

Nachrichtenagenturen

Herkunft der Information und Bilder in Nachrichtensendungen

Nachrichtensendungen im Fernsehen erhalten ihr Material aus verschiedenen Quellen. ARD und ZDF haben eine günstige Ausgangsposition: Sie beziehen es von ihren Inlands- und Auslandskorrespondenten. Daneben sind sie seit 1961 an den Nachrichtenaustausch innerhalb der Eurovision angeschlossen und beziehen Bilder von den zwei großen internationalen Bildagenturen Reuters TV und AP-TV. Die privaten Programmanbieter haben kaum eigene Korrespondenten, sie müssen daher die meisten Bilder auf dem Nachrichtenmarkt kaufen. Seit Ende der achtziger Jahre sind sie ebenfalls am Austausch der Eurovision beteiligt. Der tägliche Bildausstoß bei der Eurovision umfasst 12 Überspielertermine, bei aktuellen Anlässen erweitert um „Newsflashes“. Jährlich werden bis zu 25.000 Nachrichtenfilme ausgetauscht (Stand: 2002).

Untersuchungen über den Umfang von eigenen oder angekauften Fernsehbildern und deren Quellen gibt es kaum. Umso wichtiger ist also die Glaubwürdigkeit der Quellen. Der Skandal um gefälschte Bildberichte für „stern-tv“, die der freie Bildproduzent Michael Born in den neunziger Jahren ablieferte, führte zu einem Prozess gegen den Fälscher. In den Redaktionen erhöhte der Skandal die Aufmerksamkeit für Bildquellen nur zeitweise. So musste N24 im Jahr 2000 zugeben, dass als eigene Bilder aus Tschetschenien ausgegebene Berichte in Wirklichkeit gekaufte waren. Eine weitere Unschärfe im Nachrichtengeschäft ist, dass z. B. CNN über die eigene Firma „CNN News Source“ auch zum Nachrichtenlieferanten wird: Das Bildmonopol aus Bagdad während des Golfkrieges erbrachte hier einen großen Gewinn.

Die ARD zahlte als Eintrittsgebühr zu „News Source“ 50.000 Dollar, für jede weitere Satellitenübertragung 5.000 Dollar (Baum 1994). Nur so bekam das deutsche Publikum die Bilder vom Raketenbeschuss auf Bagdad zu sehen.

Der Nachrichtengehalt wird über den Bezug von Basisdiensten weiterer Nachrichtenagenturen gesichert, Quellen, die auch Presse und Radio beziehen. Ebenso werden die Agenturdienste inzwischen auch für die Ausstattung der Internetseiten der Programmanbieter, der Online-Ausgaben anderer Medien und der Startseiten von Suchmaschinen und von Internetportalen mit Nachrichten genutzt. Da die Agenturen zum Teil ihre Datenbanken auch für Nicht-Kunden zugänglich machen, finden Agenturnachrichten auch ohne dazwischengeschaltete Medien zunehmend den direkten Weg zu interessierten Rezipienten.

Im Wettbewerb um die schnellsten und zuverlässigsten Nachrichten stehen die Agenturen ganz vorne. So meldete Reuters am 9.11.1989 als erste die Öffnung der Berliner Mauer; schon am 13.8.1961 hatte Reuters die Nachricht vom Beginn des Mauerbaus als erste weltweit über den Ticker veröffentlicht.

Die wichtigsten Nachrichtenagenturen in Deutschland

Seit Anfang der achtziger Jahre gibt es über 180 Nachrichtenagenturen in 125 Ländern. Davon versorgen die meisten nur den Pressemarkt eines einzelnen Landes. Kategorisiert werden zwischen diesen Nationalagenturen und den großen Weltagenturen (v. a. AFP, AP und REUTERS) sogenannte internationale Agenturen mit relativ großem Korrespondentennetz und relativ großer Verbreitung eines mehrsprachigen Angebotes. Hierzu zählt u. a. die Deutsche Presse Agentur (DPA).

Neben der DPA gibt es aus historischen Gründen in Deutschland besonders viele Agenturen: Nach dem Zweiten Weltkrieg fassten die Weltagenturen der alliierten Siegermächte Fuß und bieten seitdem spezielle Dienste in deutscher Sprache an.

DPA – Deutsche Presse-Agentur

Der Marktführer in Deutschland: In ihrem Heimatland beliefert die DPA fast alle Zeitungen, Fernseh- und Radiosender. Mit ihrem weltweiten Korrespondentennetz und dem mehrsprachigen Angebot zählt die DPA jedoch auch zu den international am häufigsten genutzten Agenturquellen. Entstanden ist sie 1949 aus drei Westzonen-Agenturen, orientiert am Modell der AP. Die 200 Gesellschafter der genossenschaftlichen Organisation sind alle Medienunternehmen.

Sitz der DPA-Zentrale ist Hamburg, in Berlin arbeitet die Redaktion für inländische Politik, in Frankfurt die Bildzentrale. Neben einem Basisdienst, der eine universelle Berichterstattung aus dem In- und Ausland umfasst, werden regionale Nachrichten von Landesbüros herausgegeben. Ebenso gehören Bilder-, Grafik-, Audio- und Videodienste, sowie multimediale Programmbausteine für Internet- und Mobilfunkanbieter und eine Nachrichtendatenbank zum Portfolio.

<https://www.dpa.com/de/>

ddp – Deutscher Depeschendienst (2010 bis 2013 DAPD)

DDP wurde 1971 von Journalisten und Mitarbeitern des eingestellten deutschen UPI-Dienstes (United Press Agency) gegründet. 1992 übernahm DDP die ehemalige DDR-Staatsagentur ADN – Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst. Nach Jahren der Insolvenz und der Zugehörigkeit zu einer Beteiligungsgesellschaft ist DDP seit 2009 in Privatbesitz. Im selben Jahr übernahm DDP den Deutschen AP-Dienst (siehe AP).

Nachrichten aus dem In- und Ausland werden von der Zentralredaktion in Berlin und den Regionalbüros in allen Bundesländern geliefert. Der Basisdienst wird ergänzt u. a. von einem Angebot an Bildern, Infografiken, sendefertigen „Radio-Packages“, druckfertigen Seiten für Tageszeitungen und „Webcontent“. In Kooperation mit der US-amerikanischen Wirtschaftsagentur Dow Jones Newswires produziert DDP die Wirtschaftsnachrichten ddp.djn.

<http://www.ddp.de/>

AP – Associated Press

AP wurde 1848 von New Yorker Zeitungsverlegern als Genossenschaft gegründet und ist nach wie vor eine Non-Profit-Organisation im Besitz von inzwischen ca. 1.500 US-Tageszeitungen. Während AFP als die Agentur mit dem dichtesten Korrespondentennetz gilt, behauptet AP, die meisten Medienkunden zu haben: allein in den USA 5000 Radio- und Fernsehsender sowie 1700 Printmedien. Geliefert werden neben mehrsprachigen Nachrichtentexten Fotos, Radio- und Videodienste sowie Grafiken.

<https://apnews.com>

AFP – Agence France-Presse

AFP ist die Nachfolgerin der 1835 in Paris gegründeten Agence Havas. Obwohl Regierungseinfluss u. a. durch Aufsichtsrechte auf die Agentur mit dem Status einer de jure unabhängigen öffentlich-rechtlichen Körperschaft besteht, gilt AFP als objektiv und verlässlich. Die globale Nachrichtenagentur unterhält Büros in 165 Ländern der Erde. Mit 2000 festen und ebenso vielen freien Mitarbeitern verfügt AFP über eines der dichtesten Korrespondentennetze weltweit. Neben Textdiensten in 6 Sprachen gehören Foto-, Video- und Infografikdienste sowie integrierte Multimedia-News Pakete für Online-Medien und eine Nachrichtendatenbank zum Angebot. Vom deutschen AFP-Dienst in Berlin werden deutsche Inlands- und Wirtschaftsnews, Infografiken sowie Video-Nachrichten und Multimedia-Angebote für Online-Medien produziert.

<https://www.afp.com/de>

Reuters

Reuters wurde 1851 in London gegründet und ist seit 1984 eine Aktiengesellschaft, deren Mehrheit seit 2008 die kanadische Mediengruppe Thomson innehat. Seit der Fusion ist die Agentur Weltmarktführer auf dem Markt für Finanzdaten. Die Mediendienste machen nur noch 10 Prozent am Gesamtumsatz aus. Gemessen am Umsatz ist Reuters die größte Agentur der Welt. Angeboten werden für verschiedene Länder und Regionen mehrsprachige Textdienste sowie Bilder, Videos und Online-Dienste und eine Vielzahl an Spezialdiensten. Der Schwerpunkt des deutschen Dienstes liegt auf Wirtschaftsmeldungen und der Auslandsberichterstattung, der Dienst wird in Berlin und Frankfurt redigiert.

Unter <https://de.reuters.com/> sind die Top-Nachrichten des Tages sowie Börsenkurse und Meldungen aus dem Ausland für alle Nutzer frei zugänglich.

<https://de.reuters.com/>

Neben diesen Universalagenturen bieten u. a. Spezialagenturen für Sport (<https://sid.de/>), für Wirtschaft (VWD), der Evangelische Pressedienst (www.epd.de) oder die Katholische Nachrichtenagentur (www.kna.de) ihre Dienste an. Darüber hinaus ist auf dem Nachrichtenmarkt eine große Zahl an Bildagenturen und Spezialarchiven tätig.

Quellen

www.agenturjournalismus.de (offline) – alles über Nachrichtenagenturen. Die Daten beruhen allerdings auf eigenen Angaben der Agenturen und sind deshalb nur bedingt vergleichbar.

Noelle-Neumann, Elisabeth / Schulz, Winfried / Wilke, Jürgen (Hrsg.) 2009: Das Fischer-Lexikon Publizistik, Massenkommunikation. – Aktualisierte, vollst. überarb. und erg. Auflage. Frankfurt/M.: Fischer Taschenbuchverlag, S. 372 ff.

weitere Informationen

<http://www.die-nachrichtenagenturen.de/>

Nachrichtenagenturen: „Dieser Wust an Informationen“, in: Schäfer, Sabine: Die Welt in 15 Minuten. Zum journalistischen Herstellungsprozess der Tagesschau. Konstanz: UVK 2007.

Hengstenberg, Michail (2017): Wie wir mit Agenturmaterial arbeiten.

<https://www.spiegel.de/extra/dpa-ap-und-co-wie-wir-mit-nachrichtenagenturen-arbeiten-a-1162092.html>