

---

30.06.2015 - 11:45 Uhr

## Plus bei Umsatz und Ergebnis: dpa blickt auf erfolgreiches Geschäftsjahr 2014 zurück

Hamburg (ots) -

Die Nachrichtenagentur dpa hat im Jahr 2014 erneut ihren Umsatz erhöht und das Ergebnis verbessert. Der Umsatz der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH stieg im dritten Jahr in Folge - diesmal um 1,5 Prozent auf 88,6 Millionen Euro (Vorjahr: 87,2 Millionen). Auch der Jahresüberschuss nach Steuern lag mit gut 1,2 Millionen Euro über dem Vorjahreswert von 910 000 Euro. Positiv beeinflusst wurde der Verlauf des Geschäftsjahrs unter anderem durch den Abschluss von Bezugsverträgen mit weiteren Kunden außerhalb der klassischen Medien und die Aufnahme zusätzlicher Angebote in die dpa-Produktpalette.

"In einem nicht einfachen Marktumfeld haben wir uns gut behauptet und weiterentwickelt", sagte Michael Segbers, Vorsitzender der dpa-Geschäftsführung, anlässlich der dpa-Gesellschafterversammlung am Dienstag in Hamburg. "Zunehmend nutzen auch Unternehmen, Verbände und Institutionen außerhalb der Medienbranche unsere Inhalte. Noch nie hatte die dpa so viele Kunden in Deutschland und weltweit wie heute."

Am wirtschaftlichen Erfolg des Jahres 2014 haben auch wieder die Tochtergesellschaften und Beteiligungen der dpa mitgewirkt. Sie haben erheblich zum positiven Ergebnis der dpa beigetragen. Erstmals konnte dpa außerdem ganzjährig die Angebote ihres Partners The Associated Press (AP) im deutschsprachigen Raum vermarkten, was ebenfalls zur Steigerung des Umsatzes beitrug.

Im Jahr 2015 verläuft das Geschäft der dpa bislang ebenfalls positiv. Zu den Faktoren zählt dabei auch, dass die Produktionskosten aufgrund sportlicher Großereignisse in diesem Jahr nicht so hoch ausfallen wie 2014, als dpa ausführlich von den Olympischen Winterspielen in Sotschi und von der Fußball-WM in Brasilien berichtete. Allein vom Fußball-Weltturnier erreichten mehr als 1450 dpa-Texte und beinahe 6200 dpa-Fotos die Kunden der Agentur.

Ihr redaktionelles Angebot passt die dpa weiterhin ständig den Anforderungen ihrer Kunden an. Unter anderem hat die Agentur ihr Angebot in den frühen Vormittagsstunden ausgebaut. Ziel ist es, die Radio- und Fernsehprogramme sowie Plattformen, auf denen sich Nutzer mobiler Endgeräte frühmorgens über die Nachrichtenlage informieren, mit noch mehr aktuellen Inhalten zu versorgen. "Wir haben außerdem den Austausch mit den Redaktionen in ganz Deutschland noch einmal intensiviert. An unserem Austauschprogramm 'Change your seat' haben bereits im Jahr 2014 rund 40 Besucher von Zeitungen, Sendern und Online-Nachrichtenanbietern teilgenommen. Sie alle haben uns wertvolle Impulse für die Gestaltung unserer Dienste geliefert", sagt dpa-Chefredakteur Sven Gösmann. "Deshalb freuen wir uns, dass 'Change your seat' auch 2015 intensiv von unseren Kunden sowie durch Gegenbesuche von unseren eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern genutzt wird."

Die dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH ist der unabhängige Dienstleister für multimediale Inhalte. Die Nachrichtenagentur versorgt als Marktführer in Deutschland tagesaktuelle Medien aus dem In- und Ausland. Ein weltumspannendes Netz von Redakteuren und Reportern garantiert die eigene Nachrichtenbeschaffung nach im dpa-Statut festgelegten Grundsätzen: unparteiisch und unabhängig von Weltanschauungsfragen, Wirtschafts- und Finanzgruppen oder Regierungen. dpa arbeitet über alle Mediengrenzen hinweg, rund um die Uhr. Auf diese Qualität verlassen sich Printmedien, Rundfunksender, Online- und Mobilfunkanbieter sowie andere Unternehmenskunden in mehr als 100 Ländern. Mehr unter [www.dpa.de](http://www.dpa.de).

Kontakt:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH  
Christian Röwekamp  
Leiter Unternehmenskommunikation  
Telefon: +49 30 2852 31103  
E-Mail: [roewekamp.christian@dpa.com](mailto:roewekamp.christian@dpa.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100774960> abgerufen werden.