

Nachrichten- und Presseagenturen

Grundlegendes

Informationen von Nachrichtenagenturen gehören zum Kernbestand journalistischer Berichterstattung. Um umfassend und aktuell informieren zu können, ohne auf der ganzen Welt oder an jedem Ort in Deutschland eigene Korrespondent_innen einsetzen zu müssen, nehmen Redaktionen die Dienste von Agenturen in Anspruch.

Inhaltliche Ausrichtung

Agenturen sind auf allgemeine Tagesereignisse oder auf Wirtschaftsnachrichten, Sportnachrichten, politische Nachrichten, kirchliche Nachrichten oder wissenschaftliche Nachrichten spezialisiert und bieten journalistisch aufbereitete, neutral gehaltene Informationen mit ihrem Pool an freien und angestellten Journalist_innen gegen Honorar an. Die Informationen können wortwörtlich oder auch redaktionell weiterverarbeitet verbreitet werden.

Situation in Deutschland

Während in Europa meistens ein oder zwei Agenturen pro Land konkurrieren, gibt es auf dem deutschen Markt mehrere Anbieter. Neben der deutschen Vollagentur dpa (Deutsche Presse-Agentur) bieten auch die deutschen Dienste von internationalen Agenturen (wie Thomson Reuters oder AFP) ihre Nachrichten an. Ergänzt wird das Angebot durch Spezialagenturen, z.B. für Sport oder Religion (sid, epd oder KNA).

Vorteile und Nachteile

Die Vorteile des Zugriffs auf eine Nachrichtenagentur sind Aktualität, Universalität und die schnelle Lieferung von Berichten über aktuelle Ereignisse. Ein Nachteil ist, dass durch die Prioritätensetzungen der Agentur Meldungen untergehen und andere hervorgehoben werden oder ggf. bestimmte Sachverhalte einseitig dargestellt werden können. Agenturen sind sogenannte Gatekeeper, die als Nachrichtengroßhändler darüber entscheiden, welche Nachrichten relevant sind, um bearbeitet und weitergeleitet zu werden, und welche Ereignisse mitteilenswert sind und welche nicht.

Gestaltung von Agenturmeldungen

Auch in Fernsehredaktionen kommen die Meldungen der Agenturen in der Regel in Textform an. Der erste Satz ist der „Lead“. Er soll zum Weiterlesen anregen, den Inhalt des Themas in maximal 30 Wörtern präzise wiedergeben und im Perfekt stehen. Eine Nachricht sollte nicht mehr als 700 Zeichen umfassen, eine Reportage zwischen 4.000 und 5.000 Zeichen.

Dringlichkeitsstufen von Meldungen

- **Blitzmeldung** – wird selten und nur für außerordentliche Ereignisse (Beginn eines Krieges, Tod sehr wichtiger Persönlichkeiten etc.) verwendet.
- **Eilmeldung** – für außerordentliche politische Entscheidungen oder Ereignisse, aber auch Naturkatastrophen und für Korrekturmeldungen, wenn zuvor falsche

Informationen übermittelt wurden (diese wird zumeist zweimal gesendet, damit sie nicht von den Redakteur_innen übersehen wird und die Falschmeldung letztendlich in der Publikation doch erscheint).

- **Schnellmeldung** – eine knappe und präzise formulierte Meldung mit der dritten Prioritätsstufe.

Typische Angebote einer Nachrichtenagentur

- **Basisdienst Textnachrichten-Feed** – rund 600 aktuelle Nachrichten im Basisdienst produziert die dpa pro Tag.
- **E-Mail Newsletter** – manche Agenturen unterrichten ihre Interessenten täglich, andere wöchentlich oder auch in unregelmäßigem Turnus. Diese Informationen können kostenlos oder kostenpflichtig sein.
- **Video-Dienste und News-Apps** – Digitalisierung und Internet verändern die Rolle der Nachrichtenagenturen vom klassischen Nachrichten-Lieferanten zum Anbieter neuer digitaler Produkte und auch Full Service-Dienstleister. Die dpa stellt seinen Kund_innen etwa 80 Videos pro Monat zur Verfügung, .
- **Fotos** – die dpa bietet ihren Kund_innen nach eigenen Angaben täglich zwischen 600 und 800 Fotos an.
- **Newsrooms mit multimedialen Inhalten und Web 2.0-basierten Features** – Nachrichtenagenturen sind heute mehr und mehr Beratungshäuser für die technische und crossmediale Integration von Nachrichten. Die ursprüngliche Sender-Empfänger-Beziehung zwischen Agentur und Kunde hat sich zu einer Dialog-Beziehung gewandelt. Agentur und Kunden bilden *virtuelle Redaktionsgemeinschaften*.