

Pressemeddelelse: Aller Media A/S trodsede krisen i 2009

Aller Media A/S endte med et lille positivt resultat før skat for 2009. Det viser regnskabet, som mediegiganten i dag offentliggør. Aller Media forventer dog fremgang i 2010 efter et år, hvor man har strømlinet organisationsstrukturen og opretholdt strategiske satsninger på nye forretningsområder, trods krisen.

København, den 22. januar 2010 – Det har været et travlt år for Aller Media, som på trods af en fortsat satsning på nye forretningsområder, restruktureringer, flytning til nyt domicil og et presset mediemarked formåede at skabe sorte tal på bundlinjen. Resultatet før skat blev på 4,6 mio. kr., og den samlede omsætning for regnskabsåret endte på 1,3 milliarder kroner. Kerneforretningen viser fortsat god lønsomhed, hvilket resulterer i et lille positivt resultat før skat.

Omsætningen er stort set på niveau med det foregående regnskabsår, men overskuddet er væsentligt dårligere, hvilket hovedsageligt skyldes ekstraordinære omkostninger i forbindelse med restruktureringer, flytning til nyt domicil på Havneholmen, lukning af ulønsomme titler samt en fortsat langsigtet investering i digitale medier og gratismedier. Trods et noget dårligere resultat end tidligere så finder Aller Medias administrerende direktør, Pål Thore Krosby, resultatet acceptabelt under de gældende omstændigheder og peger på, at de sorte tal kommer i en tid, hvor alle medievirksomheder i Danmark og Norden lider under den økonomiske krise og et meget udfordrende mediemarked.

”Den økonomisk krise påvirker hele mediemarkedet i øjeblikket – både i forhold til oplag og annoncekroner. Og det er selvfølgelig noget, der også rammer os. Derfor har vi i løbet af året foretaget nogle restruktureringer og lukket nogle af de titler, som ikke var lønsomme. Samtidig er vi i stand til at arbejde langsigtet med vores investeringer i de digitale medier og gratismedierne. Det har selvfølgelig givet nogle omkostninger på kort sigt, men det er investeringer, som ruste os til det fremtidige mediemarked,” siger Pål Thore Krosby.

Aller Media har inden for det sidste år blandt andet ændret organisationen for at sætte endnu mere fokus på den kommercielle del af forretningen, samlet ugeblade og magasiner i en stærk og fokuseret division og flyttet til det helt nye Aller Hus, hvor alle redaktioner nu findes under et tag. Det betyder ifølge Pål Thore Krosby en mere moderne organisation og bedre synergi mellem de enkelte dele af virksomheden. Sammen med den strategiske satsning inden for især digitale medier, der skal bidrage til øget vækst, mener Pål Thore Krosby derfor, at Aller står godt rustet til 2010, hvor resultaterne fra det nye budgetårs første kvartal allerede viser positive resultater.

For yderligere oplysninger kontakt:

Pål Thore Krosby, adm. direktør Aller Media A/S på tlf. 7234 2600.

Om Aller Media A/S

Aller Media A/S er den førende udgiver af magasiner og ugeblade i Norden med et samlet ugentligt oplag på omkring 3.2 mio. eksemplarer og hver uge læser mere end 2 mio. danskere et af Allers flere end 20 blade og magsiner i Danmark. Allers markedsandel på ugeblade er på 73 pct. og 19 pct. på magasiner. Sideløbende med blad- og magasinproduktion bevæger Aller Media sig over på nye medieplatforme for blandt andet at møde læserne på nettet og mobilen. Aller har ca. 650 ansatte i Danmark. For yderligere information se www.aller.dk.