

28.06.2023 - 12:59 Uhr

Geschäftszahlen 2022: dpa-Gruppe weiter auf Wachstumskurs



Hamburg (ots) -

Die Unternehmensgruppe der dpa Deutsche Presse-Agentur hat bei ihrer 74. Gesellschafterversammlung in Hamburg erneut positive Geschäftszahlen präsentiert. Der Konzernumsatz konnte auf 165,5 Millionen Euro (Vorjahr 156,8 Millionen) gesteigert werden. Mit 103,2 Millionen Euro (2021: 101 Millionen Euro) wuchs auch der Umsatz der Kerngesellschaft dpa GmbH, was ein solides Ergebnis von 1,2 Millionen Euro (2021: 2 Millionen Euro) bedeutet. Die dpa erzielte 2022 große Fortschritte in der Ausrichtung auf digitale Märkte. Das Konzept des neuen Newsrooms in Berlin und die damit verbundenen journalistischen Angebote und Arbeitsprozesse sind ein sichtbares Zeichen der voranschreitenden digitalen Transformation der Agentur.

"Erneut hat die dpa ihre wirtschaftliche und publizistische Stärke unter Beweis gestellt", sagt Peter Kropsch, Vorsitzender der dpa-Geschäftsführung. "Das Geschäftsjahr 2022 stand im Zeichen der fortschreitenden Transformation in einem von Unsicherheit geprägten Marktumfeld. Die dpa-Gruppe hat zahlreiche richtungsweisende Innovations- und Change-Projekte angestoßen. Der Veränderungswille der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusammen mit einer gesunden wirtschaftlichen Basis sind entscheidend. Nur so können wir Kunden und Gesellschaftern auch in den erwartbar härter werdenden nächsten Jahren unabhängige, verlässliche und multimediale Inhalte liefern."

"Neben der Einführung des multimedialen Produktionssystems Rubix in mehreren redaktionellen Bereichen wird die hohe Innovationsgeschwindigkeit der dpa besonders am neuen Newsroom in Berlin deutlich", sagt dpa-Chefredakteur Sven Gösmann. "Mit den neuen Räumlichkeiten für die Zentralredaktion haben wir eine Fläche geschaffen, die unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerne nutzen, um sich persönlich auszutauschen, kreativ zu sein und voneinander zu lernen."

Während 2022 hauptsächlich von Konzeption und baulichen Maßnahmen bestimmt war, konnte der Umzug in den neuen Newsroom im laufenden Jahr erfolgen. Seit Mitte Mai arbeitet die Zentralredaktion von Deutschlands größter Nachrichtenagentur in der Rudi-Dutschke-Straße. Die neuen Studios für Audio und Video stehen für die multimediale Zukunft der Agentur.

Von entscheidender Bedeutung für die gute wirtschaftliche Performance der dpa-Unternehmensgruppe waren erneut die hervorragenden Ergebnisse der Tochtergesellschaften und Beteiligungen. Insbesondere die news aktuell GmbH mit ihren Verdienstdiensten und ihrer Mediendatenbank konnte zum Gesamterfolg beitragen. Gleiches gilt für die dpa-infocom GmbH, der es gelungen ist, durch Innovationen im Bereich Datenprodukte und Faktenchecks Bestmarken zu setzen. Die dpa Picture-Alliance GmbH hat es 2022 erneut geschafft, im wettbewerbsintensiven Bildmarkt ein Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr zu erzielen.

Die Umsetzung der aktuellen Mittelfriststrategie "Magic Marketplace" erreichte 2022 die geplanten Ergebnisse. Damit ist das Konzept einer übergreifenden und vernetzten digitalen Plattform gemeint, auf der mit Hilfe der dpa ID auf Dienste der Agentur und auf Dienste externer Partner zugegriffen werden kann. Mittlerweile verfügen rund 30.000 Medienschaffende und

Kommunikationsfachleute über eine dpa ID und stärken damit weiter den Plattformgedanken von Deutschlands größter Nachrichtenagentur.

Einen weiteren Hebel für die langfristige Sicherung werthaltiger Dienste für die dpa-Kunden bildet der so gut wie abgeschlossene Wechsel in das 2019 vom Aufsichtsrat beschlossene neue Preismodell. Mittlerweile beziehen sämtliche Kunden aus dem Bereich Tageszeitungsverlage Dienste auf Basis einer integrierten Print- und Online-Reichweite. Auch im Bereich der privaten Radiostationen greift das neue Preismodell bereits bei einem Großteil der Kunden (94 %).

Als Dienstleister und Gemeinschaftsunternehmen der deutschen Medien hat die dpa 2022 die Erhöhung des Nutzwertes der Agentur bei ihren Kunden weiter vorangetrieben. Um bei der Gewinnung weiterer Digital-Abos zu unterstützen, sind die dpa-Themenwelten an den Start gegangen. Basierend auf Erkenntnissen aus dem Projekt DRIVE (Digital Revenue Initiative), bei dem rund 20 Verlagshäuser untereinander Nutzungsdaten austauschen, stellt die dpa besondere Inhalte bereit, die sowohl zur Steigerung von Digital-Abos beitragen als auch die Bereitschaft fördern, dem Abo treu zu bleiben.

Wesentliche Impulse für Innovationen, Expertise und Wachstum kommen aus der marktweiten Dynamik im Einsatz Künstlicher Intelligenz. Die dpa hat fünf Guidelines formuliert, die die übergeordneten Rahmenbedingungen des Unternehmens für die Beschäftigung mit Künstlicher Intelligenz festlegen. Die Agentur hat sich vorgenommen, die neue Technologie aufgeschlossen und positiv anzunehmen, aber sich auch der innewohnenden Risiken bewusst zu sein. Festgeschrieben hat die dpa zudem, dass menschliche Autonomie stets Vorrang genießt und nur KI-Tools zum Einsatz kommen, die sich an geltendes Recht halten.

Die dpa hat sich gemeinsam mit Partnern aus Medienbranche und Zivilgesellschaft weiter für die Förderung der Nachrichtenkompetenz junger Menschen engagiert. Das Projekt #UseTheNews, das sich in den drei Jahren seit seinem Start inzwischen etabliert hat, arbeitet mittlerweile als gemeinnützige GmbH. Ziel der neuen dpa-Tochtergesellschaft ist es, gemeinsam mit Journalistinnen und Journalisten aus den teilnehmenden Medienhäusern Angebote für junge Menschen zu entwickeln, die die Bedürfnisse dieser Zielgruppe erfüllen. Studien, Workshops und Communities runden das Tätigkeitsfeld von #UseTheNews ab.

Zur Festigung und Weiterentwicklung der guten wirtschaftlichen Lage des Unternehmens hat die dpa eine detaillierte Nachhaltigkeitsstrategie auf den Weg gebracht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden dafür die Grundlagen geschaffen. Vor dem Hintergrund einer 2025 einsetzenden Berichtspflicht veröffentlicht die Agentur im Jahresverlauf 2023 ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht auf Basis des internationalen Standards GRI (Global Reporting Initiative) für die Muttergesellschaft dpa GmbH. Neben CO₂-Fußabdruck und Mobilität gehören unter anderem auch Themen wie New Work, Weiterbildung und verantwortungsvolles Geschäftsverhalten zu den maßgeblichen Nachhaltigkeitsfeldern der Agentur.

Parallel zum Umzug des Newsrooms hat die dpa die Entwicklung ihres modularen und multimedialen Produktionssystems Rubix weiter vorangetrieben. Kindernachrichten und Sport setzen die vielseitige Software bereits im Echtbetrieb ein und liefern damit wertvolle Erkenntnisse für den weiteren Roll-out. Rubix hat sich bei der Fußball-WM in Katar bereits bewährt - ein Großereignis, das höchste Ansprüche an Stabilität und Schnelligkeit gestellt hat. Rubix kombiniert eine einfache und intuitive Nutzung mit offenen Schnittstellen zu internen und externen Produktionssystemen sowie zu KI-unterstützten Assistenzprogrammen. Weitere umfangreiche Rubix-Roll-outs sind für den Herbst geplant.

Eine hervorragende Entwicklung zeigt auch der Faktencheck-Bereich der dpa. Mit Hilfe verschiedener Projekte und Initiativen hat die Agentur ihren Kampf gegen Desinformation noch einmal intensiviert - zum Beispiel auch auf WhatsApp. Darüber hinaus engagiert sich die dpa für das länderübergreifende EU-Projekt GADMO (German-Austrian Digital Media Observatory), das Faktencheckorganisationen aus Deutschland und Österreich mit der Wissenschaft verbindet. Daneben hat die dpa das Trainingsprogramm Faktencheck22 umgesetzt - mit Unterstützung der Google News Initiative. Gemeinsam mit der APA Austria Presse Agentur und der Schweizer Keystone-SDA bildet die dpa Redakteurinnen und Redakteure aus Medienhäusern der drei Länder zu verschiedenen Faktencheck-Themen aus. Nicht zuletzt treibt die dpa die europäische Vernetzung in diesem Bereich voran. Faktencheck-Organisationen aus mehr als 30 Ländern haben sich auf einen Kodex geeinigt, der Standards für Methodik, Ethik und Transparenz definiert.

Der diesjährige dpa-Geschäftsbericht "People, Planet, Prosperity" beschäftigt sich mit den wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen der Agentur. Neben dem Beitrag, den die dpa für Klima und Beschäftigte leisten kann, stehen auch die ökonomischen Chancen im Mittelpunkt, die sich aus dem Nachhaltigkeitsprozess ergeben.

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. Um die 1000 Journalistinnen und Journalisten arbeiten von etwa 140 Standorten im In- und Ausland aus. Gesellschafter der dpa sind rund 170 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



Die Unternehmensgruppe der dpa Deutsche Presse-Agentur hat bei ihrer 74. Gesellschafterversammlung in Hamburg erneut positive Geschäftszahlen präsentiert. (V.l.n.r.) Sven Gösmann (dpa-Chefredakteur), David Brandstätter (Vorsitzender dpa-Aufsichtsrat), Peter Kropsch (Vorsitzender der dpa-Geschäftsführung). / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



74. Gesellschafterversammlung der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH in Hamburg: Vanessa Bitter, Joyce Noll und Anna Ross stellen die Aktivitäten des Projektes #UseTheNews vor. Dabei steht die Förderung der Nachrichtenkompetenz junger Menschen im Mittelpunkt. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/8218 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100017805/100908880> abgerufen werden.