

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einführung</b> . . . . .	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Global, international, national</b> . . . . .	<b>15</b>
2.1	Globale Agenturen . . . . .	17
2.2	Internationale Agenturen . . . . .	23
2.3	Nationale Agenturen . . . . .	27
2.4	Staatsagenturen . . . . .	34
<b>3</b>	<b>Nachrichtenagenturen in Deutschland</b> . . . . .	<b>39</b>
3.1	Komplettanbieter . . . . .	43
3.2	Anbieter mit internationalem und nationalem Material . . . . .	45
3.3	Anbieter mit nationalem Material . . . . .	50
3.4	Spezialisten . . . . .	53
3.5	Netzwerke . . . . .	58
<b>4</b>	<b>Leistungen der Agenturen</b> . . . . .	<b>61</b>
4.1	Die Kerndienste . . . . .	62
4.2	Ergänzende Angebote . . . . .	72
4.3	Stärken und Schwächen . . . . .	80
<b>5</b>	<b>Agenturmärkte</b> . . . . .	<b>83</b>
5.1	Der Zeitungsmarkt als klassischer Stamm-Markt . . . . .	85
5.2	Der Rundfunkmarkt . . . . .	94
5.3	Der Internetmarkt . . . . .	95
5.4	Nichtmedienmärkte . . . . .	100

<b>6</b>	<b>Nutzung von Nachrichtenagenturen</b>	107
6.1	Printmedien	109
6.2	Sonstige Nutzer	110
<b>7</b>	<b>Qualität</b>	115
7.1	Vollständigkeit	116
7.2	Die Qualität der Quantität	117
7.3	Objektivität, Unabhängigkeit, Ethik	122
7.4	Fragwürdige Schnelligkeit	126
7.5	Sprache	127
7.6	Qualitätskontrolle als Daueraufgabe	130
7.7	Qualität kostet	132
7.8	Spektakuläre Fehlleistungen	133
7.9	Newsroom und Newsdesk	138
<b>8</b>	<b>Eigentumsverhältnisse</b>	141
8.1	Genossenschaftliches Prinzip	142
8.2	Aktiengesellschaft	145
8.3	Öffentlich-rechtliches Konstrukt	145
8.4	Sonstige Modelle	147
<b>9</b>	<b>Tochterunternehmen</b>	149
9.1	Tochterunternehmen der dpa	149
9.2	Tochterunternehmen anderer Nachrichtenagenturen in Deutschland	153
<b>10</b>	<b>Finanzierung von Nachrichtenagenturen</b>	155
10.1	Preispolitik	156
10.2	Preisflexibilität und Preistransparenz	160
10.3	Produktportionierung	162
10.4	Erlösstrukturen	164
<b>11</b>	<b>Wirtschaftliche Ergebnisse</b>	169
<b>12</b>	<b>Wettbewerb von Agenturen</b>	173
<b>13</b>	<b>Kooperationen</b>	177
13.1	Weltweit	178
13.2	In Europa	180

---

	Inhalt
13.3 In Deutschland . . . . .	185
13.4 Zusammenarbeit in Verbänden . . . . .	187
13.5 Sonstige Zusammenarbeit . . . . .	191
<b>14 Technik . . . . .</b>	<b>193</b>
<b>15 Zukunft von Nachrichtenagenturen . . . . .</b>	<b>201</b>
15.1 Aktuelle Probleme nichtstaatlicher Nachrichtenagenturen . . . . .	202
15.2 Zukunftschancen umstritten . . . . .	209
15.3 Kostenoptimierung begrenzt . . . . .	217
<b>16 Ausblick . . . . .</b>	<b>223</b>
Literatur . . . . .	225
Register . . . . .	229