

Lufthansa und Ryanair sind in 20.000 Fällen Rückerstattungen schuldig, Wird Home Office bald der Normalzustand?, Spotify- Aktie: Podcasts sorgen für Aufschwung

Lufthansa und Ryanair sind in 20.000 Fällen Rückerstattungen schuldig

Bei gebuchten Flüge, die Corona-bedingt ausfallen, dürfen Passagiere wählen, ob sie einen Gutschein erhalten möchten oder den Betrag zurückerstattet bekommen möchten. Das ist so verankert in den EU-Fluggastrechten. Entscheiden sich die Passagiere für eine Rückerstattung, muss der Betrag binnen sieben zurück gezahlt werden.

Flightright klagt nun gegen die Lufthansa und die irische Billig-Airline Ryanair. Der Dienstleister zur Durchsetzung von Flugrechten hat nach eigenen Angaben 20.000 Fälle vorliegen, in denen Kunden eine Erstattung der Flugkosten zusteht, diese aber nicht erfolgt ist. Es geht um Rückzahlungen von mehr als 20 Millionen Euro.

„Kaum eine Fluggesellschaft verhält sich derzeit gesetzestreu und zahlt den Fluggästen den Ticketpreis zurück. Wenn die Airlines weiterhin auf stur schalten, werden wir daher in den

nächsten Tagen und Wochen tausende weitere Klagen für unsere Kunden einreichen“, sagt Rechtsfachmann Oskar de Felice von Flightright gegenüber der [FAZ](#).

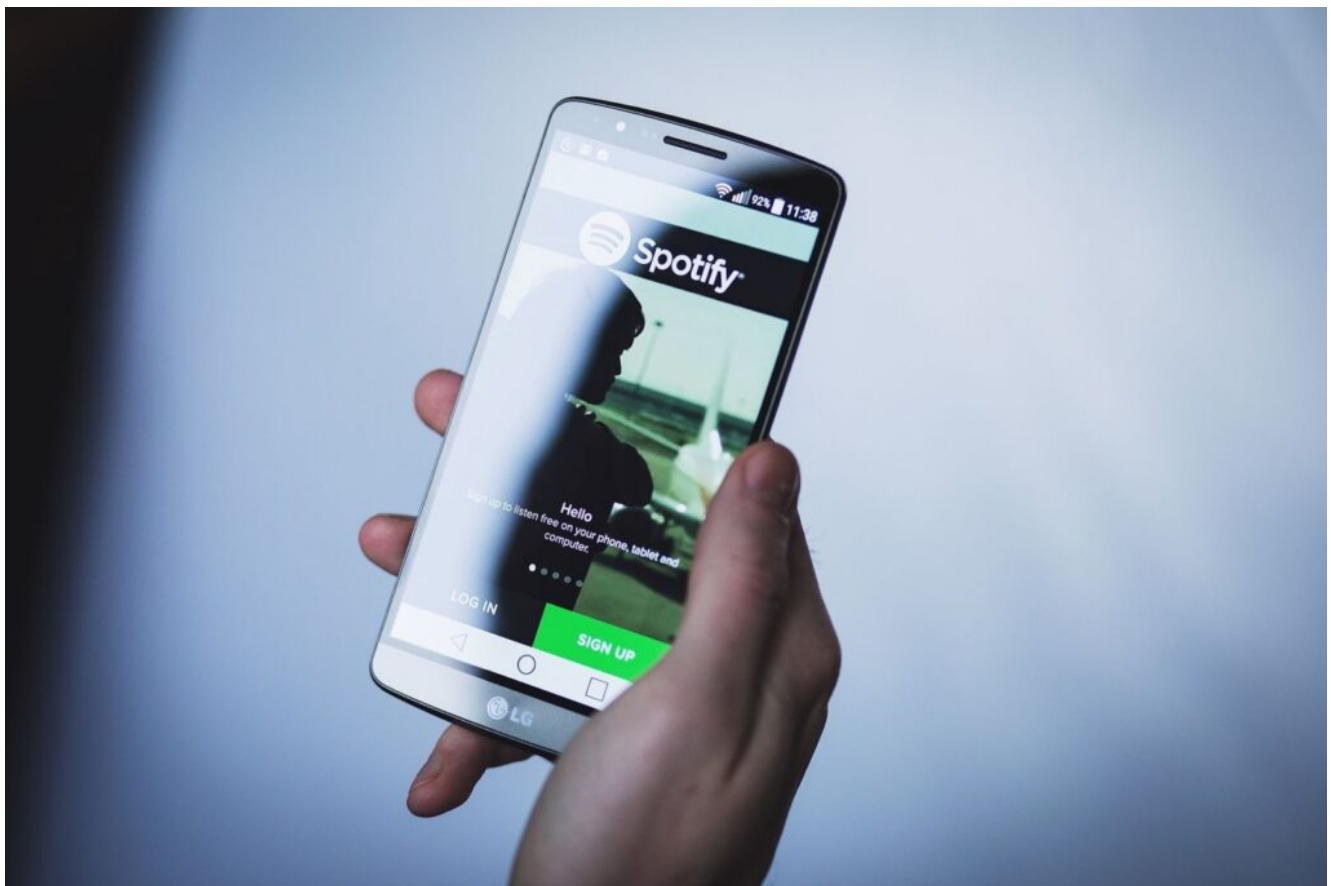


Wird Home Office bald der Normalzustand?

Twitter zumindest sieht das so, wenn die Aufgaben es zulassen. Der Konzern stellt es seinen Angestellten frei, ob sie nach der Corona-Krise in das Büro zurückkommen oder weiterhin von zu Hause aus arbeiten. Entscheiden sie sich für das Home Office, zahlt das Unternehmen einen Zuschuss. „Wenn unsere Beschäftigten in einer Rolle und Lage sind, die es ihnen erlauben, von zu Hause aus zu arbeiten, und sie für immer damit weitermachen wollen, werden wir das möglich machen“, erklärte der Kurznachrichtendienst ([Spiegel](#)).

Facebook-Chef Marc Zuckerberg geht nicht ganz so weit, ist aber auch der Überzeugung, dass die Corona-Pandemie einen

langfristigen Wandel zum Home Office angestoßen hat. Er schätzt, dass in zehn Jahren jeder zweite Facebook-Mitarbeiter von zu Hause aus arbeiten wird. „Einige Leute dachten, dass alles auseinanderfallen wird – aber das passierte nicht“, so Zuckerberg in einem Gespräch mit „The Verge“, auf das sich die [FAZ](#) bezieht. Das Arbeiten im Home Office habe sich effizienter erwiesen als erwartet.



Spotify-Aktie: Podcasts sorgen für Aufschwung

Daumen hoch für die Spotify-Aktie, sagt zumindest die [Wirtschaftswoche](#). In ihrem Musterdepot schnitt die Aktie des schwedischen Musikstreamingangebieters gut ab. So seien die Quartalszahlen positiv zu bewerten: Die Nutzerzahlen stiegen auf 286 Millionen. Gleichzeitig verbesserte sich das Verhältnis von Einnahmen zu Ausgaben. Die hohen Lizenzgebühren, die die Schweden den Musikrechteinhabern zahlen müssen, seien mit einer Erweiterung des Podcast-

Geschäfts, in dem diese Gebühren nicht anfallen, abgedeckt worden.

Spotify hat angekündigt, rund 30 weitere populäre Podcasts rund um Sport, Politik und Technik zu übernehmen. Bislang zählt das Unternehmen 78 „Podcast-Originals“. Insbesondere der Kauf des 2009 gestarteten Podcasts „The Joe Rogan Experience“ – der im Schnitt von 190 Millionen Menschen heruntergeladen wird – sorgte für einen Aufschwung der Spotify-Aktie von über 8 Prozent. „The Joe Rogan Experience“ wird nur noch bis September über alle üblichen Plattformen zugänglich sein, danach ausschließlich über Spotify.

Auch [Der Aktionär](#) erkennt die positive Entwicklung an, sieht ein derzeitiges Einsteigen aber skeptisch: „Die neuen Partnerschaften und bisherigen Erfolge im Podcast-Business stimmen zuversichtlich. Fakt ist allerdings: Das Unternehmen macht nach wie vor Verluste. Für langfristig orientierte Anleger drängt sich derzeit kein Einstieg auf. Momentum-Trader können kurzfristig auf weiter steigende Kurse setzen, sollten sich jedoch mit einem Stoppkurs bei 142 Euro absichern.“

Tatsächlich lief es für Spotify zuletzt bei den Werbeeinnahmen nicht gut. Hier brachen die Erlöse Corona-bedingt weg, sodass der Jahresumsatz insgesamt leicht nach unten korrigiert wurde. Ein Trost sei, dass über 90 Prozent des Umsatzes aus werbefreien Abonnements kommen.