DuMont übertrifft Erwartungen: Digitalstrategie treibt Umsatz auf Rekordhöhe!

Niehl beleuchtet die digitale Transformation in der Medienbranche sowie aktuelle Umsatzentwicklungen und wichtige Zukunftstrends.

Niehl, Deutschland - DuMont setzt auch 2024 seine digitale Wachstumsstrategie erfolgreich fort. Das Unternehmen hat für das Geschäftsjahr 2024 einen Umsatz von 451,2 Millionen Euro erzielt, was einen Anstieg gegenüber 447,6 Millionen Euro im Vorjahr darstellt. Das Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis liegt bei soliden 3,9 Prozent, während sich das operative EBITDA auf 83,6 Millionen Euro verbessert hat ج eine Steigerung um 8,7 Prozent. Damit steigt die Umsatzrentabilität auf 19 Prozent, gegenüber 17 Prozent im Vorjahr. CEO Dr. Christoph Bauer hebt hervor, wie wichtig eine klare Strategie und engagierte Mitarbeitende für den Erfolg des Unternehmens sind. Die

Investitionsschwerpunkte für 2024 liegen in den Bereichen Regionalmedien, Business Information und Marketing Technology. Vor allem der Ausbau innovativer Produkte und Dienstleistungen steht ganz oben auf der Agenda.

Die Bedeutung der digitalen Trends kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. DuMont positioniert sich als Vorreiter bei der Integration von KI-Technologien in seine Produkte und Dienstleistungen. Diese müssen sich den sich wandelnden Nutzerbedürfnissen anpassen. Abnehmende Auflagenzahlen und steigende digitale Abonnentenzahlen verdeutlichen den Wandel, den die Branche durch die Digitalisierung erfährt. So berichtet auch PWC, dass die digitale Medienlandschaft in Deutschland weiterhin im Aufwind ist, wenn auch das Wachstum in den kommenden Jahren eher abflachen könnte. Der digitale Anteil am Umsatz betrug im Jahr 2023 bereits 30,3 Milliarden Euro, mit einer Wachstumsrate von 10,3 Prozent. Im Gegensatz dazu dominieren nicht-digitale Segmente weiterhin den Markt, und das obwohl die Umsätze bei Livemusik, Kino und Messen wieder anziehen, vor allem nach den Rückwirkungen der COVID-19-Pandemie.

Herausforderungen und Chancen der Medienbranche

Die Herausforderungen für Medienschaffende sind enorm. Laut Technavigator wird die Medienbranche durch die Digitalisierung grundlegend umgekrempelt. Journalisten müssen immer effektivere digitale Werkzeuge nutzen und neue Kommunikationskanäle verstehen. Die Anpassungsfähigkeit an die digitale Welt ist entscheidend, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Auch der Rückgang bei den Auflagen traditioneller Printmedien, darunter große Namen wie die BILD Zeitung, macht deutlich, dass Geschäftsmodelle überdacht werden müssen.

Die Prognosen sind gemischt: Während digitale Segmente als Wachstumstreiber fungieren, erwartet PWC auch, dass nicht-digitale Geschäftsmodelle, wie Fernsehen und Printmedien, auch

in den nächsten fünf Jahren mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes in Deutschland ausmachen werden. In dieser Übergangsphase wird es für Medienunternehmen unerlässlich sein, innovative digitale Produkte und Services zu entwickeln. Beispiele wie virtuelle und augmentierte Realität, Onlinewerbung und Internetvideo zeigen das Potenzial zur Umsatzsteigerung in digitalen Geschäftsbereichen.

Zusammengefasst kann man sagen, dass DuMont mit seiner Digitalisierungsoffensive gut aufgestellt ist und damit die Herausforderungen des Marktes meistern will. Die Kombination aus strategischer Ausrichtung, Investitionen in neue Technologien und einem klaren Fokus auf die Bedürfnisse der Nutzer könnte der Schlüssel für zukünftigen Erfolg in einem sich rasant verändernden Markt sein.

Details	
Ort	Niehl, Deutschland
Quellen	• www.ksta.de • www.pwc.de • technavigator.de

Besuchen Sie uns auf: mein-koeln.net