

Axel Springer obtiene en 2010 un beneficio EBITDA de casi 511 millones de euros

La editorial alemana finaliza el año sin deudas y con un saldo activo neto de más de 79 millones de euros

Madrid, a 3 de marzo de 2011.-. Axel Springer, la tercera editorial a nivel mundial, acaba de anunciar que en 2010 ha obtenido los mejores resultados operativos de su historia. Su EBITDA alcanzó el año pasado los 510,6 millones de euros, y supera por primera vez, la cifra del medio billón de euros. Todos los segmentos de explotación aumentaron su rentabilidad respecto al año anterior, logrando un aumento del 10,8% en sus ingresos y un crecimiento orgánico del 3,5%. En estas excelentes cifras influyó de manera determinante el programa de ahorro introducido por Axel Springer en 2009. De nuevo, el motor de crecimiento volvió a ser su división digital, con un aumento en las ventas en este segmento del 51,3%. "Nuestros beneficios de más de medio billón de euros superan con creces las perspectivas que presentamos al comienzo del año fiscal 2010, y la continuación de nuestra estrategia de internacionalización y digitalización ha dado sus frutos", ha declarado Mathias Döpfner, consejero delegado de Axel Springer AG. "Para este año 2011 esperamos que nuestras actividades digitales e internacionales continúen impulsando el crecimiento de la empresa?. Los periódicos nacionales siguen siendo uno de los activos más rentables, con un margen EBITDA del 24,8%, así como las revistas de circulación nacional, que establecieron un nuevo récord EBITDA del 20,8%. La prensa escrita internacional creció un 15,3 por ciento. Pero Axel Springer consiguió, además, finalizar 2010 sin deudas y con un saldo activo neto de 79,6 millones de euros. Su flujo de fondos acumuló 300 millones de euros y la empresa alemana ya está de nuevo en plena ronda de inversiones con la adquisición del 12,4% del portal inmobiliario francés SeLoger.com. El crecimiento de los medios digitales y la consolidación del segmento internacional también se han reflejado en unos ingresos publicitarios más altos. Todo el grupo ha aumentado el ingreso en publicidad un 21,6% obteniendo 1.384,8 millones de euros, y los ingresos de circulación han llegado a los 1.174,3 millones de euros, al mismo nivel que el año anterior.
