

20.06.2017 - 12:46 Uhr

dpa-Gruppe steigert Umsatz auf 136,2 Millionen Euro

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/pm/8218/3664467> -

Neuer Geschäftsführer Kropsch zählt internationales Bild, Video und soziale Medien zu den Schwerpunkten des nächsten Jahres

Der Konzern um die Deutsche Presse-Agentur hat seinen Umsatz im vergangenen Jahr erneut gesteigert. Deutschlands größte Nachrichtenagentur erwirtschaftete 2016, gemeinsam mit ihren Töchtern und Beteiligungen, einen Gesamtumsatz von 136,2 Millionen Euro. Im Jahr zuvor waren es 133,5 Millionen. Dabei ist eine Umstellung der Bilanzierungsvorschriften zu berücksichtigen. Die reale Steigerung beträgt 0,9 Millionen Euro oder 0,8 Prozent.

Die kommenden Jahre würden vom beschleunigten technologischen Wandel und der Änderung des Nutzungsverhaltens der Medienkunden geprägt, sagte der neue dpa-Geschäftsführer Peter Kropsch auf der Gesellschafterversammlung der Agentur in Hamburg. Die dpa habe sich für 2017 und die Folgejahre ein Programm gegeben, um ihre Kunden im Wettbewerb auf den Nachrichten- und Informationsmärkten, insbesondere bei der Erschließung digitaler Geschäftsmodelle, noch besser unterstützen zu können. Von besonderer Bedeutung sind dabei die Themen internationales Bildangebot, Video und soziale Medien.

Die Deutsche Presse-Agentur GmbH, Kern und Obergesellschaft der Gruppe, erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von 94 Millionen Euro (2015: 90,7 Millionen). Die Umsatzsteigerung geht hier allerdings auf die genannten Umgliederungseffekte zurück. Der Jahresüberschuss der dpa GmbH, der die Ausschüttungen der Tochterunternehmen und Beteiligungen enthält, lag bei 1,39 Millionen Euro nach 1,8 Millionen im Jahr zuvor. Höhere Kosten verursachten 2016 verschiedene Sportgroßereignisse.

"2016 war ein gutes Jahr für die dpa-Gruppe. Wir haben unsere wirtschaftlichen Ziele erreicht und wir sind bestens gerüstet für kommende Projekte", sagte Kropsch. "Trotzdem sind wir uns bewusst, dass das Arbeitsprogramm, das wir uns für die nächste Innovationsperiode vorgenommen haben, außerordentlich intensiv sein wird", betonte er weiter. Kropsch war 2017 als Nachfolger von Michael Segbers an die Spitze der dpa gewechselt. Zuvor leitete er die österreichische Nachrichtenagentur APA.

Zentral für den Erfolg der dpa seien laufende Verbesserungen an den Basisdiensten sowie neue Services - sowohl für Medienkunden als auch im Non-Media-Sektor, sagte dpa-Chefredakteur Sven Gösmann vor den Gesellschaftern. Die Einführung der neuen Organisationsform "Powerhaus" stärke die Berichterstattung der dpa vor allem in den frühen Morgenstunden, am späteren Abend und an den Wochenenden. Seit Jahresbeginn habe die dpa zudem den internationalen Teil des Bildfunks von einem Lieferanten auf ein globales Netzwerk von Agenturpartnerschaften umgestellt. Verstärkt wird das Bildangebot durch eigene Bilddesks an den dpa-Standorten Berlin, Buenos Aires, Sydney und Kairo, die eine 24-Stunden-Versorgung garantieren. Das so neu entstandene Netzwerk bietet der dpa verbesserten Zugang zu authentischem Bildmaterial und bildet die Basis für den künftigen Ausbau des Bildangebots.

Ein weiterer Schwerpunkt ist im laufenden Jahr die Neugliederung des dpa-Videoangebots. Das Unternehmen hat bisher in mehreren Bereichen Erfahrung mit Videoproduktionen gesammelt. Nun soll dieses breite Angebot gebündelt und den Videokunden einfacher zugänglich gemacht werden. Neben klassischen Beiträgen und auf junge Zielgruppen zugeschnittene Formate spielen dabei einzelne Sequenzen zu aktuellen Nachrichtenlagen, sogenannte Snippets, eine wesentliche Rolle. Diese werden von den Fotografen der dpa aufgenommen und sind in größerer Stückzahl zeitnah zum jeweiligen Ereignis verfügbar.

Gleich in mehrere Unternehmensbereiche wirkt die Auseinandersetzung mit sozialen Medien. In den Redaktionen liegt der Schwerpunkt darauf, aufkommende Ereignislagen schnell zu erkennen und zu verifizieren. Dazu wurden die neuen Positionen Verification Officer und Radar Officer geschaffen. Zudem können soziale Medien nach Themen gemäß spezieller Interessen einzelner Kunden durchsucht werden. Erste Kunden für diese Dienstleistung konnten bereits gewonnen werden.

Außerdem ist es das Ziel, die Kunden in stärkerem Maße bei ihrer redaktionellen Planung zu unterstützen und die Vernetzung der dafür vorgesehenen Systeme zu intensivieren. Zusätzlich werden die Arbeiten an einer neuen Generation der Agenda-Produkte vorangetrieben und die technische Basis der Terminerfassung und -bereitstellung erneuert.

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.com.

Kontakt:

dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH
Chris Melzer
Leiter Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 30 2852 31103
E-Mail: melzer.chris@dpa.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100803895> abgerufen werden.