhold til året før. Det tilfredsstillende resultat bringer JP/Politikens Hus tilbage på indtjeningsniveauet fra 2004 og 2005. Og det på trods af, at 2010 var et år med historisk lav annonceindgang.

Den positive resultatudvikling kan særligt tilskrives tre forhold: Forbedret økonomi i bladsalget, balance i økonomien for de digitale aktiviteter og effekten af de store strukturtilpasninger, som er blevet gennemført de seneste år.

Alle koncernens selskaber giver overskud, og på alle områder er de i forvejen stærke markedspositioner blevet styrket gennem året. Målt på antallet er læsere står koncernens udgivelser også styrket ved udgangen af 2010. Aldrig har vores udgivelser været i kontakt med flere danskere på daglig basis.

Udvikling af indhold og digital fremdrift har været nøgleord for vores aktiviteter i 2010. Udviklingslinjen vil blive videreført i 2011. Og med balance i økonomien for de digitale aktiviteter har koncernen et godt afsæt for en profitabel digital fremtid.

Hoved- og nøgletal

	2006	2007	2008	2009	2010
Hovedtal – mio. kr.					
Nettoomsætning	3.503	3.660	3.556	3.272	3.266
Drift - EBITDA	207	-26	123	160	323
Primær drift - EBIT	91	-147	-130	32	234
Resultat før skat	112	-134	-169	70	267
Årets resultat	75	-104	-136	40	183
Egenkapital	943	833	686	718	896
Balancesum	2.058	1.979	1.830	1.750	1.947
Pengestrømme fra driftsaktivitet	178	35	78	271	306
Pengestrømme fra investering	-145	-92	-143	-111	-24
Forskydning likvider	-34	-65	-64	159	274
Nøgletal - %					
Overskudsgrad	2,6	-4,0	-3,6	1,0	7,2
Egenkapitalforrentning	8,3	-11,8	-17,9	5,7	22,7
Egenkapitalandel	45,8	42,1	37,5	41,1	46,0
Antal					
Antal medarbejdere	2.630	2.915	2.900	2.530	2.345

Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet er rygraden i en stærk økonomi

Stærke resultater for koncernens tre dagblade Morgenavisen Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet er den væsentligste forklaring på koncernens stigende overskud. Avisernes økonomi er forbedret gennem et vedholdende fokus på at forbedre rentabiliteten i oplaget. Blandt andet er der foretaget en væsentlig reduktion af rabatter i bladsalget.

Gennem året har de tre aviser fastholdt og styrket deres i forvejen stærke markedspositioner på alle medier. Jyllands-Posten og Politiken var ved udgangen af 2010 landets mest læste morgenaviser målt både hverdage og søndage. Ekstra Bladet fastholdt positionen som landets mest læste formiddagsavis. Og ved udgangen af 2010 var ekstrabladet.dk det absolut største digitale nyhedsmedie i Danmark med over 1 mio. daglige besøg.

Fokus på indhold og udvikling af nye og eksisterende udgivelser har været omdrejningspunkt for dagbladenes digitale aktiviteter. Resultatet er, at der er skabt økonomisk balance på det digitale område.

Stor resultatfremgang i lokalaviserne

Politikens Lokalaviser er kommet styrket ud af 2010 både i Danmark og i Sverige. En samlet omsætningsstigning på 7 pct. kombineret med effekten af rationaliseringer fra tidligere år har medført en betydelig resultatfremgang og et tilfredsstillende resultat.

Stærkt partnerskab på trafikavismarkedet

Partnerskabet med Metrokoncernen på trafikavismarkedet har også i 2010 været et stærkt aktiv for JP/Politikens Hus. Både metroXpress og 24timer har fastholdt markedspositionerne som de to mest læste gratisaviser og har samtidig opnået et resultat svarende til forventningerne.

Styrket markedsposition og økonomi i JP/Politikens Forlagshus

Stor fremgang på fiktion, salg til internationale bogmarkeder og udnyttelse af partnerskaber med Politiken PLUS og SAXO.com på markedet for e-handel med bøger er medvirkende til, at koncernens forlag har styrket markedspositionen og leveret et tilfredsstillende resultat i 2010.

Effektiviseret tryk- og distribution

Lukningen af trykkerier, som prægede koncernens regnskaber for 2008 og 2009, er tilendebragt. Tryk- og distributionskvaliteten er historisk god samtidig med, at hele logistikområdet er effektiviseret, og det samlede omkostningsniveau er nedbragt.

Forventninger til 2011

JP/Politikens Hus går ind i 2011 med en sund økonomi og en stærk likvid position. Det solide økonomiske fodfæste sikrer, at JP/Politikens Hus også fremover kan og vil fokusere på at videreudvikle alle medier.

Koncernen forventer et tilfredsstillende resultat for alle koncernens forretningsområder i 2011, herunder vækst på de digitale aktiviteter.

Om koncernen

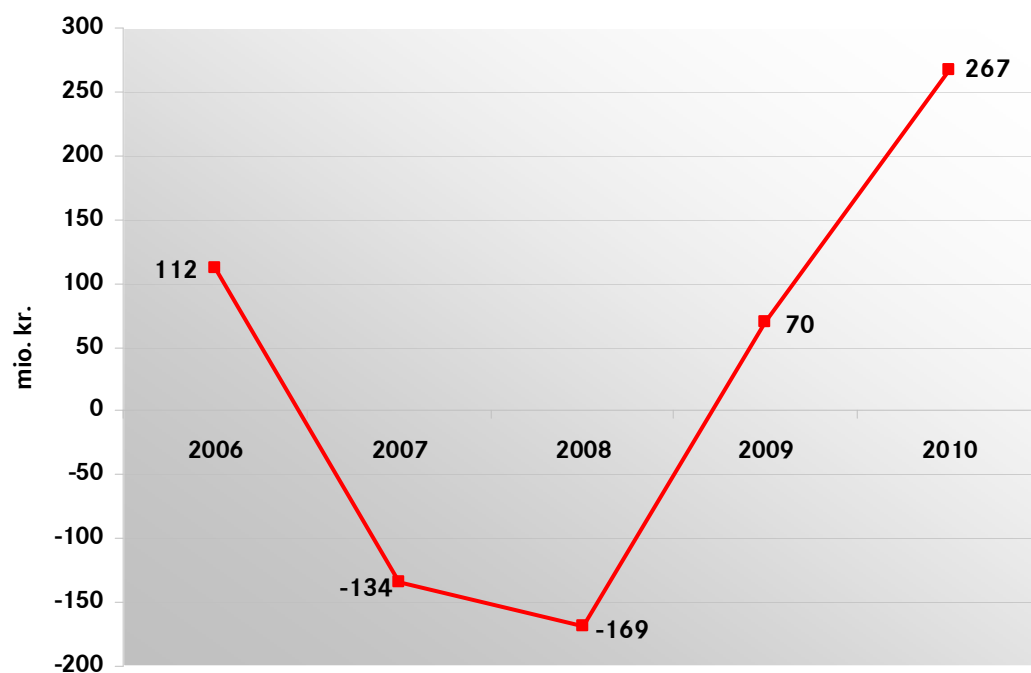
JP/Politikens Hus er Danmarks førende medievirksomhed på trykte, digitale og mobile udgivelser. Omdrejningspunktet for koncernen er publicistisk kvalitet, kreativitet, samt sund forretningsmæssig udvikling.

Koncernens forretningsområder omfatter dagblade, gratisaviser, lokal- og gratisugeaviser i Danmark og Sydsverige, forlagsaktivitet, digitale aktiviteter og portaler, nyhedstjenester samt tryk- og distributionsvirksomhed i tilknytning til hovedaktiviteterne.

For yderligere oplysninger kontakt adm. direktør Lars Munch, telefon 3347 2701.

—
3. februar 2011

2006-10 | Udvikling resultat før skat



2010 | Læser-/markedsposition

Læsertal, trykte dagblade, 2. og 3. kvartal 2010

	Hverdage	Søndage
▶ 1. Jyllands-Posten	377.000	511.000
▶ 2. Politiken	366.000	470.000
▶ 3. Ekstra Bladet	303.000	418.000
4. B.T.	265.000	377.000
5. Berlingske Tidende	259.000	340.000
6. Dagbladet Børsen	199.000	-
7. Kristeligt Dagblad	104.000	-
8. Information	101.000	-

Kilde: Index Danmark/Gallup

Besøg på nettet, december 2010

1. Microsoft Danmark ApS	104.776.549
▶ 2. JP/Politikens Hus	64.273.274
3. Berlingske Media	35.939.654
4. TV2 NET	27.277.047
5. Danmarks Meteorologiske Institut	23.729.409
6. DR	22.670.513

Kilde: Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM)

Besøg på mobilen, december 2010

▶ 1. JP/Politikens Hus	2.123.424
2. Berlingske Media	1.060.623
3. TDC	762.303
4. TV2 NET	609.915
5. DR	199.588
6. Bold.dk	195.764

Kilde: Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM)

Visninger på web-tv, uge 04, 2011

1. DR	2.993.937
▶ 2. JP/Politikens Hus	1.600.255
3. TV2 NET	971.750
4. Berlingske Media	372.677

Kilde: Foreningen af Danske Interaktive Medier (FDIM)