

# „Wir sehen uns klar als Dienstleister der Branche“

Die Austria Presse Agentur lieferte auch für 2017 stabile Zahlen; Clemens Pig, Vorsitzender der Geschäftsführung und geschäftsführender Vorstand, im Talk.

••• Von Dinko Fejzuli

Die Unternehmensgruppe rund um die österreichische Nachrichtenagentur APA erwirtschaftete 2017 einen Umsatz von 76,35 Mio. €, so das Unternehmen in einer Aussendung.

Das entspricht einem Wachstum von 0,5 Prozent zu Vorjahr. Das operative Ergebnis (EBIT) lag bei 1,90 Mio. € und damit – bereinigt um den Sondereffekt aus dem vorjährigen Verkauf von zehn Prozent der Anteile an der Schweizer Keystone AG – stabil auf dem Vorjahresniveau. Das Konzernergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug 1,65 Mio. €. Ende 2017 waren 576 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der APA-Gruppe vollbeschäftigt.

## Führung verlängert

Nach einstimmigem Beschluss der Eigentümerversammlung wurden auch die Funktionsperioden von Clemens Pig, Vorsitzender der Geschäftsführung und geschäftsführender Vorstand, und Karin Thiller, Geschäftsführerin der APA, bis Mitte 2022 verlängert.

medianet nahm die Präsentation der Kennziffern zum Anlass und bat Clemens Pig zu einem Gespräch.

Gefragt danach, wo die zentrale Herausforderung für ein Unternehmen in der heutigen Zeit liege, meint Pig: „Es geht darum, eine gute Balance herzustellen zwischen einem stabilen Ergebnis und Wachstum auf der einen Seite und andererseits auch die Erfüllung des genossenschaftli-

chen Grundauftrags, laufend Innovationen an der Schnittstelle zwischen Inhalten und Technologie zu ermöglichen.“

Stabile Ergebnisse seien deshalb wichtig, so Pig, „weil unser Grundkonzept noch immer ‚redaktionelle Stärke durch wirtschaftliche Unabhängigkeit‘ lautet. Wir wollen uns aus eigener Kraft und eigenem Antrieb selbst finanzieren.“

Darüber hinaus interpretiere man, so Pig, den „Membervalue weit über das Bereitstellen des Basisdienstes hinaus. Das betrifft insbesondere neue Technologien und Smart Services, aber auch auf der finanziellen Seite etwa eine Dividende ausschütten zu können.“

Dies sei, so der APA-Geschäftsführer, nach 2016 auch in 2017 sehr zufriedenstellend gelungen.

## Smart Services forcieren

Auf der Inhaltseite sei man sehr gut aufgestellt. Nun gehe es darum, Formate wie Blog oder Live-Video bzw. -Streaming zu antizipieren und insbesondere beim Thema Smart Services den Verlagen und Medien Tools zur Verfügung zu stellen, damit diese ihren Content bestmöglich „produzieren, ausliefern und kapitalisieren“ können. Und zwar medienübergreifend für die gesamte Branche.

Genau hier sieht Pig ein Umdenken, wie auch bei der kürzlich stattgefundenen Medienenquete deutlich sichtbar geworden ist, dass angesichts internationaler bis globaler Entwicklungen wie die Präsenz neuer Plattformen, neuer Player und damit neuer Geschäftsmodelle die Notwendigkeit, Dinge gemeinsam zu

tun, immer dringlicher werde. Ein Thema, wo man bei der APA als viertältester Nachrichtenagentur der Welt und damit wohl tatsächlich der ältesten noch bestehenden Medienallianz in Österreich sowohl für Mitglieder als auch Nicht-Mitglieder etliche Anknüpfungspunkte sieht.

Diesem Leitgedanken folgend, seien ja bereits Produkte wie der Austria-Kiosk oder auch die Austria-Videoplattform entstanden, und nun bereite man mit MediaKey gerade einen weiteren Service für die Branche vor, bei dem man das ebenfalls dringliche Thema „ein gemeinsames Login“ für verschiedene Medienangebote angehe. User erhalten dabei mit nur einem Usernamen und einem Passwort Zugang zu den Inhalten aller an Austria Video MediaKey teilnehmenden Verlage.

Dabei kann man als User bereits bestehende Logins integrieren oder sich einmal neu bei MediaKey registrieren. Für die Verlage hat das Tool den Vorteil, dass man die eigenen, individuellen Pay-Modelle, wie diese auch immer gestaltet seien, in MediaKey integrieren könne; bis zum Herbst werde man das fertige Produkt in den Markt bringen, so Pig.

Der APA-Geschäftsführer kann sich dabei sogar vorstellen, in einer zweiten Stufe das Tool an sich auch für andere Zwecke dem Markt anzubieten, etwa beim Thema eCommerce. „Jetzt ist es aber wichtig, dass es mit der APA einen Anbieter gibt, der entlang der Anforderungen der Medien dementsprechende Tools zur Verfügung stellt und integriert. Wir verstehen uns hier klar als Dienstleister“, so Pig.

## Raum für Themen geben

Abseits dieser Aktivitäten hat die APA bereits in 2017 ein weiteres Bedürfnis der Branche erkannt und mit dem APA-Pressezentrum, welches alle modernen Anforderungen einer Location für Presseevents erfüllt – inklusive sämtlicher APA-Leistungen wie Verbreitung Text, Bild- oder Videoproduktion, Medienbeobachtung –, buchstäblich einen Raum für Themen geschaffen.

„In einer zunehmend digitalisierten Welt sind wir fest davon überzeugt, dass es auch physische Räume für den Dialog benötigt“, so Pig über einen wesentlichen Vorteil des APA-Pressezentrums zur virtuellen Welt.

Hier brauche sich der Kunde nur auf die von ihm zu kommunizierende Botschaft kon-

„  
*Über Technologie-  
fokussierte Leistungen werden neue  
Wachstumsfelder  
über Österreichs  
Grenzen hinaus im  
deutschsprachigen  
Medien- und  
Kommunikations-  
markt erschlossen.*

Clemens Pig  
APA-Geschäftsführer