

DuMont übergibt Hamburger Morgenpost Medien an Arist von Harpe

Hamburg, 6. Februar 2020. Nach umfangreicher Marktsondierung verkauft DuMont die Hamburger Morgenpost Medien an Arist von Harpe. Der Wirtschaftsingenieur und Digitalmanager will das Traditionsmedium Hamburger Morgenpost neu aufstellen und ihm eine langfristige Perspektive geben. Im Zuge der Neuausrichtung des Geschäftsfelds Regionalmedien wird sich DuMont damit in Zukunft auf den Kernmarkt Rheinland/Köln konzentrieren. Nach dem Verkauf des Berliner Verlags und der Mediengruppe Mitteldeutsche Zeitung schließt DuMont mit diesem Schritt den Prüfprozess seines Geschäftsfelds Regionalmedien ab. Das Unternehmen wird seine verlegerischen Aktivitäten in diesem Geschäftsfeld künftig vor allem auf die Marken Kölner Stadt-Anzeiger und EXPRESS fokussieren.

DuMont war bei der Hamburger Morgenpost, Deutschlands ältester Boulevardzeitung, im Jahr 2009 eingestiegen. In den folgenden Jahren investierte das Unternehmen intensiv in den Aufbau neuer Geschäftsfelder und Angebote rund um den Hamburger Boulevard-Titel sowie in den systematischen Ausbau der News-Plattform mopo.de. Mit einer Reichweite von insgesamt rund 25 Millionen Visits hat sich mopo.de zum Marktführer der regionalen Nachrichtenseiten in Norddeutschland entwickelt.

Der Verkauf an Arist von Harpe umfasst im Einzelnen die Hamburger Morgenpost, mopo.de, den Medienvermarkter Hamburg First Medien & Marketing GmbH, die Corporate Publishing Agentur DuMont Media inklusive der Mixed-Reality-Erlebniswelt Discovery Dock im Hamburger Hafen sowie die Beteiligung an Radio Hamburg. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Arist von Harpe kommentiert seine Entscheidung: „Die MOPO ist immer eine der zentralen Medienmarken dieser Stadt gewesen – mit einer klaren Identität und Haltung. Die MOPO gehört zu Hamburg wie der Kiez, der Fischmarkt oder die Beginner. Ich glaube fest an das Potenzial der Marke und möchte den Fokus auf echten Lokaljournalismus weiter schärfen und damit die Hamburger noch mehr begeistern. Das Ziel: eine tief in der Stadt verankerte und nachhaltig erfolgreiche MOPO – und das auf allen Kanälen.“

Pressemitteilung

„Wir haben immer betont, dass wir auch für Hamburg die bestmögliche Zukunftsoption erarbeiten werden, und uns war wichtig, den Hamburger Morgenpost Medien mit all ihren Angeboten eine Perspektive zu geben. Hierfür hat Arist von Harpe aus unserer Sicht das erfolgversprechendste Konzept präsentiert“, sagt Isabella Neven DuMont, Aufsichtsratsvorsitzende von DuMont.

DuMont fokussiert verlegerische Aktivitäten zukünftig auf Köln

Der Verkauf der Hamburger Morgenpost Medien ist der abschließende Schritt der Portfolio-Überprüfung von DuMont im Geschäftsfeld Regionalmedien. CEO Christoph Bauer erläutert: „DuMont wird die Diversifikation mit den drei Geschäftsfeldern Regionalmedien, Business Information und Marketing Technology systematisch fortsetzen. In den Geschäftsfeldern Business Information und Marketing Technology werden wir die bestehenden Geschäftsbereiche weiter ausbauen. Das Geschäftsfeld Regionalmedien werden wir rund um unsere Aktivitäten in Köln weiterentwickeln. Die zukünftige Ausrichtung von DuMont und seinen Geschäftsfeldern werden wir nach Abschluss der laufenden Transaktionen im April vorstellen.“

„Unsere Portfolio-Überprüfung war ein wichtiger Schritt, um die nächste Phase der Unternehmensentwicklung einzuleiten und das Geschäftsfeld Regionalmedien neu auszurichten“, so Isabella Neven DuMont, „Wir haben uns sehr bewusst dazu entschlossen, unser verlegerisches Engagement im Rheinland mit unseren starken Marken Kölner Stadt-Anzeiger und EXPRESS weiterzuentwickeln. Dabei werden wir die publizistische Rolle des Kölner Stadt-Anzeigers im Rheinland und die Position des EXPRESS als deutschlandweit reichweitenstärkstes regionales News-Portal weiter ausbauen und die Digitalisierung beider Angebote gezielt forcieren.“

Kontakt:

DuMont Unternehmenskommunikation, Jacqueline Schneider
kommunikation@dumont.de; +49221-224 2757
Amsterdamer Straße 192, 50735 Köln
www.dumont.de

Über DuMont

DuMont hat sich heute mit den drei Geschäftsfeldern Regionalmedien, Business Information und Marketing Technology als digitales Medien- und Technologieunternehmen aufgestellt. DuMont investiert in Inhalte, Daten und Technologie mit dem Ziel, mit seinen Marken die Menschen gezielt anzusprechen. Weltweit und gleichzeitig lokal. Maßgeschneidert für jeden Einzelnen. Weitere Informationen finden Sie unter www.dumont.de

Über Arist von Harpe

Arist von Harpe ist gebürtiger Düsseldorfer und lebt seit 1999 in Hamburg. Er hat in Hamburg und Göteborg Wirtschaftsingenieurwesen studiert. Nach längeren Stationen als Berater und Start-up-Geschäftsführer hat er die letzten zwei Jahre das Werbegeschäft der NEW WORK SE (vormals XING) weiterentwickelt.