

Bra resultat för Egmont Publishing

Egmonts Publishings rörelseresultat (EBIT) för 2016 blev 67 MSEK (55 MSEK), vilket är det bästa resultatet sedan Egmont Publishing bildades 2014*. Omsättningen uppgick till 1 013 MSEK (1 070 MSEK).

– Jag är väldigt glad över vår fina resultatutveckling under de senaste åren. Vi har varit duktiga på att möta de snabba förändringar vi ser i marknaden. Dels genom att vi har vågat vara offensiva och satsa på förvärv och lanserat nya varumärken i flera kanaler, men också genom en del tuffa men nödvändiga effektiviseringar, säger Per Kjellander, VD på Egmont Publishing.

Egmont Publishing genomförde två förvärv under 2016:

- Kungliga Magasinet, som förvärvades under hösten från Royal Publishing Group, bevakar de stora händelserna hos kungahusen i Sverige och Europa. Under 2016 ökade tidningens läsartal med hela 38 % (räckvidd Orvesto helår 2016).
- Som ett steg i satsningen på att växa inom digital kommunikation och marknadsföring investerade Egmont i slutet av året i den ledande digitala kommunikationsbyrån KAN i Malmö. Ambitionen är att flytta fram positionerna ytterligare framöver inom området "Marketing Services", och fler investeringar är att vänta.

Framgångskombo: digital tillväxt, nylanseringar, event och jubileum

Egmont Publishings digitala satsningar har under det senaste året utvecklats positivt genom nya initiativ och organisk tillväxt. Sedan början på 2016 har både räckvidd och omsättning för det digitala innehållet och annonsaffären ökat avsevärt.

Under 2016 lanserades ett antal nya tryckta magasin och tidningar, som den nya mattidningen Glutenfri Matlust och Historiska Brott & Mysterier.

Verksamheten för event- och läsaresor genomförde flera framgångsrika arrangemang, däribland de populära kryssningsresorna med varumärkena Nära och Hälsa, KING Magazines "100 mäktigaste" och Utemagasinet "Utefest".

2016 var även ett stort jubileumsår för Egmonts del, med en mängd lyckade aktiviteter och produktlanseringar för varumärkena Bamse och Kärnan som

Extraordinära kostnader i samband med förvärv och organisatoriska förändringar belastar resultatet negativt.

– Jag vill framförallt rikta ett stort tack till våra medarbetare. Utan deras stora driv, engagemang och innovationsförmåga – trots tider av förändring – vore detta resultat inte möjligt, säger Per Kjellander.

För mer information vänligen kontakta,
Per Kjellander, VD, per.kjellander@egmont.se, 070 7153779

* Egmont Publishing bildades hösten 2014 efter en sammanslagning av de två svenska Egmontbolagen Egmont Kids Media Nordic och Egmont Tidskrifter. Verksamheten idag består av ett antal hel- och delägda bolag.



Egmont Publishing publicerar ett hundratal magasin och webbplatser, som Hemmets Journal, Hus & Hem, Icakuriren, Kalle Anka, Vagabond, Bamse och KING Magazine. Därutöver har vi en omfattande verksamhet inom böcker, spel, aktivitetsprodukter och event, samt delägda bolag inom e-handel och marknadstjänster. Omsättningen uppgår till cirka 1 miljard kronor och vi har cirka 300 medarbetare i Sverige.

Egmont är en av Nordens ledande mediekoncerner med aktiviteter i 30 länder och 6 200 medarbetare. Vi står för starkt medieinnehåll och digital innovation. Vi driver bl.a. Nordisk Film, TV 2 i Norge, bokförlag och Egmont Publishing. Vi publicerar och skapar innehåll för över 700 tidskrifter, sänder 154 timmar TV varje dag, publicerar 2 200 böcker om året, ger ut en film i veckan, säljer PlayStation – och mycket mer. Egmont är en stiftelse som omsätter cirka 14,8 miljarder kronor och som delar ut

We bring stories to life

Pressmeddelande
2017-03-15

EGMONT
Publishing

mer än 120 miljoner kronor varje år för att bidra till att barn och ungdomar får ett bättre liv.

We bring stories to life