

18.08.2020 – 12:30 Uhr

Geschäftszahlen 2019: dpa-Gruppe bleibt auf Wachstumskurs und steigert Umsatz erstmals auf über 140 Millionen Euro



Hamburg (ots) -

Die Deutsche Presse-Agentur hat ihre Zahlen für das Geschäftsjahr 2019 vorgelegt: Der Umsatz der dpa und ihrer Tochterunternehmen beträgt 142,5 Millionen Euro. Im Vorjahr lag er noch bei 139,8 Millionen Euro. Die Kerngesellschaft dpa GmbH zeigt mit 92,9 Millionen Euro einen nahezu gleichbleibenden Umsatz. Das Geschäftsjahr konnte mit einem Gewinn von 1,3 Millionen Euro abgeschlossen werden (2018: 1,5 Millionen Euro). Das gaben der Vorsitzende der Geschäftsführung Peter Kropsch und Chefredakteur Sven Gösmann heute auf der 71. Gesellschafterversammlung der dpa in Hamburg bekannt.

"Die vorliegenden Ergebnisse sind ein solides Fundament, auf dem wir die aktuellen Corona-Herausforderungen meistern können. Wachsamkeit und Vorsicht stehen jedoch in diesen und in den kommenden Wochen weiterhin oben auf der Agenda - ohne allerdings von unserer Linie abzuweichen", sagte CEO Peter Kropsch. "Unser wirtschaftlicher Erfolg zeigt, dass die dpa gut dafür gerüstet ist, den digitalen Wandel aktiv für sich, für unsere Kunden und für unsere Eigentümer zu gestalten", so Peter Kropsch weiter.

So konnten zum Jahresende 2019 mit einem neuen Preismodell wichtige Weichen in Richtung Zukunft gestellt werden. Im neuen, wesentlich vereinfachten Abrechnungsmodus stehen die dpa-Basisdienste für alle analogen und digitalen Produkte zur Verfügung. Die Bemessungsgrundlage ist eine integrierte Gesamtreichweite je Kunde über alle Ausspielkanäle. Erste Kunden nutzen dpa-Services bereits in Anwendung des neuen Preismodells.

Darüber hinaus erreichte die dpa in ihrem digitalen Transformationsprozess entscheidende Meilensteine. Der Marktplatz für Inhalte und Services "dpa-ID" ist mittlerweile im Netz verfügbar. Im Mittelpunkt steht dabei ein übergreifender Plattformgedanke, so dass auch Unternehmen von außerhalb der dpa auf dem Marktplatz präsent sein können. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde die dpa-ID-App gestartet und kurz darauf das dpa-ID-Partnerprogramm. Rund 12.000 Medienschaffende und Kommunikationsfachleute verfügen bereits über eine persönliche dpa-ID, mit der sie Inhalte lesen und digitale Anwendungen nutzen können.

Das Jahr 2019 stand über die Schaffung des Marktplatzes hinaus im Zeichen verschiedener Innovationen. So brachte die dpa eine neue Version der Terminsoftware Agenda auf den Markt, mit deren Hilfe Redaktionen und Kommunikationsabteilungen ihre Arbeit planen. Mehrere Datenprojekte, der Ausbau des dpa-Shops, über den die Ready-to-publish-Produkte der dpa bezogen werden können, sowie neue Nachrichtenangebote auf Französisch oder Polnisch standen ebenso im Fokus.

"In Corona-Zeiten hat die dpa mit ihrem vielfältigen Angebot gezeigt, welchen außerordentlichen Stellenwert sie einnimmt. Sie war und ist ein entscheidender Faktor für die erfolgreiche Berichterstattung unserer Kunden", sagte Chefredakteur Sven Gösmann. "Es ist uns darüber hinaus gelungen, die Agentur auf den wichtigen Wachstumsmärkten Video und Audio voranzubringen", so Sven Gösmann weiter.

So hat die dpa die Videonachrichtenagentur TeleNewsNetwork (TNN) übernommen und bietet nun für TV-Sender und Online-Plattformen Bewegtbilder aus den Bereichen Aktuelles, Gesellschaft, Politik, Wetter und Vermischtes an. Außerdem ist die dpa mit einem neuen Podcast-Angebot auf den Markt gegangen und produziert im Kundenauftrag journalistische Formate, unter anderem zu den Themen Tourismus, Fußball oder Zeitgeschichte. Das Augenmerk galt außerdem der Weiterentwicklung und Profilierung der klassischen dpa-Dienste.

Positive Ergebnisse und Umsatzzahlen lieferten auch die Tochterunternehmen der dpa. So gelang es der dpa-infocom GmbH mit ihren Digitalprodukten erneut, den Jahresumsatz spürbar zu steigern. Die news aktuell GmbH, die sich auf Lösungen für Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen spezialisiert hat, steuerte für das Geschäftsjahr 2019 einen wesentlichen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg der dpa-Gruppe bei. Mit stabilem Umsatz und Ergebnis hat auch die dpa Picture-Alliance GmbH in hohem Maße Anteil am Gesamtergebnis der Unternehmensgruppe.

Die Auswirkungen der Corona-Krise haben auch die dpa getroffen und die Agentur vor bisher nicht gekannte Herausforderungen gestellt. So ging nahezu die komplette Belegschaft der dpa-Gruppe ab Mitte März ins mobile Arbeiten. Kleinste Einheiten, zu denen auch CEO und Chefredakteur gehörten, steuerten die Standorte im so genannten systemerhaltenden Betrieb. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der dpa und ihrer Tochterunternehmen zeigten sich im höchsten Maße flexibel und haben die unvorhergesehene Situation in beeindruckender Weise angenommen. So konnte die redaktionelle Produktion sogar gesteigert und den Medien weiterhin lebenswichtige Nachrichtendienste in Wort, Bild und Ton bereitgestellt werden. Zudem hat die dpa schnell und unkonventionell gehandelt, indem sie die vielen bei den dpa-Kunden beschäftigten Journalistinnen und Journalisten in ihren Home Offices auf neuen Wegen mit Agenturmaterial versorgt hat. Die dpa ist bisher gut durch die Krise gekommen und hat trotz erschwelter Bedingungen wichtige Entscheidungen für die Zukunft umsetzen können.

Über dpa:

Die Deutsche Presse-Agentur (dpa) wurde 1949 gegründet und gehört zu den weltweit führenden unabhängigen Nachrichtenagenturen. dpa beliefert Medien, Unternehmen und Organisationen mit redaktionellen Angeboten. Dazu zählen Texte, Fotos, Videos, Grafiken, Hörfunkbeiträge und andere Formate. Als international tätige Agentur berichtet dpa in sieben Sprachen. Rund 1000 Journalisten arbeiten von mehr als 150 Standorten im In- und Ausland aus. Gesellschafter der dpa sind 177 deutsche Medienunternehmen. Die dpa-Redaktion arbeitet nach den im dpa-Statut festgelegten Grundsätzen: unabhängig von Weltanschauungen, Wirtschaftsunternehmen oder Regierungen. Die Zentralredaktion unter der Leitung von Chefredakteur Sven Gösmann befindet sich in Berlin. Die Geschäftsführung um ihren Vorsitzenden Peter Kropsch ist am Unternehmenssitz in Hamburg tätig. Vorsitzender des Aufsichtsrats ist David Brandstätter (Main-Post GmbH, Würzburg).

Mehr unter www.dpa.com (deutsch, englisch, spanisch, arabisch)

Social media: www.dpa.com/de/social-media

Pressekontakt:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Jens Petersen
Leiter Konzernkommunikation
Telefon: +49 40 4113 32843
E-Mail: pressestelle@dpa.com

Medieninhalte



Peter Kropsch, Vorsitzender der dpa-Geschäftsführung, David Brandstätter, Vorsitzender des dpa-Aufsichtsrats, und Sven Gösmann, Chefredakteur der dpa (vlnr.): dpa-Gruppe bleibt auf Wachstumskurs und steigert Umsatz erstmals auf über 140 Millionen Euro. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH/Christian Charisius/dpa"



Peter Kropsch, Vorsitzender der dpa-Geschäftsführung, David Brandstätter, Vorsitzender des dpa-Aufsichtsrats, und Sven Gösmann, Chefredakteur der dpa (vlnr.): dpa-Gruppe bleibt auf Wachstumskurs und steigert Umsatz erstmals auf über 140 Millionen Euro. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH/Christian Charisius/dpa"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100853752> abgerufen werden.