



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Diplomarbeit

*Chancen und Risiken der Einführung eines
Bilderschließungs - Services bei "news aktuell":
Eine Machbarkeitsstudie*

vorgelegt von
Julia Feix
am 26. Januar 2007

im Auftrag des Prüfungsausschusses

1. Prüfer: Prof. Ulrike Spree
2. Prüfer: Jutta Lindenthal

INHALTSVERZEICHNIS

I.	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	III
II.	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	IV
III.	TABELLENVERZEICHNIS	V
1.	Einleitung	1
1.1	Ausgangslage.....	2
1.2	Fragestellung.....	2
1.3	Zielsetzung	2
1.4	Methodisches Vorgehen.....	3
2.	Einführung in das Themengebiet	5
2.1	Vorstellung der Firma	5
2.1.1	Dienstleistungen von „news aktuell“	6
2.2	Vorstellung des Originalbildservices (obs)	7
2.2.1	dpa-Bildfunk / Satellit.....	7
2.2.2	Bilddatenbanken.....	7
2.2.3	Presseportal	8
2.2.4	Preise	8
2.3	Der neue Bilderschließungs-Service	9
2.4	Besonderheiten im Bereich der PR-Fotographie.....	10
2.4.1	Die „mediengerechte“ Aufmachung der Bilder	12
3.	Ist-Analyse	14
3.1	Darstellung des Ist-Zustandes.....	14
3.1.1	Auftrag für eine „obs-Verbreitung“	14
3.1.2	Bilddoptimierung.....	17
3.1.3	Bilderschließung.....	17
3.1.4	Bildverbreitung	25
3.2	Zusammenfassung.....	28
4.	Marktüberblick.....	32
4.1	Firmenangebote	33
4.1.1	DOKFÜNF	33
4.1.2	ARCUS	35
4.2	Freiberufliche Dienstleistungs-Anbieter.....	36
4.2.1	DIE AGENTURPROFIS	37
4.2.2	Anzeige für private Bildarchivierung.....	37
4.3	Bildagenturen	40

4.3.1	Picture Press	40
4.3.2	Mediacolors	42
4.3.3	artur Architekturbilder	43
4.4	Zusammenfassung.....	46
5.	Kundenpotential	49
5.1	Die neue Dienstleistung „obs.Bilddatenbanken“	50
5.1.1	Leistung von „news aktuell“	51
5.1.2	Preise	51
5.2	Pressebilder bei BASF	52
5.2.1	Inhalterschließung in der Bildergalerie	53
5.2.2	Inhalterschließung auf der DVD	54
5.2.3	Möglichkeiten für „news aktuell“	55
5.3	Pressebilder bei „Vodafone“	55
5.3.2	Möglichkeiten für „news aktuell“	57
5.4	Pressebilder bei „Microsoft“	57
5.4.1	Inhalterschließung in der Bilddatenbank	58
5.4.2	Möglichkeiten für „news aktuell“	60
5.5	Zusammenfassung.....	61
6.	Aufwandsschätzung / Ressourcen.....	64
6.1	Zeitaufwand.....	64
6.2	Personal	65
6.3	Ressourcen	66
6.4	Zusammenfassung.....	66
7.	Auswertung und Diskussion der Ergebnisse.....	69
7.1	Stärken / Schwächen-Analyse	69
7.1.1	Bewertung	70
7.2	Chancen / Risiken-Analyse	71
7.2.1	Bewertung	72
7.3	Entscheidung.....	75
7.4	Empfehlung	76
8.	Schlussbetrachtung und Ausblick	78
9.	Literatur-/Quellenverzeichnis.....	80
10.	Anhänge.....	84

I. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	Abbildung
bzw.	beispielsweise
ca.	circa
d. h.	das heißt
dpa	Deutsche Presse-Agentur
engl.	Englisch
Hrsg.	Herausgeber
ITPC	International Press Telecommunications Council
mind.	mindestens
na	„news aktuell“
obs	Originalbildservice
ors	Originalradioservice
ots	Originaltextservice
s.	siehe
s. a.	siehe auch
Tab.	Tabelle
u. a.	unter anderem
usw.	und so weiter
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel

II. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Logo von „news aktuell“	5
Abb. 2: Preisdarstellung für „obs.komplett“	8
Abb. 3: Preisdarstellung für „obs.presseportal“	9
Abb. 4: Preisdarstellung für „obs.International“	9
Abb. 5: Beispiel eines PR-Bildes von Web.de	11
Abb. 6: Auftragsblatt mit den beiden „obs-Versionen“	15
Abb. 7: PR-Foto von der Adam Opel GmbH	18
Abb. 8: Abschnitt – Objektbeschreibung	19
Abb. 9: Abschnitt – Stichwörter	21
Abb. 10: Abschnitt – Kategorien.....	22
Abb. 11: Abschnitt – Bildrechte	23
Abb. 12: Abschnitt – Herkunft	24
Abb. 13: Speicherung des Bildes	25
Abb. 14: obs-Verbreitung mit dem „Storymanager“	26
Abb. 15: Die „obs-Meldung“ aus der Sicht des Empfängers	27
Abb. 16: Workflow einer „obs-Verbreitung“	28
Abb. 17: Beispiel einer Verschlagwortung bei „Picture Press“	41
Abb. 18: Beispiel einer Bildbeschreibung bei „Picture Press“	41
Abb. 19: Hauptkategorien des Mediacolors-Thesaurus	43
Abb. 20: Beispiel einer Bildbeschreibung bei „Mediacolors“	43
Abb. 21: Hauptkategorien des artur-Thesaurus	45
Abb. 22: Beispiel einer Bildbeschreibung bei artur Architekturbilder	45
Abb. 23: Suchmaske in der Bildergalerie bei BASF	52
Abb. 24: Beispiel einer Bildbeschreibung in der Bildergalerie bei BASF ...	53

Abb. 25: Beispiel einer Bildbeschreibung auf der PR-DVD von BASF	54
Abb. 26: Ausschnitt aus dem Bildarchiv von „Vodafone“	56
Abb. 27: Beispiel eines PR-Bildes aus dem Bildarchiv von „Vodafone“	57
Abb. 28: Suchmaske für die Bilddatenbank bei „Microsoft“	58
Abb. 29: Bildbeschreibung aus der Bilddatenbank bei „Microsoft“	59
Abb. 30: ITPC-Nutzung in der Bilddatenbank von „Microsoft“	60

III. TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1: Stärken/Schwächen-Analyse	70
Tab. 2: Chancen/Risiken-Analyse	72

ABSTRACT

Die inhaltliche Bilderschließung als separat buchbare Dienstleistung ist im Medienbereich noch nicht weit verbreitet und könnte eine Marktlücke darstellen.

Im Rahmen einer Machbarkeitsstudie wird die Möglichkeit diskutiert, aus der einheitlichen Inhaltserschließung von Bildern eine entsprechende Dienstleistung zu machen. Die Studie befasst sich insbesondere mit den Chancen und Risiken der möglichen Einführung eines Bilderschließungs-Services bei dem Presse-Dienstleister „news aktuell“ und der Einschätzung ob sich solch ein Service lohnen würde. Dabei ist die Studie in 4 Abschnitte gegliedert: Zunächst kommt es in der Ist-Analyse zu einer Bestandaufnahme des Ist-Zustandes. Danach wird ein Marktüberblick über die Dienstleistungs-Angebote im Bereich der Bilderschließung aufgezeigt. Anschließend wird das Kundenpotential untersucht und eine Aufwandschätzung über den möglichen Ressourcen- und Personalaufwand abgegeben. Abschließend wird auf Grundlage aller Analysen eine Einordnung vorgenommen und eine Entscheidung getroffen.

Als Quellen dienen Fachliteratur, interne Dokumente, Kommunikations-Beläge und Internetressourcen mit hohem Aktualitätsanspruch.

Schlagworte:

Bilderschließung, Bilderschließungs-Service, Inhaltserschließung, Bilderschlagwortung, ITPC, Machbarkeitsstudie, Markterschließung, Produktinnovation

1. Einleitung

Bilder sind mächtige Werkzeuge der Kommunikation: Sie erregen Aufmerksamkeit, beeindrucken den Betrachter, wecken Emotionen und können ohne Umwege ein bestimmtes Image vermitteln. Ferner bieten sie eine nahezu unendliche Informationsvielfalt (vgl. SCHLEICHER 2004, S.58).

Im Zentrum dieser Arbeit steht nun die einheitliche Erschließung von Bildern, die sich auf Grund der speziellen Eigenschaften des Mediums Bild von der Texterschließung deutlich unterscheidet (vgl. LEBRECHT 2004, S.1). Die vorliegende Arbeit diskutiert die Möglichkeit hieraus eine entsprechende Dienstleistung zu machen und befasst sich insbesondere mit den Chancen und Risiken der möglichen Einführung eines Bilderschließungs-Services bei dem Presse-Dienstleister „news aktuell“. Durch die Tätigkeit als Studentische Aushilfskraft in dem Unternehmen konnte die Verfasserin die Weiterentwicklung der Servicepalette im Bildbereich intern verfolgen und beabsichtigt dieses Hintergrundwissen verstärkt in die Arbeit mit einzubringen.

Die vorliegende Arbeit ist auf Grund der Aufgabenstellung sehr praxisorientiert und an die Arbeitsabläufe bzw. Strukturen von „news aktuell“ ausgerichtet und kann sich damit nur schwer auf theoretische Fachliteratur oder Forschungsergebnisse beziehen. Die bearbeitete Thematik der Bilderschließung unter der besonderen Berücksichtigung von nachgelagerten Dienstleistungen muss daher sehr speziell angelegt werden. So sind die benutzten Quellen zumeist interne Dokumente, Kommunikations-Beläge oder aktuelle Internetressourcen.

Im Folgenden wird zunächst die Ausgangslage für diese Arbeit geklärt. Darauf aufbauend wird die angestrebte Zielsetzung formuliert und die unterschiedlichen Methoden diskutiert, mit denen die Ziele erreicht werden sollen.

1.1 Ausgangslage

Als Dienstleister für Pressestellen und PR-Agenturen hat sich die dpa-Tochter „news aktuell“ (s. 2.1) auf die Distribution von PR-Material spezialisiert und verbreitet u. a. Bildmaterial an die Redaktionen in Deutschland und im Ausland. Die via Satellitentechnik verschickten PR-Fotos liegen direkt in den Redaktionssystemen der Medien und in den für Bildredakteure relevanten Datenbanken vor. Hierfür hat „news aktuell“ den Originalbildservice (obs) entwickelt (s. 2.2).

Die vorliegende Machbarkeitsstudie untersucht mögliche Erweiterungen der Produktpalette über die Distributionsdienste hinaus. In Zukunft soll den Kunden möglicherweise ein Bilderschließungs-Service angeboten werden. Die „mediengerechte“ Bilderschließung ist bereits jetzt Bestandteil der Distribution bzw. Verbreitung von Bildern via „obs“. In Zukunft soll dieser Service aber auch separat buchbar sein (s. 2.3).

1.2 Fragestellung

Diese Machbarkeitsstudie befasst sich mit den möglichen Chancen und Risiken der Einführung eines Bilderschließungs-Services für „news aktuell“. Unter der Berücksichtigung der geschilderten Ausgangslage wird es im Wesentlichen um die Fragestellung gehen: „Ist die Einführung eines Bilderschließungs-Services für „news aktuell“ machbar und würde sie sich lohnen?“

1.3 Zielsetzung

Primäre Zielsetzung der Machbarkeitsstudie ist das Aufzeigen der Risiken und Chancen der Einführung eines Bilderschließungs-Services für „news aktuell“. Dabei wird es auch um die Beantwortung der Einstiegsfrage gehen, ob die Einführung eines Bilderschließungs-Services für „news aktuell“ machbar wäre und ob es sich überhaupt lohnen würde. Mit den erzielten Resultaten aller Analysen wird eine Bewertung bzw. Evaluierung vorgenommen, wobei noch einmal die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken einer Einführung eines Bilderschließungs-Services zusammengefasst und der geschätzter Aufwand dem voraussichtlichen Nutzen gegen-

übergestellt werden. Zusätzlich soll eine Evaluierung des Arbeitsablaufes vorgenommen und Vorschläge abgeleitet werden, welche die Inhaltser-schließung von Bildern bei „news aktuell“ optimieren würden.

1.4 Methodisches Vorgehen

Diese Arbeit verfolgt methodisch den Ansatz einer Machbarkeitsstudie (auch Feasibility Study oder Projektstudie genannt). Diese Bezeichnung stammt aus dem Projektmanagement und dient zur Überprüfung der Um-setzung von Projekten. Eine Machbarkeitsstudie wird insbesondere dann erstellt, wenn Risiken für ein geplantes Projekt noch nicht eingeschätzt werden können oder die Erreichbarkeit in Frage gestellt wird. Mit ihr wird ermittelt, in welchem Umfang, mit welchen Mitteln und in welcher Zeit (usw.) ein Projekt realisiert werden kann. Zudem wird auch untersucht, ob Widersprüche zwischen dem Projektziel oder bereits vorhandenen Er-kenntnissen bestehen. Eine Machbarkeitsstudie dient im Besonderen dazu, Fehlinvestitionen zu verhindern (vgl. WIKIPEDIA 2006 und PROJEKT MAGAZIN 2006).

Eine Machbarkeitsstudie behandelt im Wesentlichen folgende Aspekte:

- organisatorische Umsetzbarkeit
- wirtschaftliche Machbarkeit (z.B. Kostenrahmen, Finanzierung)
- technische Machbarkeit
- Verfügbarkeit von Ressourcen (Mensch, Maschinen, Flächen, Mate-rial und Zeit)

Diese Punkte werden auch in der vorliegenden Arbeit abgedeckt und in den Kapiteln 3-6 behandelt. Zunächst wird eine „Ist-Analyse“ (s. 3.) durchge-führt. Dabei kommt es erst einmal zu einer Bestandsaufnahme des Ist-Zustandes. Dies beinhaltet eine konkrete, detaillierte Beschreibung des Arbeitsablaufes einer Bildverbreitung bei „news aktuell“ mit der zugehöri-gen, aktuellen Bilderschließung. Darauf aufbauend wird im Folgekapitel ein „Marktüberblick“ (s. 4.) gegeben. Hierfür werden Firmenangebote und frei-berufliche Dienstleistungs-Anbieter im Bereich der Bilderschließung be-

schrieben und deren Dienstleistungen erläutert. Daraus werden wichtige Anhaltspunkte bzw. Ideen für die mögliche Umsetzung eines Bilderschließungs-Service bei „news aktuell“ gewonnen. Der Überblick schafft außerdem einen Eindruck, wie sich der Markt momentan gestaltet und ermöglicht eine erste Einschätzung, wie die Chancen für „news aktuell“ bei Einführung der neuen Dienstleistung stehen.

Kapitel 5. untersucht das mögliche „Kundenpotential“ bei der Einführung eines Bilderschließungs-Services. Hierfür werden u. a. drei Beispiele von großen Firmen und deren fehlerhafte Bild-Aufbereitung für die Journalisten aufgezeigt. In der anschließenden „Aufwandsschätzung“ (s. 6) wird analysiert, welcher Aufwand im Zusammenspiel mit welchen Ressourcen für die Einführung des Bilderschließungs-Services angewandt werden muss. Weiterhin wird der mögliche Ressourcen- und Personalaufwand und deren Bedeutung für „news aktuell“ diskutiert.

Im abschließenden Kapitel „Auswertung und Diskussion der Ergebnisse“ (s. 7.) wird auf Grundlage aller Analysen eine Bewertung bzw. Einordnung vorgenommen, wobei noch einmal in Anlehnung an eine SWOT-Analyse die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken einer Einführung eines Bilderschließungs-Services gegenübergestellt werden. Anschließend wird die Einstiegsfrage beantwortet und eine Empfehlung für die weitere Vorgehensweise ausgesprochen.

2. Einführung in das Themengebiet

In diesem Kapitel wird das Thema der Diplomarbeit vorgestellt bzw. die Fragestellung der Machbarkeitsstudie genauer abgegrenzt. Es gibt eine kurze Einführung in das Themengebiet, in dem die Arbeit angesiedelt ist. Hierzu wird zunächst die Firma „news aktuell“ mit ihren wichtigsten Dienstleistungen vorgestellt, wobei verstärkt auf den Originalbildservice (obs) eingegangen wird. Danach wird der neue Bilderschließungs-Service detailliert erläutert. Im Abschluss werden Besonderheiten im Bereich der PR-Fotographie geklärt.

2.1 Vorstellung der Firma

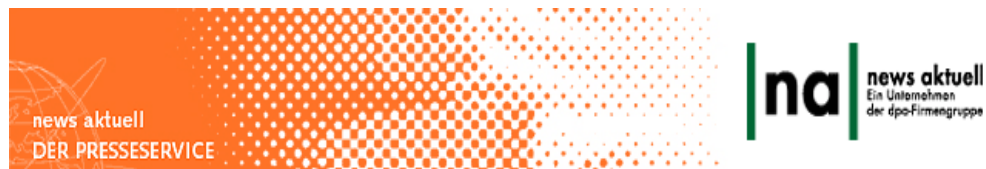


Abb. 1: Logo von „news aktuell“ (Quelle: NEWS AKTUELL 2006a)

„news aktuell“ ist ein Tochterunternehmen der Deutschen Presse-Agentur und bietet einen Presseservice für PR-Agenturen und Pressestellen verschiedenster Institutionen an. Dabei hat sich „news aktuell“ auf die digitale Verbreitung von Presseinformationen in Text, Bild und Ton an die Medien im In- und Ausland spezialisiert. In dem Unternehmen arbeiten zurzeit ca. 100 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, Berlin, Frankfurt am Main, München und Zürich.

„news aktuell“ arbeitet mit über 5.000 Kunden aus allen Branchen zusammen. Dazu zählen Wirtschaftsunternehmen, PR- und Werbeagenturen, Verbände, Parteien, kulturelle Einrichtungen, staatliche Stellen und wissenschaftliche Institutionen. Monatlich werden mehr als 3.500 Pressemitteilungen versendet und 26.000 Terminals der 320 maßgeblichen Medien in Deutschland per Satellit versorgt. Zusätzlich werden etwa 100.000 E-Mail-Abonnenten sowie die wichtigsten Informationsportale und Online-Archive beliefert. Des Weiteren betreibt „news aktuell“ mit dem „Presseportal“

Deutschlands größte Datenbank für Presseinformationen (vgl. NEWS AKTUELL 2006 a).

2.1.1 Dienstleistungen von „news aktuell“

Im Folgenden werden die wichtigsten Dienstleistungen von „news aktuell“ kurz zusammengefasst:

- Text:** Pressemitteilungen werden über den Originaltextservice (ots) verbreitet. Der läuft über den dpa-Ticker via Nachrichtensatellit bei über 320 Redaktionen ein. Mit Stichworten und Kodierungen wird sichergestellt, dass die Meldung genau die Redakteure erreicht, die sich mit dem entsprechenden Thema befassen.
- Bild:** Die Bildverbreitung erfolgt über den Originalbildservice (obs) bzw. bei Grafiken über den Originalgrafikservice (ogs). Details folgen im Anschluss (s. 2.2).
- Radio:** O-Töne werden über den Originalradioservice (ors) verbreitet. Diese werden zusammen mit den Beitragstexten über den Ticker direkt in die Redaktionssysteme der Radiosender geschickt. Dafür wird einerseits der etablierte Kanal „ots“ und andererseits die Infrastruktur der Nachrichtenagentur dpa/RUFA genutzt.
- Datenbank:** Der MEDIAAtlas liefert detaillierte Kontaktdaten von Medien und Journalisten aus dem In- und Ausland.



Für internationale Verbreitungen kooperiert „news aktuell“ mit der Londoner Partner-Agentur PR Newswire (vgl. NEWS AKTUELL 2006 a).

2.2 Vorstellung des Originalbildservices (obs)

Auf der Suche nach Bildmaterial nutzen Journalisten u. a. Datenbanken und den dpa-Bildfunk. Mit dem Originalbildservice (obs) sind die PR-Bilder der Kunden dort so präsent, dass diese unmittelbar verwendet werden können. Somit verfolgt „news aktuell“ mit „obs“ ein Geschäftsmodell, das dem der normalen Fotoagentur genau entgegengesetzt ist. Hier bezahlt nicht der Empfänger, sondern der Absender der Pressebilder.

Der Originalbildservice (obs) mit seinen Einzeldienstleistungen wird im Folgenden kurz vorgestellt. Eine detaillierte Beschreibung bzw. Bewertung wird dann im Rahmen der Ist-Analyse (3.) gegeben.

2.2.1 dpa-Bildfunk/Satellit

Die PR-Bilder der Kunden werden mit „obs“ zeitgleich, digital codiert per Satellit an mehr als 150 Tageszeitungen und TV-Sender innerhalb Deutschlands geschickt (s. Anhang 1). Mit Hilfe ausgewählter Stichwörter wird dafür gesorgt, dass jedes Bild an das richtige Ressort geht. Im Bildfunk gelangen die PR-Bilder somit gemeinsam mit den redaktionellen Bildern der Nachrichtenagenturen innerhalb von Sekunden zu den anfragenden Redakteuren und werden direkt auf den Redaktionsterminal angezeigt. Stichworte und Begleittexte nach Agenturstandard ITPC¹ liefern den Medien wichtige Zusatzinformationen bzw. eine mediengerechte Aufbereitung.

2.2.2 Bilddatenbanken

Neben der Push-Verbreitung² über den dpa-Bildfunk werden die Bilder außerdem für die Pull-Möglichkeit³ in den maßgeblichen deutschsprachigen Presse-Bilddatenbanken archiviert: dpa-Bilddatenbank (DPA-BILDDATENBANK 2006), mecom-Datenbank (MECOM 2006) und dpa Picture-Alliance (DPA PICTURE-ALLIANCE 2006). Durch Stichworte, Bildbegleittexte und

¹ Der weltweit verbindliche Standard für die Beschriftung digitaler Pressebilder ist von international führenden Nachrichtenagenturen definiert worden, die in der „International Press Telecommunications Council“ (ITPC) zusammengeschlossen sind (s. „NEWS AKTUELL“ 2006 b).

² Der Begriff „Push“ steht für die aktive Verbreitung der Bilder per Satellit.

³ Die „Pull-Möglichkeit“ beinhaltet die passive Archivierung der Bilder in den Bilddatenbanken.

die mediengerechte Aufbereitung wird eine geeignete Recherche nach Bildern sichergestellt.

2.2.3 Presseportal

Alle Bilder sind in einer digitalen Pressemappe gemeinsam mit den Pressetexten jederzeit im „Presseportal“ (PRESSEPORTAL 2006) abrufbar. Das Portal besitzt bei rund 4 Millionen Page Impressions pro Monat die größte Reichweite. Über die Bilddatenbank im Presseportal können Journalisten die gewünschten Bilder in Druckqualität abrufen. Des Weiteren lassen sich über 3.000 Abonnenten täglich per E-Mail und RSS⁴ über neue Bilder informieren. Ein einfacher Klick auf den mitgeschickten Link führt direkt zur Voransicht bzw. zum Download (vgl. SERVICE UND PREISE 2005).

2.2.4 Preise

Der Originalbildservice (obs) wird in zwei verschiedenen Versionen angeboten: Die größere und damit auch teure Lösung (obs.komplett) beinhaltet die Push-Verbreitung über den dpa-Bildfunk sowie die Archivierung im Presseportal und in den entsprechenden Bilddatenbanken. Diese Dienstleistung wird mit 490 Euro⁵ pro Bild abgerechnet. Daneben sind diverse Rabattstufen vorgesehen (vgl. NEWS AKTUELL 2006 b).

Originalbildservice (obs)		
Einzelpreis		Euro 490,00
Staffelpreise innerhalb von 12 Monaten		
Rabattstufe I - 14%		
ab 10 Bildern	pro Bild	Euro 420,00
Rabattstufe II - 24%		
ab 24 Bildern	pro Bild	Euro 370,00
Ab 50 Bildern pro Jahr unterbreiten wir Ihnen gern ein individuelles Angebot.		

Abb. 2: Preisdarstellung für „obs.komplett“ (Quelle: NEWS AKTUELL 2006 c)

Die kleinere Lösung (obs.presseportal) umfasst ausschließlich die Archivierung im Presseportal und wird mit 150 Euro pro Bild in Rechnung gestellt.

⁴ RSS (Abkürzung für „Really Simple Syndication“, zu deutsch etwa „wirklich einfache Verbreitung“) ist eine Technik, die es dem Nutzer ermöglicht, die Inhalte einer Webseite, oder Teile davon, zu abonnieren (vgl. WIKIPEDIA 2006).

⁵ Alle Preisangaben (Stand: 4. Quartal 2006)

obs.Presseportal		
Einzelpreis		Euro 150,00
Staffelpreise innerhalb von 12 Monaten		
Rabattstufe I - 20%		
ab 10 Bildern	pro Bild	Euro 120,00
Rabattstufe II - 33%		
ab 24 Bildern	pro Bild	Euro 100,00

Abb. 3: Preisdarstellung für „obs.presseportal“ (Quelle: NEWS AKTUELL 2006 c)

Neben dem oben beschriebenen nationalen Dienst wird auch die internationale Verbreitung von Bildern angeboten. Dabei ist in der Schweiz, in Österreich, Großbritannien und den USA eine direkte Push-Verbreitung per Satellit über Partneragenturen möglich. Die Bilder können außerdem an die Kunden der epa (European Pressphoto Agency) verbreitet werden. Folgende Nachrichtenagenturen haben damit direkten Zugriff auf das Bildmaterial: ANP (Niederlande), pa (Großbritannien), Belga (Belgien), EFE (Spanien), LUSA (Portugal), ANSA (Italien); Keystone (Schweiz), APA (Österreich), PAP (Polen) und ANA (Griechenland).

International		
zusätzliche Verbreitung	in Österreich	+ Euro 150,00
	in der Schweiz	+ Euro 150,00
	in den USA	ab Euro 850,00
	in Großbritannien	+ Euro 500,00
	an europäische Nachrichtenagenturen	+ Euro 690,00
	an Nachrichtenagenturen weltweit	+ Euro 990,00

Abb. 4: Preisdarstellung für „obs.International“ (Quelle: NEWS AKTUELL 2006 c)

2.3 Der neue Bilderschließungs-Service

Der neue Bilderschließungs-Service soll in 2 verschiedenen Versionen angeboten werden. Diese könnten wie folgt aussehen:

1. Zum einen soll es einen Basisservice zur Erstellung von Metadaten⁶ geben. Hierbei müsste der Kunde neben den Bildern auch den Bild-

⁶ Als „Metadaten“ (Metainformationen) bezeichnet man allgemein Daten, die Informationen über andere Daten enthalten (vgl. WIKIPEDIA 2006). Im folgenden Fall Daten über Bilder.

begleittext bzw. die Caption⁷ in elektronischer Form (z. B. in Word-Dateien oder per E-Mail) liefern, um eine eindeutige Zuordnung der Pressebilder zu ermöglichen. Der Service von „news aktuell“ bestünde dann darin, diesen Bildbegleittext - in Anlehnung an die Systematik von „news aktuell“/dpa - ITPC-konform in die entsprechenden Felder einzuarbeiten und die Bilder mit Hilfe von kontrolliertem Vokabular sinnvoll zu verschlagworten (s. 3.1.3).

2. Der erweiterte Service beinhaltet zusätzlich die Formulierung eines professionellen Bildbegleittextes durch einen Bildredakteur bzw. geschultes Personal. Dieser Service wäre dann entsprechend dem erhöhtem Aufwand deutlich teurer. Als Informationsquelle für die Erstellung dieses Textes eignet sich etwa eine Pressemitteilung, die der Kunde über den Originaltextservice (ots) verschickt hat (s. 2.1.1). Ferner müsste z. B. bei Personendarstellungen auch telefonisch nachrecherchiert werden um eine richtige Benennung sicherzustellen. Anschließend müsste der Kunde den Bildbegleittext vor Verbreitung des Bildes freigeben.

Die geplante Dienstleistung soll zunächst Kunden angeboten werden, die ihre Bilder über den Originalbildservice (obs) verbreiten (s. 2.2.). Dies sind für den Abdruck oder für die Darstellung in elektronischen Medien bestimmte Pressebilder, die Unternehmen, Verbände oder andere Institutionen den Medien zur kostenfreien Verwendung zur Verfügung stellen (s. 5.). Diese Pressebilder werden entweder auf Trägermedien (DVD, CD-ROM) oder im Internet zum Download angeboten (vgl. SCHLEICHER 2006).

2.4 Besonderheiten im Bereich der PR-Fotographie

Der diskutierte Bilderschießungs-Service wendet sich an PR-Agenturen und Pressestellen von Unternehmen, Verbänden und anderen Institutionen. Deren Bildmaterial weist gegenüber dem herkömmlichen Pressefoto von

⁷ Die „Caption“ ist ein ITPC-Feld und bietet erklärende Beschreibungen zu Illustrationen und Abbildungen.

Fotoagenturen Besonderheiten auf, die allein in der Intention ihrer Verbreitung liegen. Während Bilder von Foto- und Nachrichtenagenturen im Allgemeinen honorarpflichtig sind, werden die PR-Bilder der Agenturen und Pressestellen kostenlos angeboten. Die Absicht, die PR-Agenturen mit ihrem Angebot honorarfreier Pressebilder verfolgen, liegt in der Imagebildung durch Bilder im redaktionellen Teil der Medien. Obwohl diese Ziele denen der klassischen Werbung ähnlich sind, liegt der Unterschied auf der Hand: Werbefotos erscheinen in Anzeigen, PR-Fotos im redaktionellen Teil. PR-Bilder müssen deshalb immer erst den Filter der (Bild-) Redaktionen passieren, bevor sie abgedruckt werden. Sie stehen damit in unmittelbarer Konkurrenz zu dem Bildangebot der herkömmlichen Bildanbieter wie etwa Fotoagenturen.

Um in diesem Wettbewerb bestehen zu können, müssen die Pressestellen und PR-Agenturen den Redaktionen ein hohes Serviceniveau bieten. Die PR-Bilder müssen sich sowohl von der Bildaussage, als auch unter dem Service-Aspekt an der Pressefotografie orientieren. PR-Bilder müssen den gleichen Anforderungen genügen wie herkömmliche Pressebilder von Foto- oder Nachrichtenagenturen oder freien Pressefotografen (s. als Beispiel Abb. 5).



Abb. 5: Beispiel eines PR-Bildes von Web.de (Quelle: PRESSEPORTAL 2006)

Wie eine, im Mai von „news aktuell“ durchgeführte Umfrage, unter Redakteuren von 154 tagesaktuellen Medien zeigt, sind Bildredakteure und andere Journalisten oft unzufrieden mit den Pressebildern, die sie von Pressestellen und PR-Agenturen zur honorarfreien Veröffentlichung erhalten (vgl. PR-Fotografie 2005). Das liegt zum einen an der oft schlechten Qualität von PR-Bildern. Die Mängel beziehen sich sowohl auf den Bildinhalt (Einfallslosigkeit, Abwesenheit von Informationen) als auch auf die Aufnahmetechnik (schlechte Beleuchtung, Unschärfen, unzureichende Bildauflösung). Des Weiteren sind viele Pressebilder in Wahrheit Werbefotos. Wenn der Informationswert eines Bildes nur darin besteht, das Marken- oder Firmenlogo auffällig ins Bild zu rücken, handelt es sich nicht um ein Pressebild für den redaktionellen Teil. Allzu werbelastige Fotos landen deshalb ungenutzt im Papierkorb der Redaktionen (vgl. SCHLEICHER 2004, S.58/59).

2.4.1 Die „mediengerechte“ Aufmachung der Bilder

Pressebilder, die abgedruckt werden sollen, müssen neben der inhaltlichen Qualität der Bilder aber auch eine „mediengerechte“ Aufbereitung aufweisen. Da Bildredakteure ihre Bilder meist unter hohem Zeitdruck beschaffen müssen, sind Faktoren wie schnelle Verfügbarkeit der Bilder, das richtige Dateiformat und eine ausreichende Bildauflösung fast so wichtig wie die inhaltliche Bildqualität.

So muss bei digitalen Pressebildern unbedingt darauf geachtet werden, dass die Datei die für den Druck erforderliche Auflösung aufweist. Legt man als Standardmessung von Pressebildern eine Bildgröße von ca. 13 x 18 cm zugrunde, benötigt man eine Bilddatei von mind. 3 Megapixeln, um auf eine Druckauflösung von 300 dpi⁸ zu kommen (s. a. 3.1.1).

Ein anderer wichtiger und von Pressestellen vernachlässigter Aspekt ist die sachgerechte Beschriftung des Bildmaterials. Hier sollten sich die Pressestellen und PR-Agenturen an die Arbeitsweise der Bildredaktionen halten.

⁸ „dpi“ steht für „dots per Inch“ (Punkte pro Zoll) und ist ein Maß für Auflösung von Bilddateien und Geräten, mit denen man sie erstellen, verarbeiten oder wiedergeben kann (vgl. WIKIPEDIA 2006).

Diese schreiben in den so genannten „ITPC-Header“ Metatexte, die als Bestandteil der Bilddatei abgespeichert werden und jederzeit abrufbar sind. Das „International Press Telecommunications Council“, ein Gremium internationaler Nachrichtenagenturen, hat technische Standards für die Dokumentation digitaler Bilder definiert (s. a. ITPC 2006). Nahezu alle Nachrichten- und Bildagenturen, Tageszeitungen und viele andere Medien arbeiten mit diesem ITPC-Standard. Deshalb sollten sich auch die Pressestellen und PR-Agenturen diesem standardisierten Verfahren der Bildbeschriftung anpassen. Dies würde den Bildredakteuren viel Arbeit ersparen und die Bild-Archivierung erleichtern (vgl. SCHLEICHER 2006 b, S.6/7).

Auch die vorliegende Studie setzt auf den ITPC-Standard, der sowohl der aktuellen Inhaltserschließung von Bildern bei „news aktuell“ als auch der neu geplanten Serviceleistung zur Erschließung von Bildern zugrunde liegt.

3. Ist-Analyse

Primäre Zielsetzung einer Ist-Analyse ist die Gewinnung von Ausgangsdaten für die Planung sowie für die Ermittlung von Schwachstellen eines zu planenden Projektes. Die aus der Ist-Analyse gewonnenen Informationen stellen den Ausgangspunkt für die daran anschließenden Analysen dar (vgl. IML 2006).

So kommt es in diesem Kapitel erst einmal zu einer Bestandsaufnahme des Ist-Zustandes. Dies beinhaltet eine detaillierte Beschreibung des Arbeitsablaufes einer „obs-Bildverbreitung“ bei „news aktuell“ einschließlich der aktuellen Bilderschließung. Dabei wird es auch um die Fragestellung gehen, ob diese Erschließung bzw. das Verfahren auch für Kundenbilder umsetzbar ist. Darüber hinaus werden Verbesserungspotentiale benannt. Zusätzlich wird der Zusammenhang zum dpa-Bildfunk und der Satellitenverbreitung erläutert. Daran anschließend folgt eine Zusammenfassung der gewonnenen Erkenntnisse.

3.1 Darstellung des Ist-Zustandes

Die Darstellung des Ist-Zustandes beinhaltet eine detaillierte Erläuterung des Workflows (s. Abb. 16) einer „obs-Verbreitung“ bei „news aktuell“, angefangen bei der Auftragsgebung bis zur Satellitenverbreitung durch den dpa-Bildfunk. Dabei wird auf Details der Bildoptimierung und Bilderschließung eingegangen. Letztere bildet in diesem Kapitel den Schwerpunkt.

3.1.1 Auftrag für eine „obs-Verbreitung“

Im Folgenden werden die Einzelschritte erläutert, aus denen sich eine Auftragsgebung für eine „obs-Verbreitung“ zusammensetzt:

- Login:
Kunden, die bei „news aktuell“ den Originalbildservice (obs) buchen möchten, navigieren zunächst einmal auf die unternehmenseigene Homepage (www.newsaktuell.de) und können sich per Mausklick auf den Button „WebDesk“ in den geschlossenen Bereich (WebDesk Secure)

einloggen. Besitzt der Kunde noch keinen Zugang, wählt er den offenen Bereich (WebDesk Open). In beiden Fällen wird dem Kunden nun das Auftragblatt angezeigt (s. Abb. 6). Hier kann er neben diversen Dienstleistungen auch zwischen den beiden „obs-Versionen“ (s. a. 2.2.4) auswählen. Hat der Kunde sich nun für eine Möglichkeit entschieden, muss er zunächst die Bilddatei hochladen.

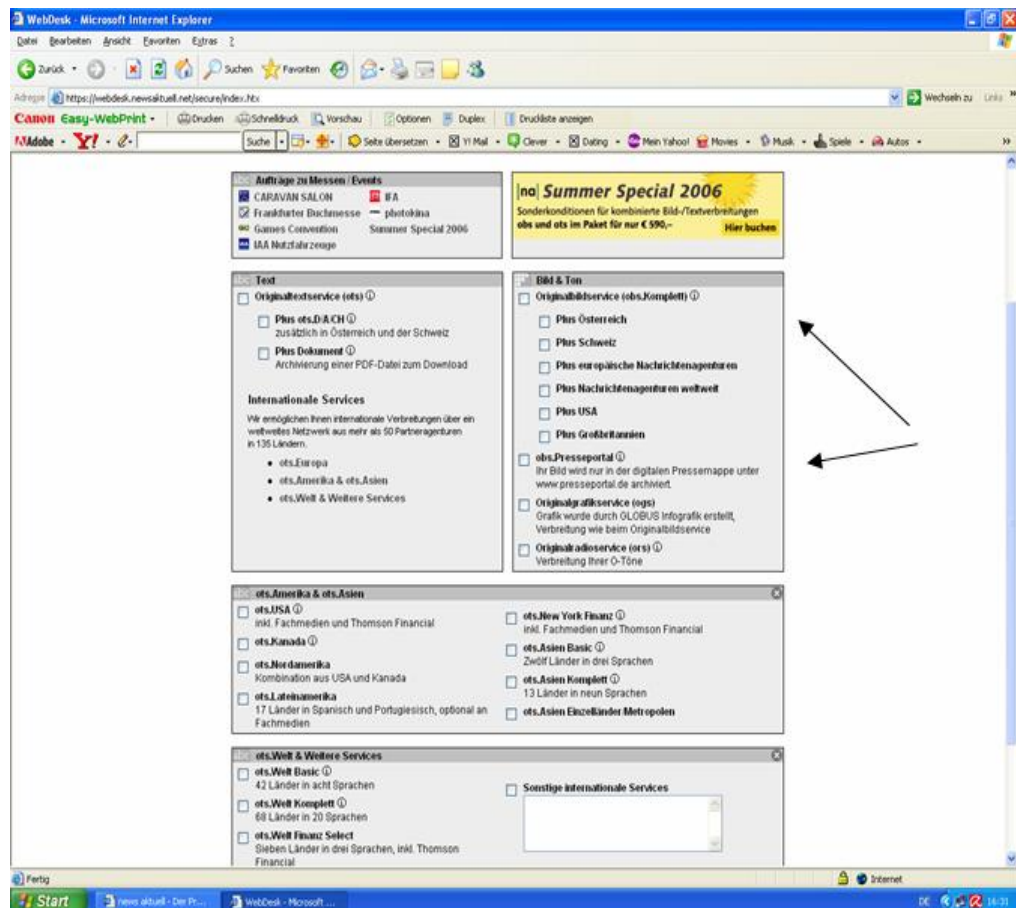


Abb. 6: Auftragsblatt mit den beiden „obs-Versionen“ (Quelle: NEWS AKTUELL a)

- Technische Anforderungen an die Bilddatei:

Die Verbreitung digitaler Pressebilder ist nur in einer für den Druck ausreichenden Bildauflösung sinnvoll. Daher gibt es technische Anforderungen an die Bilddatei: Diese sollte eine Größe von 8-12 Megabyte im geöffneten und mind. 3 Megabyte im geschlossenen Zustand aufweisen und eine Auflösung von 3–4 Megapixel bei 300 dpi besitzen. Als Dateiformat wird JPEG bei geringer Komprimierung der Bilddatei und dem-

entsprechend hoher Bildqualität empfohlen. Ferner sollte das Bildmaterial im Farbmodus RGB⁹ abgespeichert sein.

- Bildrechte und Nutzungseinschränkungen:

Der Kunde muss die für die Verbreitung erforderlichen Bildrechte vom Fotografen erworben haben. Des Weiteren müssen die für den Abdruck oder für die Darstellung in elektronischen Medien bestimmten Pressebilder den Medien honorarfrei zur Verfügung gestellt werden. Durch Hinweise im Bildbegleittext kann die Verwendung der Bilder auf den Umfang der Nutzungsrechte und den beabsichtigten Verwendungszweck beschränkt werden (z. B. ausschließlich zur redaktionellen Nutzung, nur während eines bestimmten Zeitraumes oder nur bei Nennung der Quelle und des Urhebers). Hierfür gibt es einen genormten Zusatz¹⁰, der häufig von na-Mitarbeitern an den Begleittext angehängt wird (s. Abb. 8).

- Bildbegleittext:

Zusätzlich zur Bilddatei muss der Kunde einen kurzen, erklärenden Bildbegleittext und eine Bildüberschrift mitliefern. Für die Bildredaktionen ist das Pressebild ohne zusätzliche Informationen sonst nahezu wertlos. Der Umfang der Überschrift muss ca. eine Zeile betragen und der Begleittext sollte maximal 40-60 Wörter umfassen. Dabei sind für den Inhalt des Bildbegleittextes folgende Fragen zu beachten: Wer oder was ist auf dem Bild zu sehen (Personen v. l. n. r. aufzählen)? Wann und wo wurde das Bild aufgenommen? Außerdem sollten im Begleittext auch Nutzungsbedingungen bzw. -einschränkungen erklärt werden (s. a. 3.2.3) (vgl. SCHLEICHER 2006).

⁹ „RGB“ (steht für Rot, Grün, Blau) ist ein „additives Farbmodell“, bei dem sich die Grundfarben zu Weiß addieren (Lichtmischung). Eine Farbe wird durch drei Werte beschrieben: den Rot-, den Grün- und den Blauanteil. Jeder Farbanteil kann zwischen 0% und 100% variieren (WIKIPEDIA 2006).

¹⁰ Dieser Standardzusatz lautet: „Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "obs/Firmenname"" (SCHLEICHER 2006).

3.1.2 Bildoptimierung

Hat der Kunde die Bilddatei hochgeladen und samt Überschrift und Begleittext abgeschickt, wird die Datei als E-Mail (desk@newsaktuell.de) von der na-Abteilung „Operations“¹¹ empfangen und von einem „Media Administrator“¹² bearbeitet. In Sonderfällen oder bei technischen Störungen kann die Bilddatei somit auch einfach per E-Mail gesendet werden.

In beiden Fällen wird zunächst einmal die nötige Bildoptimierung vorgenommen, wobei die Bilder als Originale verbreitet und somit kaum verändert werden dürfen. Zunächst wird das Bild gesichert und mit dem Bildbearbeitungsprogramm „Photoshop“¹³ geöffnet. Hier werden Ränder oder Hilfslinien gelöscht und die Bildgröße auf Druckqualität umgestellt (s. a. 3.2.2). Anschließend wird die Tonwert-Korrektur¹⁴ nach Sicht angepasst, wobei die Bildschirme nicht kalibriert sind und somit Farben unterschiedlich darstellen können. Falls notwendig, wird das Bild auf den RGB-Modus umgespeichert und einer selektiven Farbkorrektur unterzogen. Damit ist die erforderliche Bildoptimierung abgeschlossen und die eigentliche Erschließung des Bildes kann vorgenommen werden.

3.1.3 Bilderschließung

Die technische und inhaltliche Bilderschließung wird entweder mit den „Datei-Informationen“ innerhalb von „Photoshop“ oder mit Hilfe des speziellen Bildbearbeitungsprogramms „CaptionWriter“ durchgeführt. Dazu sind 6 einzelne Schritte bzw. Abschnitte erforderlich, die anhand von Screenshots erläutert werden. Ein Schwerpunkt wird hierbei auf die Auswahl der Stichwörter bzw. Schlagworte gelegt. Als Beispiel dient hierfür

¹¹ Die Abteilung „Operations“ versteht sich als Schnittstelle zwischen Kunden, „Customer Relations“ (Kundenbetreuer) und der Technik bei „news aktuell“ und ist hauptsächlich für die Meldungsbearbeitung/Verbreitung der Pressemeldungen verantwortlich.

¹² „Media Administrator“ ist die Berufsbezeichnung der meisten Mitarbeiter in der Abteilung „Operations“ bei „news aktuell“. Deren Hauptaufgabe besteht aus der Verbreitung bzw. Kodierung der Pressemitteilungen (im Bereich ots,obs und ors).

¹³ Benutzte Version: Adobe Photoshop 6.0.1

¹⁴ Die Tonwert-Korrektur ist ein grundlegendes Werkzeug der Bildbearbeitung bei „Photoshop“ und wird vor allen Dingen für die Farbkorrektur benutzt.

eine „obs-Verbreitung“ der Kundenfirma Opel, welche den neuen Opel Corsa vorstellt (s. Abb. 7).



Abb. 7: PR-Foto von der Adam Opel GmbH (Quelle: PRESSEPORTAL 2006)

1. Zunächst wird der Bildbegleittext in das Feld „Objektbeschreibung“ kopiert und der Standardzusatz angehängt (s. a. 3.2.3/3.2.4). Oft missverstehen die Kunden den eigentlichen Sinn eines Bildbegleittextes und missbrauchen ihn als Werbetext. Dies ist gut in dem ausgewählten Beispiel zu erkennen (s. Abb. 8). Die Überschrift stammt entweder vom Kunden, aus der dazugehörigen „ots-Meldung“ (wie im vorliegenden Fall) oder wird vom Mitarbeiter aus dem Bildbegleittext kreiert. Als Autor dient der Name bzw. die Firma des Kunden, im Beispiel die „Adam Opel GmbH“. Das Feld für „Besondere Hinweise“ wird immer freigelassen.



Abb. 8: Abschnitt – Objektbeschreibung (Quelle: PHOTOSHOP 2006)

2. Im nächsten Schritt werden die inhaltlichen Schlagworte vergeben (hier fälschlicherweise als Stichwörter gekennzeichnet). Diese sollten das Bild möglichst gut und nachvollziehbar beschreiben und die Intention des Kunden kommunizieren. Schlagworte sollten abstrakt sein und müssen nicht im Bildbegleittext vorkommen. Eigentlich steht hierzu ein kontrolliertes Vokabular bzw. eine „dpa-Bildstichwörterliste“ (s. Anhang 2) zur Verfügung. Diese Liste wurde von einem Konsortium aus Bild-Dokumentaren dpa-intern zusammengestellt und ist an dem ITPC-Standard angelegt. Sie wurde vor der Einführung der digitalen Bilddatenbank 1990 entwickelt. Grundlage war damals die Wörter-Stichwortliste mit bildspezifischen Unterscheidungen und Begriffen. In regelmäßigen Abschnitten wird das Vokabular modifiziert. Dabei wird darauf geachtet, dass eine Verlässlichkeit in der Recherche gewährleistet bleibt. Nicht jeder „Modebegriff“, sondern nur Begriffe, die über einen längeren Zeitraum für die Recherche sinnvoll erscheinen, werden in die Liste aufgenommen. Das letzte Update ist vom 28.08.2006. Hier wurden u. a. die neuen Stichwörter „Beauty“, „Festival“, „Lifestyle“ und „Wellness“ aufgenommen.

Es gibt aber auch die ausgewählten Stichwörter aus dem „Storymanager“¹⁵, die auch für die „ots-Meldungen“ (Presstexte) verwendet werden. Diese Stichwörter sind an die „dpa-Wörterstichwortliste“¹⁶ angelehnt und dokumentieren den Wissensstand vor 5-6 Jahren. Die damalige dpa-Liste wurde ausgedünnt und auf die Bedürfnisse von „news aktuell“ angepasst. In unregelmäßigen Abständen werden neue Stichwörter eingebunden, die jedoch auf die Bedürfnisse von „ots-Verbreitungen“ (und damit Presstexten) zugeschnitten sind. So überschneiden sich beide Thesauri nur teilweise.

In dem gewählten Beispiel (s. Abb. 9) wurden die Stichwörter „Auto“, „Handel“ und „Hersteller“ aus einer Werteliste ausgesucht. Eine freie Stichwortwahl wird nicht ermöglicht. Wünscht ein Kunde bestimmte Stichwörter bzw. Schlagworte für seine Bildverbreitung und sind diese nicht im Thesaurus zu finden, so können diese Wörter entweder elegant im Bildbegleittext eingebunden oder einfach „durch Kommata voneinander getrennt, angehängt werden. Im Falle einer normalen „ots-Verbreitung“ sollten diese Überlegungen aber eigentlich vom Kunden angestellt werden. Hier würde der neue Service ansetzen (s. a. 3.2).

Die Stichwörter sind vor allem bei der Recherche von Bedeutung. Während die Volltextsuche den gesamten Bildbegleittext scannt, kann die erweiterte Suche etwa in der „dpa-Bilddatenbank“ oder in der „mecom-Datenbank“ auch auf Stichwörter begrenzt werden.

¹⁵ Der Storymanager ist das aktuelle Produktions- und Verbreitungstool bei „news aktuell“. Mit ihm werden die Pressemitteilungen (ots und obs) per Satellit verbreitet. In naher Zukunft wird dies die modifizierte Datenbank „MediaBoss“ übernehmen.

¹⁶ Mit Hilfe der „dpa-Wörterstichwortliste“ wird bei der dpa die Inhaltserschließung der Text-Meldungen durchgeführt.



Abb. 9: Abschnitt – Stichwörter (Quelle: PHOTOSHOP 2006)

3. Der nächste Schritt beinhaltet die Ressort-Auswahl (hier als Kategorie beschrieben). Es sind genau 5 Ressorts vorgegeben, welche auch die interne Aufteilung der dpa implizieren: Wirtschaft (Wi), Vermischtes (Vm), Sport (Sp), Kultur (Ku) und Politik (Pl). Im Beispiel wurde das Ressort „Vermischtes“ ausgewählt (s. Abb. 10). Generell fallen Produktmeldungen nicht in eines der klassischen Ressorts, sondern sind vielmehr für den „allgemeinen“ Konsumenten von Interesse. Die Einordnung in genau ein Ressort ist von Bedeutung und muss sinnvoll vorgenommen werden. Zum einen sortieren Fachredakteure danach den gewünschten Bildeingang. So können z. B. Sportredakteure auf der Suche nach Bildmaterial die für sie relevanten Bilder herausfiltern ohne sich durch alle einlaufenden Bildquellen klicken zu müssen. Zum anderen können auch andere Bildsuchende z. B. im „Presseportal“ ihre Suche nach diesen Ressorts eingrenzen. Viele Kunden möchten ihre Pressebilder in einem bestimmten Kontext sehen. Dies ist auch bei der Auswahl von Stichwörtern zu bedenken.

Die „Dringlichkeit“ einer Bildübertragung wird in 8 Kategorien bzw. Stufen eingeteilt, wobei 1 die höchste und 8 die niedrigste Dringlichkeit codiert. Bei „news aktuell“ werden die Bilder stets mit der Stufe

„4“ (normale Dringlichkeit) gekennzeichnet. Dies bedeutet, dass die „obs-Bilder“ bei der Satellitenübertragung die gleiche Priorität wie die „dpa-Bilder“ haben. Wichtige oder eilige dpa-Bilder werden mit der Dringlichkeitsstufe 1 bis 3 versehen und daraufhin mit Vorrang gesendet.



Abb. 10: Abschnitt – Kategorien (Quelle: PHOTOSHOP 2006)

4. Im anschließenden Abschnitt werden die Bildrechte geklärt. Im Feld „Name des Autors“ wird der Fotograf und der Kunde bzw. der Meldungsgeber eingetragen. Im Beispiel lautet der Name des Fotografen „Axel Wierdemann“ und der des Kunden „Adam Opel GmbH“ (s. Abb. 11). Die „Bildrechte“ müssen dabei beim Kunden liegen (s. a. 3.1.3). Als „Quelle“ ist immer „obs“ vorgesehen. Beim Abdruck des Bildes sollte die Quellenangabe auch immer das Kürzel „obs“ und den Meldungsgeber enthalten. Zu beachten ist, dass „news aktuell“ lediglich für die Bildübertragung verantwortlich ist. Jegliche Bildrechte oder auch Verantwortungen bzw. Verpflichtungen liegen beim Kunden.



Abb. 11: Abschnitt – Bildrechte (Quelle PHOTOSHOP 2006)

5. Der folgende Abschnitt befasst sich mit der Bildherkunft. Das Feld „Objektnamen“ muss dabei nicht zwingend ausgefüllt werden. Hier kann aber auch ein beschreibender Bildname eingegeben werden. Im Beispiel wurde der Name „Neuer Opel Corsa“ gewählt (s. Abb. 12). Einzutragen ist auch das Erstellungsdatum des Bildes. Ist dieses nicht direkt aus dem Bildbegleittext abzulesen (wie etwa bei einem terminierten Event), so wird einfach das aktuelle Bearbeitungsdatum eingetragen. Außerdem wird der genaue Herkunftsort des Bildes bestimmt. Dabei wird zwischen „Ort“, „Staat/Provinz“ und „Land“ unterschieden. Ist der Herkunftsort nicht recherchierbar, wird der Hauptsitz der Firma aufgeführt. In den genannten Feldern müssen alle Wörter ausgeschrieben werden, Abkürzungen, Sonderzeichen und auch Anglizismen sind nicht erlaubt. Anderenfalls würde eine Satellitenverbreitung fehlschlagen.

Als „Aufgeber-Code“ wird wieder das Kürzel „obs“ verwendet. Dies zeigt einerseits den Dienstleisterstatus, den „news aktuell“ mit seinem Produkt „obs“ beibehalten will, andererseits kann die Bildrecherche (z. B. in der dpa-Bilddatenbank) mit diesem Code auf „obs-Bilder“ eingegrenzt werden.

Datei-Informationen

Abschnitt: **Herkunft**

Objektnamen: **Neuer Opel Corsa**

Erstellt am: 18.07.2006 **Heute**

Ort: Rüsselsheim

Staat/Provinz: Hessen

Land: Deutschland

Aufgeber-Code: obs

Zusätzliche Informationen erhalten

OK
Abbrechen
Voriger
Nächster
Laden...
Speichern...
Anfügen

Abb. 12: Abschnitt – Herkunft (Quelle: PHOTOSHOP 2006)

- Die Bilderschließung ist nun abgeschlossen und das Bild wird gegebenenfalls umbenannt und gespeichert. Die Bildoptionen beinhalten die Qualitäts-Stufen 0 (niedrige Bildqualität) bis 12 (maximale Bildqualität). Um einem gewissen Qualitätsstandard zu genügen, müssen die Bilder für einen späteren Abdruck mindestens mit der Stufe 9 (hohe Bildqualität) gekennzeichnet sein. Bei der Formatauswahl wird immer „Baseline (Standard)“¹⁷ ausgewählt (s. Abb. 13). Die Bildgröße muss unter 1 MB liegen, damit das Bild in den „Storymanager“ hochgeladen und dort für die Verbreitung vorbereitet werden kann.

¹⁷ Im Rahmen des JPG-Bildformates, können unterschiedliche Komprimierungsverfahren zum Einsatz kommen. "Baseline (Standard)" ist dabei das verbreitetste.



Abb. 13: Speichern des Bildes (Quelle: PHOTOSHOP 2006)

3.1.4 Bildverbreitung

Jetzt wird das erschlossene Bild im „Storymanager“ hochgeladen (s. Abb. 14), dabei wird die Codierung¹⁸ übernommen. Ausgewählt kann zwischen den beiden Versionen „obs.presseportal“ und „obs.komplett“ (wie im vorliegenden Beispiel) werden (s a. 2.2.4). Je nachdem, ob das Bild nur im Presseportal archiviert oder komplett verbreitet werden soll, wird ein unterschiedlicher Querverweis auf das Bild generiert. Bei einer reinen „obs-Verbreitung“ wird zusätzlich der Bildbegleittext in die Story¹⁹ kopiert. Existiert zusätzlich eine zugehörige „ots-Meldung“ (wie im Beispiel), wird im Text nur ein Bildverweis bzw. eine Verlinkung zum Bild angelegt. Die Überschrift wird in den Titel übernommen und als Meldungsgeber wird der Kunde bzw. die Kundenfirma eingetragen.

¹⁸ Die „Codierung“ beinhaltet u. a. die Stichwort- und Ressort-Auswahl.

¹⁹ Eine Story ist eine Pressemeldung, die mit dem Storymanager über den Nachrichtensatellit verbreitet wird.

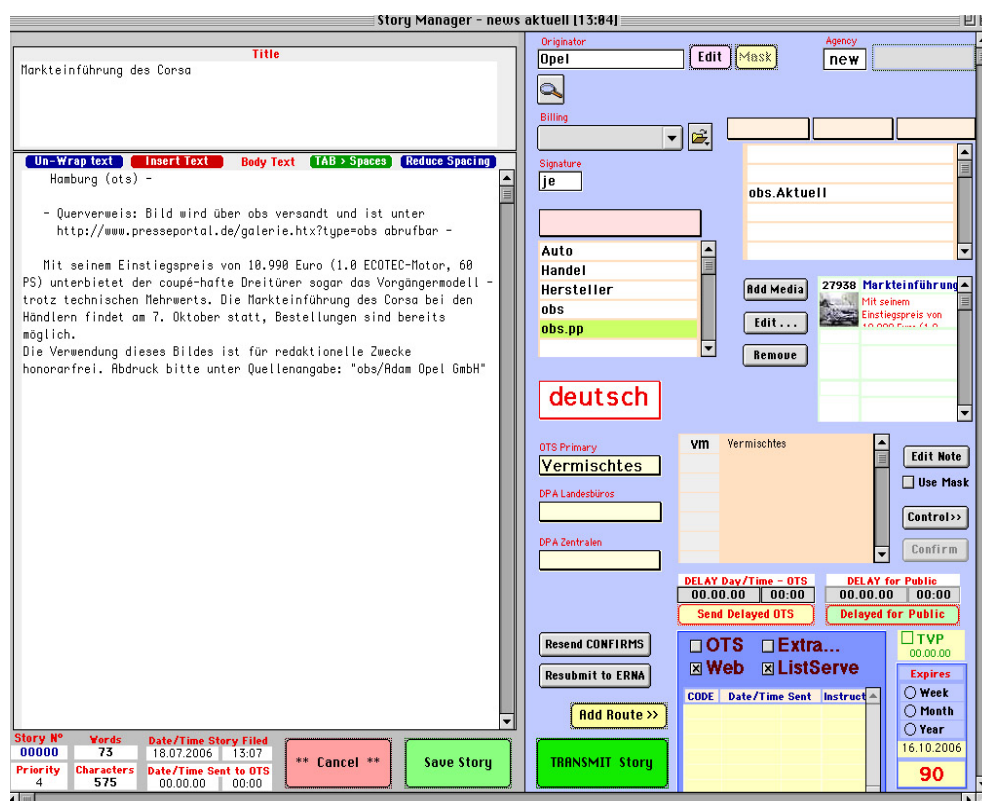


Abb. 14: obs-Verbreitung mit dem „Storymanager“ (Quelle: STORYMANAGER 2006)


Zudem wird automatisch der E-Mail-Verteiler „obs.aktuell“ generiert. Dieser verschickt das Bildmaterial an ca. 2500 interessierte E-Mail-Abonnenten. Die generierte E-Mail enthält einen Querverweis auf das Bild sowie, je nach Art des Dienstes, eine „ots-Meldung“ oder den reinen Bildbegleittext.

Die Meldung kann erst abgeschickt werden, wenn sie von einem weiteren Mitarbeiter geprüft worden ist („Vier-Augen-Prinzip“). Das Versenden erfolgt dann über den Button „Transmit Story“. Das Bild, soll es denn komplett verbreitet werden, wird zusätzlich per FTP²⁰ zu den dpa-Bildfunkern zur Bildredaktion nach Frankfurt übermittelt. Dort wird das Bild noch einmal geöffnet und durch geschultes Personal mit Hilfe kalibrierter Bildschirme einer letzten Qualitätskontrolle unterzogen. In diesem Zusammenhang wird auch kontrolliert, ob das „obs-Bild“ ein „stimmiges“ Gesamtbild zu den

²⁰ Das File Transfer Protocol (engl. für „Dateiübertragungsverfahren“, kurz FTP), ist ein spezifiziertes Netzwerkprotokoll zur Dateiübertragung. Es wird benutzt, um Dateien vom Server zum Client (Download), vom Client zum Server (Upload) oder clientgesteuert zwischen zwei Servern zu übertragen (vgl. WIKIPEDIA 2006).

restlichen „dpa-Bildern“ abgibt und nicht sofort als Pressebild erkennbar ist. Die Bildfunker ändern aber nichts mehr an der Bilderschließung und versenden die Bilder per Satellit an mehr als 150 Tageszeitungen und TV-Sender. Im Bildfunk werden die PR-Bilder gemeinsam mit den redaktionellen Bildern der Nachrichtenagenturen übermittelt und auf den Terminals der angeschlossenen Redaktionen angezeigt (s. Abb. 15).

obs.Bilddatenbank - Detailsicht
Als E-Mail versenden - Druckansicht - Fenster schließen



Pressemittellung - Pressemappe

Technische Details	
Dateiname:	B027933L.JPG
Dateigröße:	0,5 MB (Hires)
Bildgröße:	2048x1229 (Hires)
Veröffentlicht:	18.07.2006, 11:30:00
Erstellt am:	20060718

Bildinformationen	
Firma:	Adam Opel GmbH (Pressemappe)
Meldungstitel:	Neuer Opel Corsa: Sportlich-athletisches Design und innovative Technik zum günstigen Preis
Bildüberschrift:	Neuer Opel Corsa: Sportlich-athletisches Design und innovative Technik zum günstigen Preis
Bildrechte:	Adam Opel GmbH
Fotograf:	Axel Wierdemann
Objektbeschreibung:	Der neue Opel Corsa: Mit seinem Einstiegspreis von 10.990 Euro (1,0 ECOTEC-Motor, 60 PS) unterbietet der coupé-hafte Dreitürer sogar das Vorgängermodell - trotz technischen Mehrwerts. Die Markteinführung des Corsa bei den Händlern findet am 7. Oktober statt, Bestellungen sind bereits möglich. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck bitte unter Quellenangabe: "obs/Adam Opel GmbH"
Aufnahmeort:	Rüsselsheim
Aufnahmeprovinz:	Hessen
Aufnahmeland:	Deutschland
Schlagwörter:	Fahrzeuge/NeueProdukte/Handel/
Kategorie:	vm

news aktuell GmbH FON +49 (0)40 4113 2850 [Kontakt](#) [Impressum](#) [Sitemap](#)

Fertig

Abb. 15: Die „obs-Meldung“ aus der Sicht des Empfängers (Quelle: PRESSE-PORTAL 2006)

Dieser komplette Arbeitsvorgang (Workflow) einer „obs-Verbreitung“ von der Auftragsstellung bis zur Verteilung ist in einer Graphik veranschaulicht (s. Abb. 16). Dabei ist das Zusammenspiel der Akteure „Kunde“, „news aktuell“ und „dpa-Bildfunk“ und die Abfolge der unterschiedlichen Verarbeitungsschritte besonders hervorgehoben. Bei Einführung eines Bilderschließungs-Services würde sich das Aufgabenfeld von „news aktuell“ um den Arbeitsschritt des Verfassens eines Bildbegleittextes erweitern. Der dpa-Bildfunk würde nur bei der Kopplung an eine „obs-Verbreitung“ in Aktion treten.

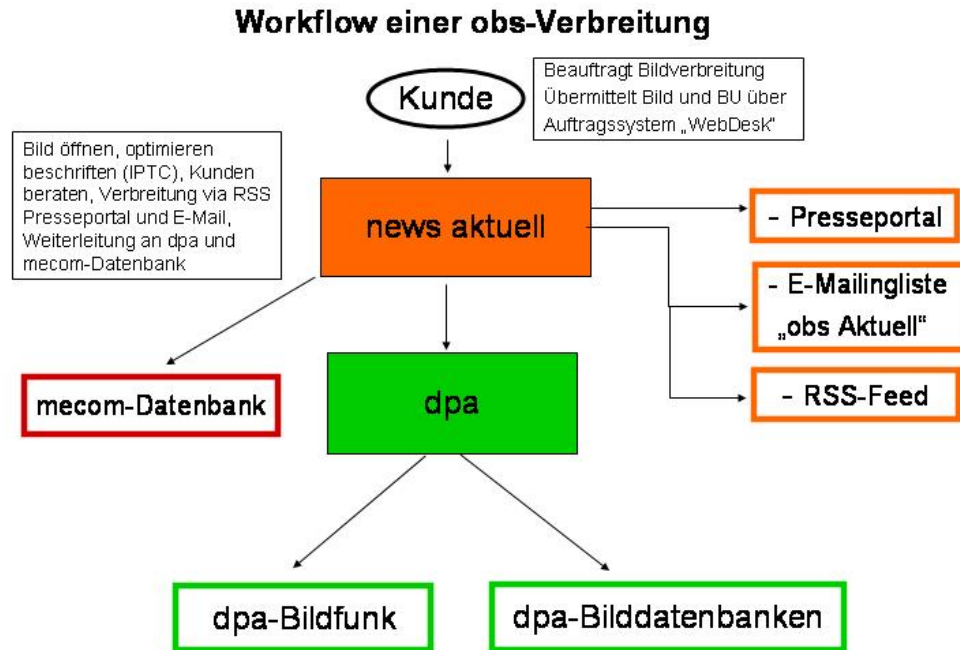


Abb. 16: Workflow einer „obs-Verbreitung“ (Quelle: SCHLEICHER 2006 a)

3.2 Zusammenfassung

Bei der Darstellung des Ist-Zustandes sind folgende Aspekte auffällig, die bei der Beantwortung der Einstiegsfrage bedeutsam erscheinen. Die Einordnung bzw. Bewertung soll dann, nach Berücksichtigung weiterer Analysen, im Kapitel „Auswertung und Diskussion der Ergebnisse“ (s. 7.) vorgenommen werden.

- Die Kunden von „news aktuell“ verbreiten ihre PR-Bilder (obs-Verbreitung) oft gemeinsam mit den zugehörigen Pressemitteilungen (ots-Verbreitung); darum ist die Erschließung meist vereinfacht. Die Codierung der „ots-Meldung“ wird für das Bild übernommen, da die Verschlagwortung eines Textes weniger komplex ist, als die eines Bildes. Es gibt zwar auch reine Bilderverbreitungen, doch sind dann Kunden und ihre Codierungs-Wünsche meist bekannt. Ferner werden alle Verbreitungen eines Kunden in einer digitalen Presse-

mappe²¹ zusammengefasst und sind leicht recherchierbar. Da ein Kunde oft Bilder zu ähnlichen Themengebieten verbreitet, kann auch hier die Codierung übernommen werden. Bei Kunden, die noch nicht den „obs-Service“ genutzt haben, wird die Erschließung der Bilder mühseliger und zeitraubender ausfallen.

- Wünscht ein Kunde bestimmte Stichwörter bzw. Schlagworte für seine Bildverbreitung, welche nicht in der Stichwortliste zu finden sind, so wird dieser Wunsch meist ignoriert. Dabei können diese Wörter entweder elegant in den Bildbegleittext eingebunden oder einfach, durch Kommata getrennt, in die Objektbeschreibung integriert werden. Bei der normalen „obs-Verbreitung“ sollen diese Überlegungen aber von Kunden geleistet werden, die dadurch überfordert werden. Bei einem Bilderschließungsservice könnten geschulte Mitarbeiter dafür sorgen, dass die PR-Bilder des Kunden möglichst oft und unter verschiedenen Suchkontexten auffindbar sind. Diesen Service könnte „news aktuell“ dann aber in Rechnung stellen.
- Für die Verbreitung der „obs-Bilder“ werden keine Schlagworte aus der „dpa-Bildstichwortliste“ verwendet. Vielmehr werden die Bilder auch mit solchen Begriffen aus dem „Storymanager“ erschlossen, mit denen auch die Pressemeldungen verschlagwortet werden. Die dpa-Liste wurde von einem speziellen Konsortium aus Bild-Dokumenten intern zusammengestellt und ist an den ITPC-Standard angelehnt. Grundlage war die Wörter-Stichwortliste, zu der bildspezifische Begriffe und Unterscheidungen hinzugefügt wurden. Diese Liste wird regelmäßig modifiziert und an neue Bedingungen angepasst. Dagegen sind die Schlagworte aus dem alten Verbreitungstool „Storymanager“ nicht auf dem aktuellen Stand und vor allen Dingen nicht auf Bilder spezialisiert. Somit wäre bei der bevorste-

²¹ Die „digitale Pressemappe“ erfasst alle verbreiteten Pressemeldungen eines jeweiligen Kunden und ist im Presseportal von „news aktuell“ jederzeit abrufbar.

henden Umstellung auf den „MediaBoss“²² eine Anpassung und ein Integrieren der aktuellen „dpa-Bilderstichwortliste“ notwendig. Dies ist besonders im Hinblick auf die mögliche Einführung eines Bilderschließungs-Service von Bedeutung.

- Nach Meinung des dpa-Bildfunks sind Bildbegleittexte von „obs-Bildern“ im Vergleich zu „dpa-Bildern“ verbesserungswürdig. Kunden missverstehen oft den eigentlichen Sinn eines Bildbegleittextes und liefern reine Werbetexte ab. Es ist nicht Aufgabe der na-Mitarbeiter Bildbegleittexte grundlegend zu verändern, da ein Originalbildservice gebucht wurde und ansonsten die Gefahr der Sinnentstellung der Bildbegleittexte bestünde. Außerdem wird „news aktuell“ auch ausschließlich für die Distribution der Bilder bezahlt. Auch die dpa-Bildfunke sind angewiesen, nichts mehr an der inhaltlichen Erschließung der Bilder zu verändern. Vor Einführung eines neuen Services, sollte also zunächst die qualitative Verbesserung der Bilderschließung des Basis-Service „obs“ stehen.
- Die Abteilung „Operations“, zu deren Aufgaben die Bilderschließung gehört, ist mit dem momentanen Meldungsvolumen (bestehend aus ots-, ors- und obs-Verbreitungen) hoch ausgelastet. Einen zusätzlichen Service können die Mitarbeiter dieser Abteilung nicht mehr leisten. Sollte ein Bilderschließungs-Service angeboten werden, müsste die Einstellung neuen Personals erwogen werden. Außerdem wäre dann zu überlegen, ob für einen Teil der Mitarbeiter eine Fokussierung auf den Bildbereich sinnvoll wäre.
- Bei der Verschlagwortung der PR-Bilder soll die Intention des Kunden „rüberkommen“. Es muss klar werden, was der Kunde durch die Bilder kommunizieren will und im welchem Zusammenhang er diese sieht. Mit dem neuen Service könnte man noch einen Schritt

²² Der „MediaBoss“ ist das neue Produktions- und Verbreitungstool bei „news aktuell“. Mit ihm werden ab Anfang 2007, wie vorher mit dem „Storymanager“, die Pressemitteilungen (ots und obs) per Satellit verbreitet.

weiter gehen und den gesamten Kontext eines Bildes erweitern, um auf diese Weise die Anzahl der Abdrucke zu erhöhen.

- Vor der Einführung eines Bilderschließungs-Services sollte die qualitative Verbesserung der Schlagworte bzw. Stichwörter stehen. Ferner würde ein regelmäßiges Update die Aktualität der Begriffe gewährleisten. Im zukünftigen Verbreitungstool „MediaBoss“ wird die Auswahl der Stichwörter noch weiter eingeschränkt. Das mag sich auf die Verschlagwortung von „obs-Bilder“ noch nicht negativ auswirken. Hier bezahlt der Kunde im Wesentlichen für die Verbreitung der Bilder bzw. für die Übermittlungen an die richtigen Stellen. Soll der Kunde aber für die reine Erschließung der Bilder bezahlen, müsste die Verschlagwortung natürlich höheren Qualitätskriterien genügen.

4. Marktüberblick

In diesem Marktüberblick wird es zunächst einmal um die Recherche nach möglichen Konkurrenten von „news aktuell“ gehen. Dabei kann aber nicht, wie sonst bei einem solchen Überblick üblich, auf die Hauptkonkurrenten zurückgegriffen werden. „news aktuell“ hat mit der Vorzugsstellung bei der Satellitenverbreitung von PR-Material und der Verbindung zur dpa deutschlandweit keine ernstzunehmende Konkurrenz. Kleinere Unternehmen wie z. B. „directnews“, „ddp“ oder „Business Wire“ spielen so gut wie keine Rolle, da sie im Vergleich zu „news aktuell“ einfach zu geringe Marktanteile besitzen. Des Weiteren betritt „news aktuell“ mit der möglichen Einführung eines Bilderschließungs-Service ein ganz neues Geschäftsfeld.

Daher werden in diesem Überblick also vielmehr Firmenangebote und freiberufliche Dienstleistungs-Anbieter im Bereich der Bilderschließung aufgezeigt und deren Service erläutert. Dabei kann und soll diese Arbeit keinen umfassenden Überblick über den ganzen Markt bieten. Eher sollen wichtige Anhaltspunkte bzw. Ideen für die mögliche Umsetzung eines Bilderschließungs-Service bei „news aktuell“ gewonnen werden. Der Überblick soll ferner einen Eindruck vermitteln, wie sich der Markt momentan darstellt und dadurch eine erste Einschätzung für die Chancen von „news aktuell“ geben.

Die Beschreibung der Bilderschließung einiger Bildagenturen mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten schließt sich an. Hierbei steht, ähnlich wie bei der Ist-Analyse (s. 3.), die Inhaltserschließung im Vordergrund. Anders als bei Firmen, die eine kostenpflichtige Erschließung bzw. Verschlagwortung von Bildern anbieten, ist bei Bildagenturen die Inhaltserschließung einsehbar und dementsprechend bewertbar.

In einer abschließenden Zusammenfassung des Marktüberblickes wird noch einmal hervorgehoben, welche wichtigen Erkenntnisse für „news aktuell“ gewonnen wurden.

4.1 Firmenangebote

Gibt es für „news aktuell“ Konkurrenten im Medienbereich? Wird ein Bilderschließungs-Service (vergleichbar dem in dieser Arbeit vorgestellten) überhaupt schon von einem professionellen Anbieter angeboten? Wenn ja, in welchem Rahmen und zu welchen Konditionen? Auf diese Fragen sollen hier Antworten gefunden werden.

Schon vorab kann gesagt werden, dass sich die Recherche nach möglichen Konkurrenzunternehmen als äußerst schwierig gestaltet hat. Eine Konkurrenzanalyse im strikten Sinne hat sich als undurchführbar erwiesen, da ein professioneller Bilderschließungs-Service in dem von „news aktuell“ konzipierten Rahmen zur Zeit überhaupt nicht angeboten wird und somit konkurrenzlos wäre. Damit erübrigte sich die Formulierung von Auswahlkriterien, um gezielt Unternehmen aus einer größeren Zahl von Anbietern für einen Marktüberblick auszuwählen. Vielmehr muss sich dieser Überblick gezwungenermaßen auf die Geschäftsmodelle der wenigen Unternehmen beschränken, die überhaupt Dienstleistungen im Bereich der Bilderschließung anbieten. Zu diesen gehören:

4.1.1 DOKFÜNF

Die Firma DOKFÜNF GbR (www.dokfuenf.de) wurde 1999 von ehemaligen Mitarbeitern aus der Dokumentationsabteilung von Gruner+Jahr in Hamburg gegründet. Geschäftsführende Gesellschafter sind Rüdiger Schulz, Paul Witt und Bernd Wohler. Das Team wird nach Bedarf durch freie oder feste Mitarbeiter ergänzt. Die Kernkompetenz von DOKFÜNF besteht aus der journalistische Erschließung und Verschlagwortung von Bildern und Presstexten. Ein weiterer Schwerpunkt dieser Firma sind Übersetzungen sowie das Verfassen von Print-Registern für Zeitschriften (vgl. DOKFÜNF 2006).

Dienstleistung:

DOKFÜNF verbindet seine Dienstleistungspalette unter dem Schlagwort „Keywording pur“ und verschlagwortet Bilder, Fotos oder Illustrationen für die Datenbanken bzw. Bildarchive von Kunden. Die inhaltliche Erschlie-

ßung richtet sich nach speziellen Standards und Konventionen der Kunden. Ferner wird der hauseigene Thesaurus des Kunden einbezogen, wenn er vorliegt. Diesen Service bietet DOKFÜNF Online und/oder Offline an. DOKFÜNF verfügt über langjährige Erfahrung bei der Erfassung von Bildern und Texten. Unter dem Motto „Sie haben die Bilder - Wir haben die Worte“ wird für die Service-Angebote geworben.

Ablauf:

Vor der eigentlichen Erschließung bzw. Verschlagwortung der Bilder wird mit dem Kunden geklärt, wie Bilder und die dazugehörige Verschlagwortung technisch in die Homepage bzw. in das digitale Bildarchiv eingebunden werden sollen. Soll der Service nun offline durchgeführt werden, liefert der Kunde die Bilder auf CD-ROM. Besondere Informationen, die für den Bildbegleittext oder die Verschlagwortung wichtig sind, werden in einer Excel-Tabelle (oder ähnlich) mitgeliefert und in die Inhaltserschließung eingebunden. Bei großen Bildmengen werden dann zunächst 10 Probestbilder erschlossen insbesondere verschlagwortet und als Arbeitsprobe an den Kunden zurückgeschickt, um ihm die Möglichkeit zu geben noch Veränderungen am Erschließungskonzept vorzunehmen. Die Bilder werden nun nach dem ITPC-Standard erschlossen und verschlagwortet. Hierfür wird der Thesaurus von DOKFÜNF oder der hauseigene des Kunden verwendet. Die Verschlagwortung geschieht in deutscher und/oder englischer Sprache. Die bearbeiteten Bilder werden wieder auf CD gespeichert und an den Kunden zurückgesendet.

Preise:

Bei einem Umfang von ca. 50 Bildern und deutscher Verschlagwortung liegt der Preis pro Bild zwischen 1,50 und 3 Euro, je nach Komplexität des Bildes. Dabei werden aber zumeist größere Bildmengen erschlossen. Einfach zu verschlagwortende Objektbilder kosten zwischen 1,50 und 2 Euro. Die Preise sollen nach Aussage von DOKFÜNF branchenüblich sein.

4.1.2 ARCUS

Die Gesellschaft für elektronische Archivierung mbH (www.arcus-hh.de), wiederum mit Sitz in Hamburg, konzentriert sich seit 1993 auf die Erstellung, Aufbereitung und Bereitstellung digitaler Dokumente und digitaler Archive für Verlage, Institutionen und Unternehmen aller Branchen. Dabei werden Dienstleistungen im gesamten Spektrum der Digitalisierung angeboten. Die Kompetenz der Dienstleistung liegt in der Kombination aus dokumentarischem Wissen, Umgang mit analogen und digitalen Medien sowie technischem Know-how im Bezug auf elektronische Archivierung. Auf der Grundlage technologischer Standards werden die Dokumente für die digitalen Archive der Kunden gesichtet, bewertet, geordnet und erschlossen (vgl. ARCUS 2006).

Dienstleistung:

Das Wiederauffinden von Bildern (gemeint sind überwiegend Bewegtbilder) in digitalen Archiven mit großem Datenvolumen erfordert eine systematische Beschreibung. Für die Bildbeschreibung verwendet ARCUS mit dem Kunden abgestimmte Stichwort-Kataloge bzw. Thesauren. In einem aktuellen Projekt arbeitet ARCUS mit dem Partner "kappa motion media GmbH" zusammen, der ein spezielles Video-Archivsystem entwickelt hat. Die „kappa Software“²³ bietet umfangreiche Funktionalitäten. Unter anderem wird ausgewähltes Film- oder Videomaterial aufgezeichnet und automatisch in Szenen zerlegt. Dieses Material lässt sich anschließend mit Hilfe eines übersichtlichen Menüs schnell und einfach verschlagworten.

ARCUS bietet ferner die Digitalisierung von Bildern an. Dazu werden Aufsichts-, Durchsichtsvorlagen oder Dias bis zu einem Format DIN A3 bei Auflösungen von 72 dpi bis 3000 dpi (optische Auflösung) verwendet. Die Kunden erhalten Ihre Bilder als Rohscan²⁴ (RGB, Graustufe, Strichzeich-

²³ Die „kappa Software“ ermöglicht das Aufnehmen von Videomaterial sowie die Indexierung und Aufbereitung des Contents (vgl. KAPPA 2006). Die Software wird von der "kappa motion media GmbH" herausgegeben.

²⁴ Ein „Rohscan“ ist die Transformation einer analogen Vorlage in digitale Daten (vgl. WIKIPEDIA 2006).

nung) oder als Feindaten im CMYK-Farbraum²⁵. Dabei werden die Bilder nach Kundenwunsch bearbeitet. Bildretusche, Ausflecken sowie Bildverfremdungen gehören ebenso zum Leistungsangebot wie die Digitalmontage.

Ein entscheidender Aspekt für „news aktuell“ besteht nun darin, dass ARCUS auch den Aufbau eines digitalen Archivs und die Vermarktung der Bilder über das Internet unterstützt. ARCUS konvertiert umfangreiche Bildbestände in digitale Form und integriert gleichzeitig die vom Kunden gewünschte Bildbeschreibung und Verschlagwortung. Dabei spielt es keine Rolle, für welches Bildarchiv sich der Kunde entschieden hat. Die Bilddaten inklusive aller Metadaten (auch im IPTC-Format) können mit der eingesetzten Software verwaltet und nach Abschluss der Arbeiten in die gewünschte Umgebung überstellt werden. ARCUS versucht einen flexiblen Bilderschließungs-Service anzubieten, der Kundenwünsche nach Möglichkeit berücksichtigt. So wird in jedem Einzelfall entschieden, ob und welcher Thesaurus verwendet wird und ob eine Bildbeschreibung bzw. Caption mitgeliefert wird. Letzteres ist bei großen Bildmengen für professionelle Archive überwiegend der Fall. Es kommt aber auch vor, dass nur vorliegende Bildinformationen übernommen werden wie etwa handschriftliche Notizen auf der Bild-Rückseite historischer Fotos. Wann immer möglich, wird nach dem IPTC-Standard gearbeitet.

4.2 Freiberufliche Dienstleistungs-Anbieter

Neben den wenigen Firmenangeboten auf dem Markt gibt es in der Branche viele freiberufliche Dienstleistungs-Anbieter, die ihre Dienstleistungen teilweise nebenberuflich anbieten. Größtenteils sind dies ehemalige Mitarbeiter von universalen Bildagenturen, die große Erfahrung im Bereich Bilderschließung und Archivierung aufweisen können. So können möglicherweise auch aus diesem Bereich wichtige Erkenntnisse bzw. Anregungen für „news aktuell“ gezogen werden.

²⁵ „CMYK“ (steht für Cyan, Magenta, Yellow und Key) ist ein „subtraktives Farbmodell“, welches die technische Grundlage für den modernen Vierfarbdruck bildet. Vereinfacht kann es als komplementär zum RGB-Farbmodell verstanden werden (vgl. WIKIPEDIA 2006).

4.2.1 DIE AGENTURPROFIS

AGENTURPROFIS.DE ist eine Privatinitiative von Spezialisten bzw. Mitarbeitern von „zefa visual media“, der ehemals weltweit drittgrößten Bildagentur. Die US-Bildagentur „Corbis“ hatte die deutsche Agentur „Zefa Visual Media Group GmbH“ im Januar 2005 übernommen. „Corbis“ ist eine Tochter des Microsoft-Unternehmens und nach „Getty Images“ die weltweit zweitgrößte Bildagentur. Die Übernahme hatte zur Folge, dass zahlreiche Mitarbeiter das Unternehmen verlassen mussten und sich nun über diese Plattform dem freien Arbeitsmarkt anbieten (vgl. AGENTURPROFIS 2006).

Durch 28 verschiedene Profile von unterschiedlichen Arbeitnehmern werden im untersuchten Themenbereich u. a. folgende Dienstleistungen abgedeckt:

Dokumentation, Entwicklung eines monohierarchischen Thesaurus für das Keywording von Bildern, Programmierung von Intranetseiten für die Keyword-Guidelines, Weiterentwicklung des multilingualen Thesaurus, Neuaufnahme von deutschen Keywords und deren Übersetzung in 7 Sprachen, formale und inhaltliche Erschließung von Bildern, Dokumentation/Sichtung/Archivierung von Talkshow-Formaten und Musik-CDs, Beschaffung von Bild- und Fotomaterial bei Sendern und Agenturen, Rechtklärung für die Verwendung von Bild- und Fotomaterial, thematische Recherchen für Redakteure zur inhaltlichen Vorbereitung von Fernsehsendungen, Internetrecherchen und Lektorat.

4.2.2 Anzeige für private Bildarchivierung

Eine typische Anzeige, in der die private Erschließung und Verschlagwortung von Bildmaterial angeboten wird, lautet wie folgt:

Private Anzeige auf der Seite von Piag.de:

Bilddokumentarin mit langjähriger Berufserfahrung in Bildagenturen und Verlag archiviert Ihr Bildmaterial, Komplettabwicklung mit Bildauswahl und Kundenservice auf Wunsch. Raum München (Quelle: PIAG 2006).

Informationen zur Person:

Die erwähnte Bilddokumentarin und Verlagsassistentin, war über 15 Jahre in verschiedenen internationalen Universal-Bildagenturen tätig, sowohl im Vertrieb wie auch in der Archivierung. Der Aufbau eines Rubrikensystems sowie die Entwicklung eines Leitfadens zur Verschlagwortung gehörten dabei ebenso zu ihren Aufgaben (vgl. Anhang 3).

Dienstleistung:

Zunächst würde von der Anbieterin eine kleine Bildunterschrift, zur ersten Info, zum jeweiligen Bild geliefert werden. Diese könnte aus einem Kurztext bestehen, bei dem Artikel entfallen. Zusätzlich würde ein längerer Freitext geliefert werden, der nur aus reiner Verschlagwortung besteht, und solche Stichwörter enthält, nach denen Kunden am ehesten über eine Internet-Suchmaschine recherchieren würden.

Zusätzlich könnte noch ein Thesaurus mit den wichtigsten, standardisierten Schlagworten aufgebaut werden. Der Aufbau dieses Thesaurus und die zusätzliche Archivierung wären allerdings zeitaufwendig und würden extra in Rechnung gestellt werden.

Benötigte Informationen:

- Wie viele Motive sollen in welchem Zeitraum archiviert werden?
- Welche Motive sollen verschlagwortet werden?
(Reise/Tiere/Pflanzen/Menschen usw.)
- In welcher Form werden die Motive überbracht? (Da keine Originale verschickt werden, müssten Farbkopien, CDs, Bilder per E-Mail verschickt werden oder Einsicht auf die Website gewährt werden. Alle Motive müssen eindeutig durch eine Urheber-Bildnummer identifizierbar sein und einer Textliste zugeordnet werden können.)
- In welcher Sprache soll archiviert werden? Typische Optionen sind:
Nur in Deutsch, Übersetzungen Deutsch/Englisch und Englisch/Deutsch.

Benötigte Textvorgaben:

Zu den Bildern wird eine Liste mit Ihren (Urheber-)Bildnummern und den wichtigsten Angaben benötigt. Je ausführlicher die Bildinfos sind, desto schneller kann archiviert werden, da längere Recherchen entfallen. Folgende Textvorgaben werden für inhaltliche Bilderschließung u. a. benötigt (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

- Bei Produktionen, die eindeutige und allgemeingültige Situationen darstellen, werden keine oder nur wenige Textangaben gebraucht (z. B. Familie am Strand, beim Radeln, Schwimmen usw.).
- Bei Aufnahmen von Kindern ist das Alter interessant und evtl. das Geschlecht. (Ist auf dem Bild ein kleiner langhaariger Junge zu sehen oder doch ein Mädchen?).
- Bei Pflanzen- und Tiernamen werden die Angaben vom Kunden übernommen, ebenso die lateinischen Bezeichnungen. Manchmal genügen kleine Details, die für den Laien schwer erkennbar sind, und schon handelt es sich um eine andere Pflanzen- oder Tierart (z. B. Sägefisch oder doch ein Schwertfisch?).
- Bei Aufnahmen von Nahrung wäre der Name der Speise oder der Zutaten hilfreich.
- Bei Städteaufnahmen ist vor allen Dingen das Aufnahmedatum interessant (eine Stadtsilhouette ändert sich meist jedes Jahr durch neue, markante Gebäude), evtl. auch Hinweise auf Sehenswürdigkeiten.
- Bei Orts-, Städte- und Landschaftsaufnahmen ist auch die Angabe des Staates, bzw. des Bundeslandes/Departments/Provinz usw. wichtig.

Preise:

Die Archivierungspreise werden nach Stückzahl oder nach Zeitaufwand abgerechnet.

4.3 Bildagenturen

Bildagenturen sind nicht als direkte Konkurrenz von „news aktuell“ anzusehen, da hier der Bild-Empfänger zahlen muss. Das Geschäftsmodell von „news aktuell“ ist genau entgegengesetzt, hier wird dem Sender die Verbreitung von PR-Bildern in Rechnung gestellt. Dennoch sind Bildagenturen auf die Erschließung bzw. Verschlagwortung der Bilder angewiesen, da die vom Kunden nachgefragten Bilder nur über ihre Erschließung auffindbar sind.

Im Folgenden werden drei sehr unterschiedliche Bildagenturen und die für sie typische Inhaltserschließung vorgestellt. Die Auswahl ist eher zufällig getroffen, zeigt aber die Vielfalt und Fülle auf dem Bilder-Markt im deutschsprachigen Raum. Alle drei Bildagenturen verschlagworten mit einem eigen entwickelten Thesaurus, ähnlich der Stichwortliste bei „news aktuell“.

4.3.1 Picture Press

Die Bildagentur „Picture Press“ ist ein Unternehmen der Gruner+Jahr - Gruppe und gehört zu den Marktführern in Deutschland. Neben lizenzpflichtiger Fotografie und einem umfangreichen digitalen Bildangebot bietet „Picture Press“ eine zusätzliche Leistung: Jeder Kunde hat auch Zugriff auf die analogen Datenbestände (Zweitschüsse, Motiv-Serien usw.), die auf Wunsch digitalisiert werden können. „Picture Press“ offeriert Fotos und Reportagen aus den G+J-Magazinen, eigenen Katalogproduktionen, weltweiten Bildquellen durch ein ausgedehntes Partner-Netzwerk und Vertretungen von ausländischen Top-Agenturen (vgl. PICTURE PRESS 2006).

Erschließung/Verschlagwortung:

„Picture Press“ hat für die inhaltliche Bilderschließung einen eigenen "Thesaurus Light" entwickelt, der - abgestimmt auf Webbedürfnisse - pragmatisch das Bildmaterial mit den Schwerpunkten People- und Lifestyle-Fotografie abbildet. Der Thesaurus ist an den ITPC-Standard angelehnt, basiert auf den drei Begriffen „Lifestyle“, „Sachthemen“ und „Symbolik“ und ist vierfach hierarchisch gegliedert (s. Abb. 17). Die inhaltliche Erschließung bzw.

Verschlagwortung der Bilder erfolgt ausschließlich intellektuell durch entsprechend qualifizierte Bilddokumentare.

Schlagworte

Thesaurus Light/Lifestyle/People/Familie/Freizeit
 Thesaurus Light/Lifestyle/People/Familie/Portraet
 Thesaurus Light/Symbolik/Ausdruck Positiv/Glueck
 Thesaurus Light/Symbolik/Ausdruck Positiv/Harmonie

Abb. 17: Beispiel einer Verschlagwortung bei „Picture Press“ (Quelle: PICTURE PRESS 2006)

Der dazugehörige Bildbegleittext (hier die Caption) führt alle freien Stichwörter auf, die der Thesaurus nicht abdecken kann. Dabei wird nicht der Versuch unternommen, einen Fließtext zu konstruieren. Alle Begriffe werden einfach, durch Kommata getrennt, nacheinander aufgezählt. Dabei muss der zuständige Bilddokumentar Begriffe berücksichtigen, nach denen ein potentieller Kunde suchen könnte. Im gezeigten Beispiel (s. Abb. 18) wird das Bild überwiegend durch emotionale Ausdrücke beschrieben, die unterschiedliche Kontexte ermöglichen.


Detaillierte Preview	
Treffer: 2000	Druckansicht Bild 1 Bild 1 von 2000
[20658672] Glueckliche Mutter mit zwei Kindern	
Caption: Familie, Mutter, Frau, Junge, Maedchen, Bruder, Schwester, Sohn, Tochter, Geschwister, Geschwisterpaar, aussen, Garten, liegen, Sommer, sommerlich, sonnig, froehlich, lachen, Freizeit, lausbubenhaft, Freude, froehlich, Rasen, harmonisch, Harmonie. gluecklich, Glueck, relaxt, entspannt, relaxen, entspannen, Entspannung, unbeschwert, Unbeschwertheit, Portrait, Portraet	
Rechtshinweis	
<p>Dieses Motiv wird weltweit exklusiv ueber Picture Press und seine Partneragenturen vertrieben. Fuer dieses Motiv liegt ein Model-Release vor. Keine Einschränkungen der Urheberrechte bekannt. Rechtevermerk: Picture Press/Schwalb, Patrick</p>	
	
Seriennummer: - Serien-Position: - Materialart: Datei Dateityp: image/jpeg Dateigröße: 8.19 MB Bildgröße: 47.53 MB druckbar bis: A3 Breite in Pixel: 3328 Höhe in Pixel: 4992 Auflösung: 305.0 dpi Farbtiefe: 24 Farbraum: RGB Farbigkeit: 4C Format: - Quelle: Picture Press Fotograf: Patrick Schwalb Aufnahmeland: - Aufnahmeort: - Person: - Personenanzahl: - Anlass: -	

Abb. 18: Beispiel einer Bildbeschreibung bei „Picture Press“ (Quelle: PICTURE PRESS 2006)

4.3.2 Mediacolors

„Mediacolors“ ist ein kleinerer Internet-Webshop für Fotos mit Sitz in der Schweiz. Hier können Bildnutzer aus allen Branchen digitales Bildmaterial online finden und direkt herunterladen. Das Angebot wird dabei kontinuierlich erweitert, wobei alle Themenbereiche abgedeckt werden (vgl. MEDIA-COLORS 2006).

Erschließung/Verschlagwortung:

Die Verschlagwortung der Bilder wird bei „Mediacolors“ mit einem hauseigenen Thesaurus vorgenommen. Dieser besteht aus 29 Hauptkategorien (s. Abb. 19) und ist hierarchisch bis zu 12 Ebenen gegliedert. Ferner gibt es eine Verschlagwortung nach Herkunftsländern, die durch eine eigene Suchhilfe unterstützt wird. Auf Grund der hierarchisch tiefen Gliederung wird eine komplexe und ausführliche Verschlagwortung ermöglicht. Die Bilder werden intellektuell und nach dem ITPC-Standard erschlossen.

- + *architektur*
- + *beauty*
- + *bildung*
- + *energie*
- + *essen und trinken*
- + *gesellschaft*
- + *gesundheit*
- + *humor*
- + *justiz*
- + *kultur*
- + *lebenswelten*
- + *medien*
- + *militaer*
- + *natur*
- + *oekologie*
- + *people*
- + *pflanzen*
- + *politik / deutschland*
- + *politik / international*
- + *religion*
- + *sport*
- + *staat*
- + *symbolik*
- + *tiere*
- + *tourismus*
- + *verkehr*

- + *wirtschaft*
- + *wissenschaft*
- + *zeitgeschichte*

Abb. 19: Hauptkategorien des Mediacolors-Thesaurus (Quelle: MEDIACOLORS 2006)

Eine freie Wahl der Stichwörter ist nur innerhalb des Bildbegleittextes (in diesem Fall der Caption) möglich. Dieser wird möglichst kurz und prägnant formuliert. Im anschließenden Beispiel (s. Abb. 20) ist jedoch gut zu erkennen, dass der Bildbegleittext neben ein paar freien Begriffen im Wesentlichen Kontakt- und Bankdaten des Anbieters umfasst. Gelegentlich wird auch ein zusammenhängender Fließtext aufgenommen. Die inhaltliche Erschließung wird dann durch die ausgewählten Schlagworte (hier als Stichwörter gekennzeichnet) ermöglicht. Die Auswahl ist beträchtlich und unterstützt die Bild-Recherche des Kunden. Dabei werden die Begriffe jeweils in Deutsch und Englisch aufgeführt.


 <p>© MEDIACOLORS</p> <p>Warenkorb Layout Download</p>	<p>Caption: Fetisch Edel Raver Punk - Portrait [dia/mediacolors, eMail: office@mediacolors.com, Fon: 0041-(0)44-400-40-65, Fax: 0041-(0)44-400-40-67, Bank: HypoVereinsbank Muenchen, Konto: 580 362 1529, BLZ: 700 202 70, IBAN: DE09-7002-0270-5803-6215-29, Veroeffentlichung nur gegen Honorar, picture is not copyright free]</p> <p>Besondere Hinweise: groessere Feindaten lieferbar / Honorar Berechnung auf Basis MFM</p> <p>Dateiname: mcs_BKT-132.JPG</p> <p>Größe bei 300 DPI: 30.48 cm breit, 21.54 cm hoch</p> <p>Datum: 14.07.2006</p> <p>Bildnachweis: dia/mediacolors</p>
<p>Stichworte: 21, 22, 23, 24, 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, Anschauen, Ansehen, Anziehend, Attraktiv, Bemalung, Beobachten, Betrachten, Bodyart, Campagne, Culture, Economy, Emotion, Eroticism, Erotik, Erotik Frau, Erotisch, Erwachsen, Fashion Show, Frau, Frau 21 bis 55 Jahre, Frisur, Gesellschaft, Gesicht, Gesundheit, Haar, Haar styling, Health, Kampagne, Kopf, Kosmetik, Kostuem, Kultur, Laufsteg, Maedchen, Maske, Maskerade, Media, Medien, Menschen, Mode, Modenschau, Modeschau, Persoenlichkeit, Personality, Portraet, Pose, Reklame, Schminke, Schoenheit, Sehen, Selbstbewusstsein, Selbstvertrauen, Self-Confidence, Sinnbild, Sinnlich, Sinnlichkeit, Sozialthematik, Stolz, Symbol, Symbolik, Trend, Trends, Verkleidung, Weiblich, Werben, Werbung, Wirtschaft, Zuschauen, adult, advertising, age 21 to 55 years, attractive, beauty, beauty treatment, bodypainting, casting, catwalk, cosmetics, costume, disguise, erotic, face, fashion, female, glamour, hair, hairdressing, hairstyle, head, human, iconic, lifestyle, looking, make up, make-up, makeup, mannequin, mask, masquerade, methaphor, model, paint, people, portrait, posing, pride, proud, seeing, self-confident, sensuality, sexappeal, sexy, social, society, spotting, styling, symbolism, viewing, watching, woman</p>	

Abb. 20: Beispiel einer Bildbeschreibung bei „Mediacolors“ (Quelle: MEDIACOLORS 2006)

4.3.3 artur Architekturbilder

„artur“ ist eine Spezialagentur für Bauwerke und Interieurs weltweit. Hier werden u. a. Bilder von moderner und zeitgenössische Architektur, historischer Architektur, Detailaufnahmen, Hintergründen und abstrakten Motiven angeboten. Das zentrale Kriterium zur Aufnahme von Bildern in das Archiv ist die herausragende Qualität der Architekturaufnahme. Über 150.000 ar-

chivierte Motive sind mittlerweile bei „artur“ katalogisiert, ergänzt durch den Zugriff auf mehrere Zehntausend verfügbare Motive bei den Partner-Agenturen. Der Großteil der archivierten Aufnahmen entstand in den letzten 5 Jahren. Der Schwerpunkt liegt dabei auf moderner Architektur.

Gegründet wurde „artur“ 1999 von Klaus Frahm, Roland Halbe, Karin Heßmann, Heiner Leiska, Dieter Leistner und Tomas Riehle. Mittlerweile werden Bilder von über 100 Fotografinnen und Fotografen angeboten. „artur“ selber vertritt bereits über 50 Fotografen, jedes Partnerarchiv kommt mit nahezu gleichviel Autoren dazu (vgl. ARTUR 2006).

Erschließung/Verschlagwortung:

„artur“ benutzt Kontrolliertes Vokabular für die Verschlagwortung der Bilder und bei Bedarf freie Stichwörter. Hierfür wurde ein eigener, einfacher Thesaurus entwickelt, der auf das Thema Architektur ausgelegt ist und zweisprachig geführt wird (deutsch und englisch). Es gibt 10 Hauptkategorien (s. Abb. 21) und höchstens 3 hierarchische Ebenen. Auf jedes Bild kann sowohl über die Haupt- als auch über die untergeordnete Kategorie zugegriffen werden. Namentlich erwähnte Personen (prominent oder nicht prominent) sind in einem extra abfragbaren Namensfeld aufgeführt.

Auch eine Sortierung nach Orten und Staaten wird ermöglicht. Ortsnamen außerhalb von Deutschland sind in der englischen Schreibweise angegeben. Das Herkunftsland wird mit dem „Reuters-Kürzel“²⁶ (dreistellig) und dem vollständigen Ländernamen gekennzeichnet. Mit Hilfe der "CaptionWriter"-Software werden „inhouse“ Schlagworte und weitere Informationen hinzugefügt. Die Basisbeschriftung erfolgt allerdings schon durch die Fotografen. Der ITPC-Standard wird dabei gewahrt.

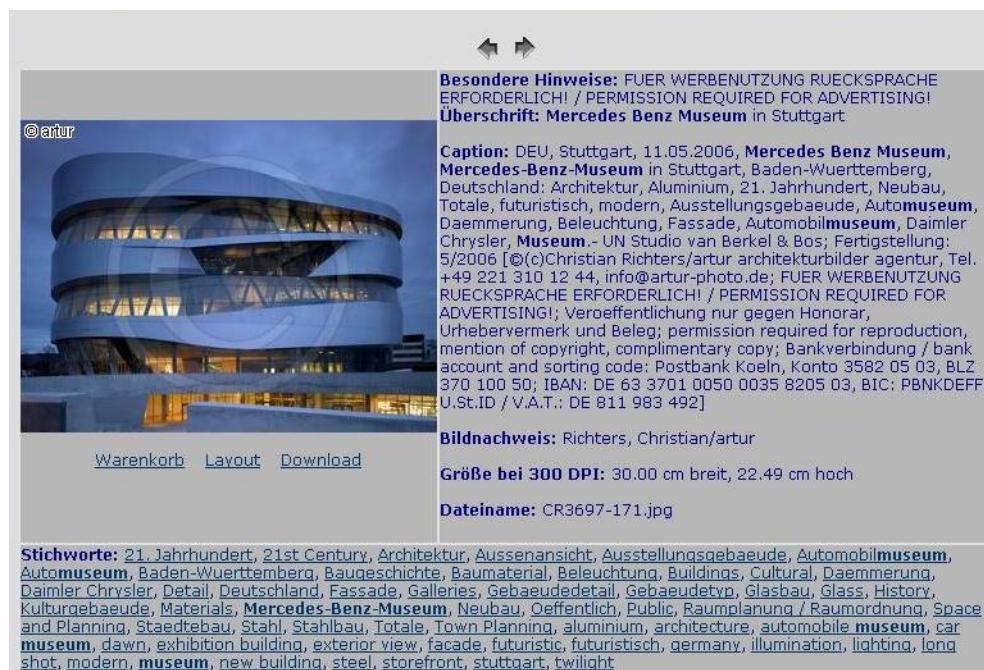
- + *baugeschichte*
- + *baumaterial*
- + *gartenarchitektur*
- + *gebaeudedetail*
- + *gebaeudetyp*
- + *haus und garten*

²⁶ Von der Nachrichtenagentur Reuters werden Kürzel zur eindeutigen Identifikation von Ländern vergeben.

- + *innenarchitektur*
- + *modell*
- + *oekologisches / energiesparendes bauen*
- + *raumplanung / raumordnung*

Abb. 21: Hauptkategorien des artur-Thesaurus (Quelle: ARTUR 2006)

Jedes Bild enthält einen ausführlichen Bildbegleittext (Caption). Im gezeigten Beispiel (s. Abb. 22) kann man neben den üblichen Kontakt- und Bankdaten auch viele freie Stichwörter erkennen, die durch Kommata getrennt, aufgezählt werden. Dabei wird nicht der Versuch unternommen einen zusammenhängenden Fließtext zu erzeugen. Alle Begriffe und Erschließungsmerkmale, nach denen Kunden möglicherweise recherchieren könnten, werden schlicht nacheinander aufgeführt (wie z. B. auch Reuters-Kürzel, Ortsname und Datum). Auch Schlagworte (hier wieder als Stichwörter bezeichnet) werden konsequent vergeben, wobei jeder Begriff jeweils auf Deutsch und Englisch zu finden ist.



©artur

Besondere Hinweise: FUER WERBENUTZUNG RUECKSPRACHE ERFORDERLICH! / PERMISSION REQUIRED FOR ADVERTISING!
Überschrift: Mercedes Benz Museum in Stuttgart

Caption: DEU, Stuttgart, 11.05.2006, Mercedes Benz Museum, Mercedes-Benz-Museum in Stuttgart, Baden-Wuerttemberg, Deutschland: Architektur, Aluminium, 21. Jahrhundert, Neubau, Totale, futuristisch, modern, Ausstellungsgebäude, Automuseum, Daemmerung, Beleuchtung, Fassade, Automobilmuseum, Daimler Chrysler, Museum.- UN Studio van Berkel & Bos; Fertigstellung: 5/2006 [(c)Christian Richters/artur architekturbilder agentur, Tel. +49 221 310 12 44, info@artur-photo.de; FUER WERBENUTZUNG RUECKSPRACHE ERFORDERLICH! / PERMISSION REQUIRED FOR ADVERTISING!; Veröffentlichung nur gegen Honorar, Urhebervermerk und Beleg; permission required for reproduction, mention of copyright, complimentary copy; Bankverbindung / bank account and sorting code: Postbank Koeln, Konto 3582 05 03, BLZ 370 100 50; IBAN: DE 63 3701 0050 0035 8205 03, BIC: PBNKDEFF, U.St.ID / V.A.T.: DE 811 983 492]

Bildnachweis: Richters, Christian/artur

Größe bei 300 DPI: 30.00 cm breit, 22.49 cm hoch

Dateiname: CR3697-171.jpg

Stichworte: 21. Jahrhundert, 21st Century, Architektur, Aussenansicht, Ausstellungsgebäude, Automobilmuseum, Automuseum, Baden-Wuerttemberg, Baugeschichte, Baumaterial, Beleuchtung, Buildings, Cultural, Daemmerung, Daimler Chrysler, Detail, Deutschland, Fassade, Galleries, Gebaededetail, Gebaedetyp, Glasbau, Glass, History, Kulturgebäude, Materials, Mercedes-Benz-Museum, Neubau, Oeffentlich, Public, Raumplanung / Raumordnung, Space and Planning, Staedtebau, Stahl, Stahlbau, Totale, Town Planning, aluminium, architecture, automobile museum, car museum, dawn, exhibition building, exterior view, facade, futuristic, futuristisch, germany, illumination, lighting, long shot, modern, museum, new building, steel, storefront, stuttgart, twilight

[Warenkorb](#) [Layout](#) [Download](#)

Abb. 22: Beispiel einer Bildbeschreibung bei artur Architekturbilder (Quelle: ARTUR 2006)

4.4 Zusammenfassung

Bei der Darstellung der Dienstleistungsangebote und Bildagentur-Beispiele fallen einige Aspekte auf, die hinsichtlich eines Bilderschließungs-Services bei „news aktuell“ eine Rolle spielen könnten. Diese werden im Folgenden zusammengefasst:

- Wie bereits in der Einführung zu diesem Kapitels erwähnt, besitzt „news aktuell“ eine Vormachtstellung bei der Bilddistribution und beste Geschäftsbeziehungen zur dpa. Auch im untersuchten Themenbereich steht „news aktuell“ nahezu konkurrenzlos da. Das bedeutet für „news aktuell“ ein Alleinstellungsmerkmal. Eine reguläre Konkurrenzanalyse konnte daher aus den erwähnten Gründe nicht durchgeführt werde (s. 4.1). In der Branche gibt es jedoch Klein- und Kleinstfirmen, die u. a. einen Bilderschließungs-Service anbieten (s. 4.1.1 und 4.1.2). Ferner gibt es viele private Dienstleister, die ihren Service aber zu ganz anderen Voraussetzungen und Konditionen offerieren (s. 4.2.1 und 4.2.2).
- Durch das betriebene Hauptgeschäft erfüllt „news aktuell“ alle ökonomischen und fachlichen Grundlagen bzw. Voraussetzungen, die andere Firmen kaum aufweisen können. Dabei gäbe es die Möglichkeit, Kombi-Angebote aus Erschließung und Distribution anzubieten. Dabei könnte der Bilderschließungs-Service der „obs-Verbreitung“ vorausgehen.
- Wie zu erwarten, wird die Bilderschließung bei Bildagenturen fast ausschließlich mit dem ITPC-Standard durchgeführt. PR-Agenturen und Pressestellen, die üblichen Kunden von „news aktuell“, sind im Umgang mit Bildern lange noch nicht soweit. Diese Tatsache könnte „news aktuell“ als Aufhänger nutzen, um den neuen Service platzieren zu können. Erläuterungen und Beispiele hierzu werden auch in der anschließenden Kundenanalyse vorgestellt (s. 5.). Die Bildagenturen könnten für „news aktuell“ ein Vorbild hinsichtlich der Erschließung bzw. Verschlagwortung von Bildern sein.

- Ein hauseigener Thesaurus, wie ihn z. B. viele Bildagenturen benutzen (s. 4.3.1 und 4.3.2) ist ein Schlüssel zu einer guten Bilderschließung und dient vor allen Dingen der Vereinfachung und zeitlichen Verkürzung des Arbeitsablaufes. Als nachteilig könnte sich auswirken, dass „news aktuell“ nur eine einfache Schlagwort-Liste verwendet. Hier sollte die Einführung eines effizienten, hauseigenen Thesaurus erwogen werden.
- Begriffe, die nicht im Thesaurus oder in der Stichwortliste auffindbar sind, sollten in den Bildbegleittext integriert werden. Ein zusammenhängender Fließtext wird dabei nicht immer benötigt (s. 4.3.1 und 4.3.3).
- Die Verschlagwortung der Bilder ist bei Bildagenturen oft zweisprachig angelegt - meist Deutsch und Englisch (s. 4.3.2 und 4.3.3). Es sollte geprüft werden, ob dieser Service auch von na-Kunden erwünscht ist.
- Die richtige Verschlagwortung eines Bildes muss verschiedene Kontexte berücksichtigen, damit Abdrucke mit unterschiedlichen Themenbezügen ermöglicht werden. Dies ist sowohl bei Bildern und Fotos von Bildagenturen als auch bei Pressebildern von „news aktuell“ von Bedeutung.
- Die genannten Anbieter müssen nicht als potentielle Konkurrenten für „news aktuell“ angesehen werden. Vielmehr könnten sie auch als mögliche Kooperationspartner in ein gemeinsames Geschäft einbezogen werden. Es ist noch nicht entschieden, ob die inhaltliche Bilderschließung bei „news aktuell“ „inhouse“ oder von externen Dienstleistern erledigt werden soll. Insbesondere scheint eine mögliche Kooperation mit der Hamburger Firma DOKFÜNF für „news aktuell“ interessant zu sein. Bei den Konditionen, die DOKFÜNF anbietet (s. 4.1.1), würde es sich für „news aktuell“ lohnen, die Er-

schließung der Bilder zu delegieren und den Preis mit einem entsprechenden Zuschlag an Kunden weiterzugeben. Im Falle einer Kooperation wäre das Risiko für die Einführung eines Bilderschließungs-Service für „news aktuell“ sehr gering. Auch könnten weiteren Ausgaben für geschultes Personal eingespart werden.

5. Kundenpotential

Der Bilderschließungs-Service soll zunächst Kunden angeboten werden, die ihre PR-Bilder bereits über den Originalbildservice verbreiten. Dies sind zumeist große Firmen, die nur einen geringen Anteil ihrer Bilder zur Distribution bei „news aktuell“ freigeben. Dies geschieht allein schon aus Kostengründen. Die weitaus größere Menge an Pressebildern wird entweder auf Trägermedien (z. B. DVD, CD-ROM) gespeichert und direkt an die Medien verschickt oder im Internet in eigenen digitalen Bildarchiven zum Download angeboten. Hierfür werden dann meist E-Mails mit einem Link auf die Bild-Datenbank versendet.

Erfahrungsgemäß wird in den Pressestellen bzw. PR-Agenturen viel Geld für die kostenlose Bereitstellung von Bildern investiert. Jedoch wird dabei nicht auf die ausreichende Erschließung und Verschlagwortung geachtet. Für die Journalisten bedeuten die schlecht, unzureichend oder gar nicht beschrifteten Pressebilder Mehrarbeit. Diese Bilder werden nicht im gewünschten Umfang von den Medien abgedruckt und ohne ITPC-Metatext auch nicht in den digitalen Presse-Bildarchiven abgelegt. Sie kommen daher auch nicht für spätere Produktionen in Frage. Ein weiterer Nachteil besteht darin, dass die gesuchten und mit viel Aufwand produzierten Pressebilder in den unternehmenseigenen Bildarchiven kaum gefunden werden können.

In diesem Kapitel soll das mögliche Kundenpotential bei der Einführung eines Bilderschließungs-Service aufgezeigt werden. Dazu werden drei Beispiele großer Firmen vorgestellt, deren Bild-Aufbereitung sich für Journalisten als problematisch erweist. Es handelt sich hierbei um sogenannte „Power-Kunden“ oder „Key-Accounts“ von „news aktuell“, die bereits mehrfach „obs-Verbreitungen“ gestreut haben und zum Interessentenkreis für den Bilderschließungs-Service gehören könnten. Mit diesen Kunden könnte „news aktuell“ Pilotprojekte durchführen, um vor Einführung eines neuen Dienstes Erfahrungen sammeln zu können. Sollten diese Kunden

die neue Dienstleistung annehmen, könnte der Service auch weiteren Kunden angeboten werden.

Zunächst soll jedoch die neue na-Dienstleistung „obs.Bilddatenbanken“ vorgestellt werden, die eine neue Perspektive für den Bilderschließungs-Service offenbart. Im Gegensatz zu der aktiven Bild-Verbreitung mit „obs.komplett“ (s. 2.2.4), stellt diese Dienstleistung die Archivierung in Bilddatenbanken in den Vordergrund. Durch den konzipierten Bilderschließungs-Service könnte nun „news aktuell“ auch Zugriff auf Bildbestände erhalten, die nicht zur Distribution oder Archivierung zur Verfügung freigegeben sind und bei den Unternehmen verbleiben.

Abschließend wird eine Zusammenfassung des Kapitels vorgenommen. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse werden dann in die „Auswertung und Diskussion der Ergebnisse“ (s. 7.) einfließen.

5.1 Die neue Dienstleistung „obs.Bilddatenbanken“

Wie bereits angekündigt, werden in diesem Abschnitt drei große Unternehmen mit ihren Bilddatenbanken vorgestellt, in denen die firmeneigenen PR-Bilder archiviert und zum Download angeboten werden. Doch muss der Bildredakteur bei einer thematischen Recherche erst einmal auf das Material in den unternehmenseigenen Bilddatenbanken stoßen. Hier setzt die neue Geschäftsidee „obs.Bilddatenbanken“ von „news aktuell“ an. Den Kunden wird ermöglicht, ihre PR-Bilder in den Datenbanken zu archivieren, in denen die Journalisten ohnehin ihr Bildmaterial recherchieren. Dieses Bildmaterial soll (künftig) unter den redaktionellen Bildern der Nachrichtenagenturen zu finden sein und damit genau dort liegen, wo die Medien nach Bildern suchen. Für den Kunden ergibt sich somit ein erkennbarer Mehrwert von „obs.Bilddatenbanken“ gegenüber dem eigenen Webauftritt. Ferner erhält der Kunde hier die Möglichkeit ein Thema visuell mit seinen Pressebildern zu „besetzen“. Beispielsweise könnte das Druckmaschinen-Unternehmen „Heidelberger Druck“ mit seinen Produktions-Bildern das Themengebiet „Maschinenbau“ umsetzen.

5.1.1 Leistung von „news aktuell“

Die PR-Bilder der Kunden werden per „obs.Bilddatenbanken“ langfristig in folgenden Bilddatenbanken archiviert (s. 2.2.2 und 2.2.3):

- mecom Datenbank
- dpa Picture-Alliance
- dpa-Bilddatenbank
- Presseportal

So liegen die Bilder z. B. in der „dpa-Bilddatenbank“ für mehr als 450 Tageszeitungen, Magazine und Fachpublikationen zeitlich unbegrenzt in druckfähiger Qualität bereit. Des Weiteren werden die Pressebilder im Umfeld von redaktionellen Bildern der Nachrichtenagenturen präsentiert, welche alle honorarpflichtig sind. Demnach werden viele Bildredakteure bei gleicher Thematik und Bildqualität auf die kostenfreie Version zurückgreifen. Dabei erfolgt die Einspeisung der Bilder in die Bilddatenbanken in der Regel nachts. Für tagesaktuelle Anlässe ist diese Lösung deshalb ungeeignet. Diesen Service deckt wiederum „obs.komplett“ ab (s. a. 2.2.4).

Wie schon bei „obs-Verbreitungen“ über den Nachrichtensatellit, versieht „news aktuell“ auch hier die Pressebilder zur Archivierung mit den Bildbegleittexten im IPTC-Format. Diese Bildtexte werden wiederum zusammen mit den Bilddateien in digitaler Form übermittelt.

5.1.2 Preise

Die gegenwärtigen Preise²⁷ für die Einspeisung und langfristige Archivierung von Pressebildern in Bilddatenbanken lauten wie folgt:

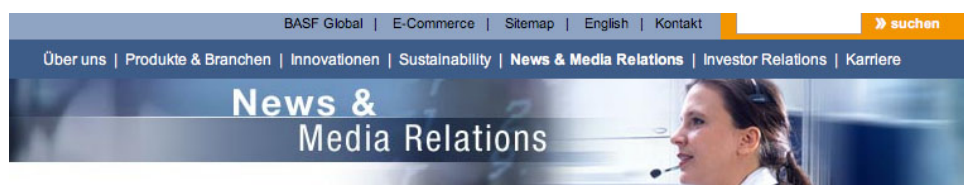
- 5 - 9 Bilder: je Bild Euro 250,-
- 10 - 23 Bilder: je Bild Euro 200,-
- 24 - 49 Bilder: je Bild Euro 160,-
- ab 50 Bilder: je Bild Euro 120,-

²⁷ Alle Preisangaben (Stand: 1. Quartal 2007)

Die Mindestanzahl der zu archivierenden Bilder bezieht sich jeweils auf den Zeitraum von 12 Monaten. Dabei muss der Kunde gleich zu Beginn der Vertragslaufzeit mindestens 5 Bilder auf einmal einstellen. Weitere Bilder können dann im Laufe von 12 Monaten zum vereinbarten Preis nach Rabattstaffel archiviert werden. Normale „obs-Verbreitungen“ (s. a. 2.2) können dabei nicht angerechnet werden.

5.2 Pressebilder bei BASF

Das führende Chemie-Unternehmen BASF unterhält auf der firmeneigenen Homepage (www.basf.de) einen gut strukturierten Pressebereich, in dem Journalisten in der sogenannten „Bildergalerie“ aktuelle Pressefotos zum Unternehmen und anderen Aktivitäten finden können. Um den Zugriff zu vereinfachen, sind die Fotos verschiedenen Themen oder auch einzelnen Unternehmen der BASF-Gruppe zugeordnet. Über das Auswahlfeld kann dann aus der Liste der verfügbaren Schlagworte eine Auswahl getroffen werden. Unterstützt wird auch eine Stichwortorientierte Suche nach Bildern. Außerdem kann die Nummer der Pressemeldung bzw. das Datum in die Recherche mit einbezogen werden (s. Abb. 23). Nach der Auswahl werden die Bilder in einer Übersicht angezeigt. Hier gibt es nun auch die Möglichkeit, eine entsprechende Druckversion herunterzuladen. Des Weiteren gibt es auch eine Verlinkung zu zugeordneten Pressemitteilungen.



Pressefotos

In diesem Bereich finden Sie aktuelle Pressefotos zur BASF und Ihren Aktivitäten: Um Ihnen den Zugriff zu vereinfachen, sind die Fotos verschiedenen Themen oder einer BASF-Gruppengesellschaft zugeordnet. Über das Auswahlfeld können Sie aus der Liste der verfügbaren Schlagworte eine Auswahl treffen. Nach Drücken der "Suche starten"-Taste werden die Bilder in einer Übersicht angezeigt. Sie erhalten dann weitere Informationen zu den gefundenen Bildern sowie die Möglichkeit, eine entsprechende Druckversion herunterzuladen.

Suche	
Schlagwort	Alles anzeigen <input type="button" value="v"/>
Suchbegriff	<input type="text"/>
Nummer der Pressemeldung	<input type="text"/> Datum <input type="text"/> - <input type="text"/> (TT.MM.JJJJ)
<input type="button" value="Suche starten"/> <input type="button" value="Eingaben löschen"/>	

Abb. 23: Suchmaske in der Bildergalerie bei BASF (Quelle: BASF 2006)

5.2.1 Inhaltserschließung in der Bildergalerie

Die archivierten Bilder sind mit einem ausführlichen Bildbegleittext ausgestattet, der weiterführende Informationen anbietet (s. Abb. 24). Außerdem wird das Veröffentlichungsdatum angezeigt und die Bildrechte geklärt. Dies sind wichtige Informationen für Journalisten, die das Bildmaterial verwenden wollen. Als Nachteil muss angesehen werden, dass die Inhaltserschließung keine Metatexte vorsieht und nicht ITPC-konform, d. h. nicht mit dem Bild verknüpft ist. Bei dem Download, der hier als Druckversion angeboten wird, werden die Informationen somit nicht übermittelt. Diese müssen also separat notiert bzw. gespeichert werden. Anderenfalls gehen diese Informationen verloren. Das ist vor allen Dingen bei einem möglichen späteren Abdruck von Bedeutung. Ferner stehen Journalisten unter hohem Zeitdruck und wünschen sich eine zeitnahe und bequeme Lieferung der recherchierten Bilder zusammen mit der zugehörigen Textinformation.

Pressefoto

23.11.2006 **Chemie lässt das schwarze Gold sprudeln**



Download Druckversion
▶ JPG: 13,0 x 18,0 cm / 300 dpi / 1794 KB

Veröffentlichungsdatum
▶ 23.11.2006

Zugeordnete Pressemitteilungen
▶ P-06-461

Mit einer ganzen Reihe von Ölfeldchemikalien leistet die BASF einen wichtigen Beitrag zur Gewinnung von Rohöl. Nahe Landau in der Südpfalz fördert Wintershall den begehrten Rohstoff mit so genannten Pferdekopf-pumpen.

Foto: BASF - The Chemical Company, 2006

Abb. 24: Beispiel einer Bildbeschreibung in der Bildergalerie bei BASF (Quelle: BASF 2006)

5.2.2 Inhaltserschließung auf der DVD

Das Unternehmen BASF verschickt in regelmäßigen Abständen DVDs mit den neuesten Pressebildern an die entsprechenden, tagesaktuellen Medien und versucht auf diese Weise die Bilder aktiv zu verbreiten. Diese DVDs sind sehr aufwendig gestaltet und beinhalten ca. 250 Bilder, die in 22 unterschiedliche Kategorien wie z. B. „Nanotechnologie“ oder „Energie“ eingeteilt sind. Es gibt ferner eine Auswahlmaske, in der Journalisten u. a. in den Themenbereichen „Vorstände“, „Regionen“, „Kundenbranchen/Anwendungsgebiete“ und „Forschung/Entwicklung“ recherchieren können. Die Bildbegleittexte sind sehr ausführlich und beinhalten noch mehr Informationen als in der „Bildergalerie“ vorgehalten wird. Die DVDs sind jeweils in einen deutsch- und englischsprachigen Bereich aufgeteilt.

Die aktuelle DVD erschien im November 2006. Dabei wurde der ITPC-Standard wiederum nicht eingehalten. Zwar gibt es als Weiterentwicklung zur letzten DVD im März 2005 nun auch die Möglichkeit, neben den Bildern, die zugehörigen Begleittexte herunterzuladen (s. Abb. 25). Doch geschieht dies immer noch getrennt voneinander und nicht als verknüpfte Einheit. Dieses Vorgehen erweist sich als besonders nachteilig, wenn die Bilder nicht für den sofortigen Gebrauch benutzt werden, sondern zunächst vom Journalisten bzw. Bildredakteur archiviert werden.



Das Offshore-Rig Constellation II.

Die südlichste Erdgasproduktion der Welt ist von den Konsortialpartnern Wintershall Energía S.A., Total Austral S.A. und Pan American Energy L.L.C. am 24. Juni 2005 in Betrieb genommen worden. Aus dem 80 Kilometer vor der argentinischen Küste Feuerlands gelegenen Erdgasfeld Carina sowie dem benachbarten, rund 30 Kilometer vor der Küste liegenden Feld Aries werden die drei Unternehmen bis zum Jahr 2027 insgesamt rund 56 Milliarden Kubikmeter Erdgas, 3,4 Millionen Tonnen Kondensat sowie 2,4 Millionen Tonnen LPG produzieren. Es handelt sich um das bislang größte Offshore-Projekt zur Förderung von Kohlenwasserstoffen in Argentinien. Betriebsführer ist die französische Total Austral, die wie die zum deutschen BASF-Konzern gehörende Wintershall AG mit 37,5% Anteil beteiligt ist. Die Pan American Energy ist mit 25% beteiligt.

Abdruck honorarfrei. Copyright by BASF.

[TEXT-DOWNLOAD](#)

Abb. 25: Beispiel einer Bildbeschreibung auf der PR-DVD von BASF (Quelle: BASF 2006)

5.2.3 Möglichkeiten für „news aktuell“

Somit gibt das Unternehmen BASF große Geldbeträge für die kostenlose Bereitstellung von Pressebildern aus und würde aus Marketinggründen möglicherweise noch mehr investieren, um damit den Service für Journalisten bzw. Bildredakteure noch zu verbessern. Hier könnte der neue Bilderschließungs-Service von „news aktuell“ ansetzen. Denkbar wäre es, die gesamte Erschließung und Verschlagwortung der Presse-Bilder zu übernehmen oder eine kostengünstigere Version anzubieten, die nur vorsieht, dass die Bildbegleittexte ITPC-konform in Anlehnung an die Systematik von „news aktuell/dpa“ in die entsprechenden Felder eingearbeitet werden.

5.3 Pressebilder bei „Vodafone“

Das Unternehmen „Vodafone“ gehört zur „Vodafone-Gruppe“ und damit zu dem weltweit größten Mobilfunk-Unternehmen. Der Pressebereich auf der unternehmenseigenen, deutschen Homepage (www.vodafone.de) entspricht aber nicht den Erwartungen, die Journalisten an ein derartiges Portal stellen. Speziell wurde der Bereich für PR-Bilder vernachlässigt. Für das Bildarchiv wird keine Suchmaske zu Verfügung gestellt. Die PR-Bilder sind einfach unterschiedlichen Kategorien zugeordnet und untereinander verlinkt. Innerhalb einer Kategorie (im gewählten Beispiel: „Vodafone Zuhause DSL“) werden die Bilder ohne entsprechende Erschließung aufgelistet (s. Abb. 26), so dass sich Journalisten - auf der Suche nach geeignetem Bildmaterial – bis zum gewünschten Bild durchklicken müssen. Eine zweckmäßige und performante Bild-Recherche ist auf diese Weise nicht möglich. Die Folge ist, dass viele der gesuchten PR-Bilder einfach nicht gefunden werden.

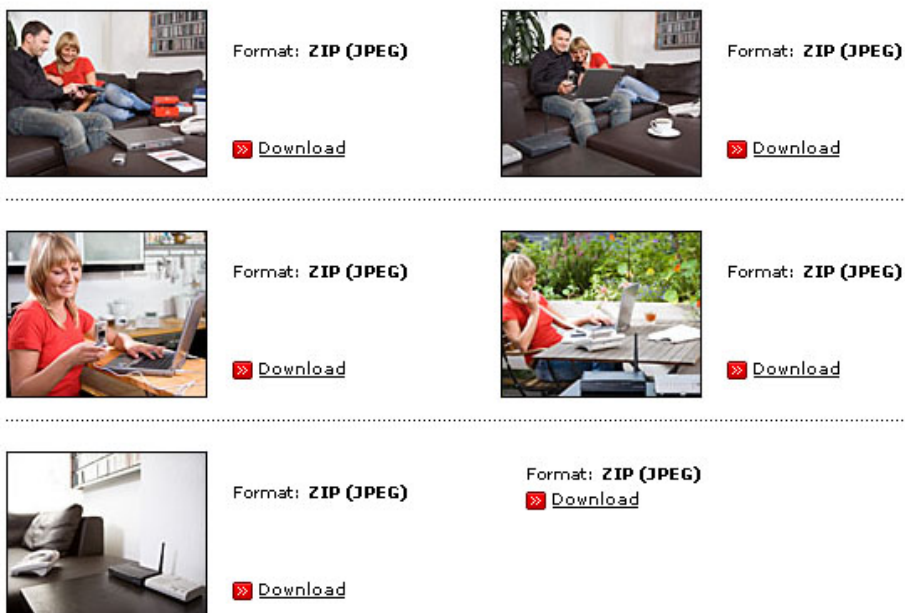
Vodafone Zuhause DSL

Abb. 26: Ausschnitt aus dem Bildarchiv von „Vodafone“ (Quelle: VODAFONE 2006)

5.3.1 Inhaltserschließung im Bildarchiv

Die archivierten Bilder im digitalen Bildarchiv von „Vodafone“ sind weder formal noch inhaltlich erschlossen. Es gibt keine Bildbegleittexte und damit auch keine weiterführenden Informationen, keine Bildüberschriften, keine Angaben zur Herkunft oder Datierung der Bilder. Auch die Bildrechte werden nicht geklärt. Eine Verschlagwortung wird ebenso wenig durchgeführt. Es fehlt auch eine Zuordnung zu entsprechenden Pressemitteilungen. Somit fehlen alle nötigen Informationen für den gewünschten Abdruck der Bilder. Das Datei-Format ist die einzige mitgelieferte Information (s. Abb. 26).

Zwar kündigt „Vodafone“ Bildinformationen zur Objektbeschreibung, Copyright und Nutzungsrechten im ITPC-Format an, hat dieses Versprechen bislang aber nicht eingehalten. Beim Download eines Bildes (als Beispiel s. a. Abb. 27) sind die ITPC-Felder gar nicht oder kaum ausgefüllt. Die Journalisten bzw. Bildredakteure erhalten weiterhin keine verwendbaren Informationen über das Bild. Somit hat „Vodafone“ die Problematik der Bilderschließung erkannt, verfügt aber anscheinend nicht über das nötige

Know-how bzw. Personal oder das entsprechende Zeitbudget für die richtige Durchführung. Aus diesem Grund nutzt das Unternehmen auch verstärkt die Serviceangebote des externen Dienstleisters „news aktuell“, wie z. B. „obs.komplett“(s. 2.2.4) und „obs.bilddatenbanken“(s. 5.1).



Abb. 27: Beispiel eines PR-Bildes aus dem Bildarchiv von „Vodafone“ (Quelle: VODAFONE 2006)

5.3.2 Möglichkeiten für „news aktuell“

Das Unternehmen „Vodafone“ ist anscheinend für die Thematik der Bilderschließung sensibilisiert und möglicherweise auch an einem zukünftigen Bilderschließungs-Service interessiert. In diesem Fall könnte „news aktuell“ die gesamte inhaltliche Erschließung der Bilder übernehmen und insbesondere die Formulierung eines professionellen Bildbegleittextes anbieten. Eine weitere Dienstleistung könnte darin bestehen, diese Bildbegleittexte ITPC-konform in die entsprechenden Felder einzuarbeiten. Auch eine Verschlagwortung der Bilder würde sich lohnen. Eine entsprechende Suchmaske mit der Auswahlmöglichkeit verschiedener Schlagworte würde die Bildrecherche entscheidend erleichtern.

5.4 Pressebilder bei „Microsoft“

Die „Microsoft Deutschland GmbH“ gehört zu einem der weltweit größten IT-Unternehmen und bietet auf der unternehmenseigenen Homepage (www.microsoft.com/germany) auch einen gut strukturierten und informativen Pressebereich für Journalisten. Die zugehörige Bilddatenbank des Unternehmens, die alle jemals von der „Microsoft Deutschland GmbH“ veröffentlichten Bilder umfasst, hält allerdings nicht den angestrebten Standard. Angeboten wird eine Suchmaske, in der nach Stichwörtern aus der Bildüberschrift oder dem Bildbegleittext gesucht werden kann (s. Abb. 28). Des Weiteren sind die PR-Bilder in jeweils 23 Rubriken ohne weitere Strukturierung eingeteilt, durch die sich die Journalisten durchklicken müssen. Die Bilder werden jeweils in kleinerer Auflösung (JPG-Format) und in Druckqualität (TIFF-Format) angeboten.

Unsere Bilddatenbank
Fotos zum Download

Hier finden Sie schnell und einfach Downloads aller Bilder, die von der Microsoft Deutschland GmbH veröffentlicht wurden - in kleiner Auflösung (JPG) und in Druckqualität (TIFF).

Sie suchen ein bestimmtes Bild?
Hier können Sie kombiniert nach Rubriken und Schlagworten suchen.

Schlagwort:

Sie suchen Bilder von unserem Unternehmen?
Hier sind sie - in kleiner Auflösung (JPG) und in Druckqualität (TIFF).

Management	Pressestelle	
Facts & Figures (4)	E-Government (1)	Veranstaltungen (47)
Kooperationen (14)	Aktionen (23)	Spokesperson (8)

Sie suchen Bilder von unseren Produktfamilien und Diensten?
Hier sind sie - in kleiner Auflösung (JPG) und in Druckqualität (TIFF).

Betriebssysteme (31)	Hardware (15)	sonstiges (6)
Hardware (14)	Betriebssysteme (14)	Office (30)
Macintosh (2)	sonstiges (7)	Server (22)
Business Solutions (9)	Visual Studio (3)	MSN (4)
Betriebssysteme (8)	Tablet PC (14)	PC-Hardware (13)

Abb. 28: Suchmaske für die Bilddatenbank bei „Microsoft“ (Quelle: MICROSOFT 2006)

5.4.1 Inhaltserschließung in der Bilddatenbank

Die Inhaltserschließung der PR-Bilder bei „Microsoft“ bzw. speziell die Formulierung der Bildbegleittexte wird sehr unterschiedlich ausgeführt. Zum einen werden wortreiche Bildbeschreibungen mit weiterführenden Informationen angeboten, die aber kaum den Bildinhalt wiedergeben (s. Abb. 29). Zum anderen gibt es Rubriken (z. B. „Hardware“), in denen die Inhaltserschließung aus dem schlichten Produktnamen besteht. Zu bemängeln sind auch fehlende Bildüberschriften, Herkunftsangaben und Klärungen von Bildrechten. Es gibt somit keine einheitliche, professionelle Inhaltserschließung der Bilder. Ferner wurde auch keine Verschlagwortung durchgeführt. Somit ist auch die Recherche nach Bildern eingeschränkt.

Gefundene Bilder zum Thema Veranstaltungen



"From Sheep to Shop" - Erfolgreiches "Smarter Fashion"-Seminar von Microsoft und Partnern für Modebranche. Rund 80 Experten aus der Mode- und Bekleidungsbranche haben am 1. „Smarter Fashion“-Seminar von Microsoft, Capgemini, sd&m AG sowie weiteren Partnern teilgenommen und somit zum Erfolg der Premiere beigetragen. Das eintägige Seminar mit Fachvorträgen, Podiums-diskussionen und Roundtables fand im Rahmen der Smarter-Fashion-Initiative in Neuss statt. Die erst im Mai 2006 gegründete Initiative unterstützt Unternehmen der Mode- und Textilbranche bei Entwicklung, Produktion, Logistik und Verkauf mit IT-Lösungen basierend auf einer zukunftsfähigen Microsoft-Plattform. Dieser ganzheitliche „Best-of-Suite“-Ansatz deckt erstmals die gesamte Wertschöpfungskette der Modebranche vom Design bis zum „Point of Sale“ ab. Auf dem „Smarter Fashion“-Seminar wurden neben den Herausforderungen der Branche auch Ideen diskutiert, wie Geschäftsmodelle erfolgsorientiert angepasst werden können. Anhand ausgewählter Praxisbeispiele der Sport Ebyl & Sports Experts AG sowie von s.Oliver, Gerry Weber, Charles Vögele und der Golfino AG wurden IT-gestützte Lösungsmodelle präsentiert. (20.09.2006).

Bilddownload
[JPEG](#) 72dpi, RGB

Abb. 29: Beispiel einer Bildbeschreibung aus der Bilddatenbank bei „Microsoft“ (Quelle: MICROSOFT 2006)

Auch in der Bilddatenbank von „Microsoft“ wird der ITPC-Standard in der Regel nicht eingehalten und vorhandene Informationen damit nicht übermittelt.

Wie aus dem Beispiel (s. Abb. 30) ersichtlich, gibt es Bilder, bei denen die ITPC-Felder teilweise ausgefüllt sind. Man stellt jedoch fest, dass die Felder vermutlich von dem Fotografen „Frank Ossenbrink“ ausgefüllt wurden. Dieser hat nämlich seine Kontaktdaten einschließlich der Bankverbindung angegeben. Ein Journalist oder Bildredakteur könnte dadurch den Eindruck gewinnen, er müsse für die Nutzung des Bildes zahlen. Der ITPC-Texte ist in diesem Beispiel also nur irreführend. Hieraus lässt sich schließen, dass

die Zuständigen in der Microsoft-Pressestelle den Standard nicht kennen oder nicht beachten. Dies allein ist schon bemerkenswert.



Abb. 30: Beispiel der ITPC-Nutzung in der Bilddatenbank von „Microsoft“ (Quelle: MICROSOFT 2006)

5.4.2 Möglichkeiten für „news aktuell“

Ein Unternehmen wie „Microsoft“ verfügt über ein großes Budget für seinen Pressebereich und für die Produktion von PR-Material. Die Herausforderung für „news aktuell“ besteht nun darin, die Entscheidungsträger von „Microsoft“ von der Notwendigkeit eines Bilderschließungs-Services zu überzeugen. Dabei sollten die genannten Defizite (wie im genannten Beispiel) aufgezeigt und entsprechende Lösungen angeboten werden. Auch hier bestünde also eine Marktlücke für den externen Dienstleister „news aktuell“ und die Möglichkeit die Geschäftsbeziehungen mit einem „Global Player“ auszubauen.

Der Service von „news aktuell“ könnte darin bestehen, eine einheitliche, professionelle Inhaltserschließung der Bilder anzubieten. Diese Standard-Erschließung würde u. a. einen kurzen, erklärenden Bildbegleittext und eine Bildüberschrift beinhalten, die ITPC-konform eingearbeitet werden. Außerdem könnten die Bilder mit Hilfe kontrolliertem Vokabular verschlag-

wortet werden. „Microsoft“ wäre so in der Lage, den Journalisten alle Informationen zu liefern, die für die Bild-Recherche und Bild-Nutzung benötigt werden.

5.5 Zusammenfassung

Die Analyse des Kundenpotentials lässt in den folgenden Punkten zusammenfassen, die bei der Entscheidung für oder gegen die Einführung eines Bilderschließungs-Services von Bedeutung sind:

- Es wurden drei große Unternehmen mit ihren Bilddatenbanken vorgestellt, in denen die eigenen PR-Bilder archiviert und zum Download angeboten werden. Der Bildredakteur muss bei einer thematischen Recherche erst einmal auf das Bildmaterial stoßen. Hier setzt die neue Geschäftsidee „obs.Bilddatenbanken“ von „news aktuell“ an. Den Kunden wird ermöglicht, ihre PR-Bilder in Datenbanken zu archivieren, in denen Journalisten ohnehin nach Bildmaterial recherchieren (s. 5.4). Bei diesem Angebot gäbe es wiederum die Möglichkeit Kombiangebote, mit einem vorangestellten Bilderschließungs-Service anzubieten. So könnte ein Kunde z. B. 50 Pressebilder erschließen und verschlagworten und diese dann in den genannten Bilddatenbanken archivieren lassen.
- Mit der neuen Dienstleistung „obs.bilddatenbanken“ erhält der Kunde die Möglichkeit, ein Thema visuell mit seinen Pressebildern zu „besetzen“. Als Beispiel könnte das Druckmaschinen-Unternehmen „Heidelberger Druck“ mit seinen Produktions-Bildern das Themengebiet „Maschinenbau“ umsetzen und diese in den Bilddatenbanken archivieren.
- In den Pressestellen der Unternehmen werden große Beträge in die kostenlose Bereitstellung von Bildern für Medien investiert, allerdings ohne Beachtung einer „mediengerechten“ Inhalterschließung. Die Herausforderung für „news aktuell“ besteht nun darin,

Entscheidungsträger potentieller Kundenfirmen darauf aufmerksam zu machen.

- Die Unternehmen geben zumeist nur einen kleinen Anteil ihrer PR-Bilder zur Distribution bei „news aktuell“ frei. Dies geschieht allein schon aus Kostengründen. Die weitaus größere Menge an Pressebildern wird entweder auf Trägermedien gespeichert und direkt an die Medien geschickt oder im Internet in eigenen digitalen Bildarchiven zum Download angeboten. Mit dem Bilderschließungs-Service könnte „news aktuell“ möglicherweise auch Zugriff auf die restlichen Bilder erhalten und mit Bildern Umsatz generieren, die nicht durch „news aktuell“ verbreitet werden.
- Für Journalisten bedeuten die schlecht, unzureichend oder gar nicht beschrifteten Pressebilder Mehrarbeit. Diese Bilder werden nicht im gewünschten Umfang von den Medien abgedruckt. Bilder ohne ITPC-Metatext werden nicht in den digitalen Presse-Bildarchiven abgelegt und stehen daher nicht für spätere Produktionen zur Verfügung. Ferner können die mit viel Aufwand produzierten Pressebilder in den unternehmenseigenen Bildarchiven kaum gefunden werden.
- Für „news aktuell“ besteht die Möglichkeit, mit den vorgestellten „Power-Kunden“ Pilotprojekte durchzuführen, um vor Einführung eines neuen Dienstes Erfahrungen zu sammeln. Sollten diese Kunden die neue Dienstleistung annehmen, könnte der Service auch einem weiteren Kundenkreis angeboten werden.
- Teilweise sind in Bilddatenbanken archivierte Bilder mit einem ausführlichen Bildbegleittext ausgestattet, der weiterführende Informationen anbietet (s. 5.1.1). Die Inhalterschließung ist aber fast nie ITPC-konform und dementsprechend nicht mit dem Bild verknüpft. Bei einem Download werden die Informationen nicht übermittelt.

Damit müssen diese entweder extra notiert bzw. gespeichert werden oder gehen verloren.

- Große Unternehmen investieren große Beträge in die kostenlose Bereitstellung von Pressebildern und würden vielleicht noch mehr Geld ausgeben, wenn damit der Service für Journalisten bzw. Bildredakteure zu verbessern wäre. Hier würde der Bilderschließungs-Service von „news aktuell“ ansetzen.
- Zum Teil haben die Unternehmen die Problematik der Bilderschließung schon erkannt, verfügen aber anscheinend nicht über das nötige Know-how bzw. Personal oder das entsprechende Zeitmanagement für die richtige Durchführung (s. 5.2.1). Somit könnte durchaus Interesse für einen Bilderschließungs-Service bestehen.
- Journalisten oder Bildredakteure stehen unter Zeitdruck und möchten schnell über das gesuchte Bildmaterial samt zugehörigen Informationen verfügen. Ferner ist ihnen an einer kostenfreien Nutzung der Bilder gelegen.
- Eine Herausforderung für „news aktuell“ besteht darin, die Entscheidungsträger in den Zielunternehmen von der Notwendigkeit eines Bilderschließungs-Services zu überzeugen. Dabei wäre es wichtig, die aktuell bestehenden Defizite aufzuzeigen und gemeinsam mit den Unternehmen Lösungen zu erarbeiten. Hierin könnte eine Marktlücke für den externen Dienstleister „news aktuell“ gesehen werden.

6. Aufwandsschätzung / Ressourcen

Diese Aufwandsschätzung befasst sich neben der wirtschaftlichen und technischen Machbarkeit vor allen Dingen mit der organisatorischen Umsetzung und der Verfügbarkeit von Ressourcen (wie z. B. Mensch, Maschinen, Material und Zeit) und ist ein wichtiger Bestandteil der vorliegenden Machbarkeitsstudie. In dieser wird analysiert, welcher Aufwand im Zusammenspiel mit welchen Ressourcen für die Einführung des Bilderschließungs-Services geleistet werden muss. Zum einen wird der Zeitaufwand geschätzt, der für das Ausfüllen von ITPC-Feldern und das Verschlagworten von Bildern aufgebracht werden muss. Auch muss der Zeitaufwand für die Formulierung eines Bildbegleittextes berücksichtigt werden. Dabei konnten eigene Erfahrungen aus der Praxis bei „news aktuell“ genutzt oder auf Einschätzungen von Fachleuten der Nachrichtenagentur „dpa“ zurückgegriffen werden.

Weiterhin ist der mögliche Ressourcen- und Personalaufwand und deren Bedeutung für „news aktuell“ zu diskutieren. Alle hier gegebenen Einschätzungen werden dann in das Kapitel „Auswertung und Diskussion der Ergebnisse“ (s. 7.) mit einfließen.

6.1 Zeitaufwand

Zur Aufwandsschätzung für die Bearbeitung bzw. Erschließung eines Bildes, kann wie bereits oben erwähnt auf eigene Erfahrungen aus der Praxis zurückgegriffen werden. Die regelmäßige Erschließung von Fernsehbildern in der Abteilung „Operations“ vermittelte einen Eindruck, mit welchem Zeitaufwand das Ausfüllen der ITPC-Felder und die Vergabe der Stichwörter bzw. Schlagworte verbunden sind. Dabei handelte es sich bei den Bildern allerdings um einfache Programmhinweise der verschiedenen Fernsehsender, so dass der Ablauf dementsprechend standardisiert war. In diesem Fällen wird der Bildbegleittext von den Sendern immer mitgeliefert und muss nur noch formal bearbeitet werden.

Aus diesem Grund wurden für eine Aufwandsschätzung neben den Erkundigungen bei Mitarbeitern von „news aktuell“ auch Meinungen aus der dpa-Dokumentation, von den dpa-Bildfunkern und den dpa-Fotografen eingeholt. Diese wurden in die Aufwandsermittlung einbezogen, wobei die Unterschiede zwischen den beiden Service-Versionen (s. 1.1) berücksichtigt wurden:

1. Der Standard-Service umfasst die durchschnittliche Bearbeitungszeit für die Erschließung bzw. Beschriftung eines Pressebildes, bei dem der Bildbegleittext schon vorliegt, die ITPC-Felder noch auszufüllen sind und die Stichwörter bzw. Schlagworte vergeben werden müssen. Der Arbeitsaufwand für diese Standard-Leistung wird mit ca. 3 Minuten pro Bild veranschlagt. Dabei ist die zusätzliche Zeit für das Handling der angelieferten CDs bzw. DVDs und die entsprechende Verknüpfung schon eingeplant. Ferner hängt der Aufwand jeweils vom einzelnen Bild ab und kann somit nur als Mittelwert angegeben werden. Bei einem normalen Porträt wird die Bearbeitungszeit natürlich deutlich geringer ausfallen als bei einem Bild mit einem komplexeren Inhalt.
2. Der erweiterte Service umfasst die durchschnittliche Bearbeitungszeit für die Erschließung eines Pressebildes (einbezogen das Ausfüllen der ITPC-Felder), die Verschlagwortung und die zeitintensive Formulierung eines Bildbegleittextes. Der Bearbeitungsaufwand für den erweiterten Service wird mit ca. 12 Minuten pro Bild veranschlagt. Dabei hängt dieser vor allen Dingen davon ab, wie viel Recherchezeit aufgebracht werden muss, um z. B. Namen von Personen, deren Funktion oder Titel herauszufinden. Des Weiteren ist die Bearbeitungszeit weitaus geringer, wenn ein Unternehmen größere Bildmengen mit ähnlichen Motiven erschließen lässt.

6.2 Personal

Bei der Einführung eines Bilderschließungs-Services müsste zusätzlich qualifiziertes Personal eingestellt werden. Besonders die Verfassung der

Bildbegleittexte wird viel Zeit und Erfahrung in Anspruch nehmen. Die Abteilung „Operations“ ist personell zu knapp besetzt, um noch eine weitere Dienstleistung anbieten zu können. Außerdem wäre dann zu überlegen, ob eine Fokussierung einiger Mitarbeiter auf den Bildbereich nicht sinnvoll erscheint (s. a. 3.2).

Auch wurde im Marktüberblick (s. a. 4.3) schon auf die Möglichkeit einer Kooperation mit einer Firma hingewiesen, die sich auf Bilddokumentation spezialisiert hat. In diesem Fall könnte „news aktuell“ die Bilderschließung außer Haus durchführen lassen, um so auf zusätzliches Personal verzichten zu können. Diese Maßnahme könnte helfen, das finanzielle Risiko zu verringern.

6.3 Ressourcen

Alle weiteren technischen und konzeptionellen Ressourcen, die bei einer möglichen Einführung eines Bilderschließungs-Services gebraucht werden, sind bei „news aktuell“ schon vorhanden bzw. werden im Zusammenhang mit den „obs-Verbreitungen“ schon genutzt. Für den Standard-Service werden lediglich Standard-Software wie „Photoshop“ oder „Caption Writer“ benötigt. Letztere dient zur Vereinfachung und Beschleunigung des Arbeitsprozesses. Benötigt wird auch die „dpa-Bildstichwortliste“. Diese Ressourcen werden aber ohnehin schon bei „obs-Verbreitungen“ eingesetzt. Auch für den erweiterten Service sind keine weiteren Ressourcen erforderlich. Somit müsste „news aktuell“ für diesen Bereich kein weiteres Kapital einsetzen.

6.4 Zusammenfassung

Die in diesem Kapitel gegebene und für das Folgekapitel benötigte Aufwandsschätzung soll hier noch einmal zusammenfasst werden:

- Für den Standard-Service beläuft sich die durchschnittliche Bearbeitungszeit für die Erschließung bzw. Beschriftung eines Pressebildes auf ca. 3 Minuten. Dabei sind schon alle zusätzlichen Arbeitszeiten (z. B. für das Handling der angelieferten CDs oder DVDs) und für

die zugehörige Verknüpfung eingerechnet. Demnach könnte eine Person, nach Abzug eventueller Pausen- und Kommunikationszeiten, pro Stunde ca. 14-16 Bilder erschließen.

- Der durchschnittliche Bearbeitungsaufwand ist nur theoretisch zu berechnen und variiert je nach Bild. Damit kann nur ein Mittelwert angegeben werden. Bei einem normalen Porträt wird die Bearbeitungszeit natürlich deutlich geringer ausfallen, als bei einem Bild mit einem komplexeren Inhalt.
- Bei dem erweiterten Service beläuft sich die durchschnittliche Bearbeitungszeit für die Erschließung eines Pressebildes auf ca. 12 Minuten. Demnach könnte eine Person, wiederum nach Abzug eventueller Pausen- und Kommunikationszeiten, ca. 3-4 Bilder pro Stunde erschließen und mit einem Bildbegleittext versehen.
- Der Arbeitsaufwand für den erweiterten Service hängt davon ab, wie viel Recherchezeit aufgebracht werden muss (etwa um Namen von Personen, Herkunftsorte oder brancheninterne Begriffe ausfindig zu machen).
- Die Bearbeitungszeit für den erweiterten Service wird weitaus geringer ausfallen, wenn ein Unternehmen größere Bildmengen mit ähnlichen Motiven erschließen lässt. So hat z. B. das Energie-Unternehmen BP mit „obs.Bilddatenbanken“ (s. 5.1) 85 Bilder in den entsprechenden Bilddatenbanken archivieren lassen. Hierbei wäre die Erschließung der Bilder und auch die Formulierung der Texte deutlich schneller vorangegangen, da die Bilder ähnliche Motive haben.
- Bei der Einführung eines eigenen Bilderschließungs-Services müsste qualifiziertes Personal eingestellt werden. Insbesondere die Recherche und die Formulierung von Bildbegleittexten nimmt beim erweiterten Service viel Zeit in Anspruch.

- Im Fall einer Kooperation mit einer externen Firma könnte „news aktuell“ auf zusätzliches Personal verzichten. Diese Maßnahme könnte helfen, das finanzielle Risiko zu verringern.
- Alle weiteren technischen und konzeptionellen Ressourcen, die bei einer möglichen Einführung eines Bilderschließungs-Services gebraucht werden, sind bei „news aktuell“ schon vorhanden bzw. werden im Zusammenhang mit der „obs-Verbreitungen“ schon genutzt. Somit müsste „news aktuell“ für diesen Bereich kein weiteres Kapital einsetzen

7. Auswertung und Diskussion der Ergebnisse

Diese Machbarkeitsstudie wird dazu verwendet, um das mögliche Angebot einer zusätzlichen Dienstleistung zu planen. Unter Einbeziehung aller Analysen wird in diesem Kapitel eine Bewertung bzw. Einordnung vorgenommen, wobei in Anlehnung an eine SWOT-Analyse²⁸, die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Einführung eines Bilderschließungs-Services gegenübergestellt werden. Dabei beziehen sich die Schwächen vorrangig auf die Inhaltserschließung bei „obs-Verbreitungen“, welche in der Ist-Analyse (s. 3.) aufgezeigt wurden, stehen aber im engen Bezug zu der neuen Dienstleistung.

Auf Basis dieser Bewertung wird eine Entscheidung darüber getroffen, ob die Einführung eines Bilderschließungs-Services für „news aktuell“ machbar wäre und ob sich das neue Dienstleistungs-Angebot lohnen würde. Dazu sollen Argumente für oder gegen die Einführung dieses Dienstes abgewogen werden. Die getroffene Entscheidung wird dann maßgeblich für die ausgesprochene Empfehlung sein.

7.1 Stärken / Schwächen-Analyse

Stärken	Schwächen
„news aktuell“ ist mit seiner Vormachtstellung bei der Bilddistribution und der Verbindung zur dpa im untersuchten Themenbereich nahezu konkurrenzlos.	Für „obs-Verbreitungen“ werden keine Schlagworte aus der „dpa-Bildstichwortliste“ benutzt.

²⁸ Die SWOT-Analyse (engl. für Strengths, Weaknesses, Opportunities und Threats) ist ein Werkzeug des strategischen Managements, mit dem Ziel die Machbarkeit und Akzeptanz von Geschäfts- und Systemideen zu prüfen. In dieser Methode werden sowohl innerbetriebliche Stärken und Schwächen (Strength-Weakness), als auch externe Chancen und Gefahren (Opportunities-Threats) betrachtet, welche die Handlungsfelder des Unternehmens betreffen. Aus der Kombination der Stärken/Schwächen-Analyse und der Chancen/Gefahren-Analyse kann eine ganzheitliche Strategie für die weitere Ausrichtung der Unternehmensstrukturen und der Entwicklung der Geschäftsprozesse abgeleitet werden. (vgl. WIKIPEDIA 2006 d und HAGGE 2005).

Ein Bilderschließungs-Service in dem geplanten Rahmen und unter den genannten Voraussetzungen, wie ihn „news aktuell“ möglicherweise anbieten könnte, existiert zur Zeit nicht. Daraus resultiert ein Alleinstellungsmerkmal für „news aktuell“.	Es gibt kein regelmäßiges Update der Stichwörter bzw. Schlagworte.
„news aktuell“ erfüllt mit der Verbreitung von Bildern als ökonomische sowie fachliche Grundlage gute Voraussetzungen, die keine andere Firma aufweisen kann.	Die Erfahrung aus dem Originalbildservice zeigt, dass Bildbegleittexte, die von Unternehmen geliefert werden, oft unzureichend sind.
Alle technischen sowie konzeptionelle Ressourcen, die bei einer möglichen Einführung eines Bilderschließungs-Services gebraucht werden, sind bei „news aktuell“ schon vorhanden bzw. werden bei „obs-Verbreitungen“ schon genutzt.	„news aktuell“ hat nur eine einfache Schlagwort-Liste und keinen Thesaurus.

Tab. 1: Stärken / Schwächen-Analyse

7.1.1 Bewertung

Die genannten Stärken und Schwächen der neuen Dienstleistung erscheinen zunächst sehr ausgeglichen, sind aber von unterschiedlicher Qualität. Die Schwächen, welche sich aus der Ist-Analyse der „obs-Verbreitungen“ ergaben, sind leicht zu beseitigen. So ist z. B. die dpa-Stichwortliste schon vorhanden und muss gegebenenfalls nur noch in das neue Verbreitungstool „MediaBoss“ integriert werden. Diese Liste wird auch dpa-intern regelmäßig modifiziert. Des Weiteren kann bei einer erfolgreichen Einführung eines Bilderschließungs-Services auch langfristig geprüft werden, ob die Entwicklung eines eigenen Thesaurus für „news aktuell“ profitabel wäre. Ferner werden die Bildbegleittexte, welche von den dpa-Bildfunkern kritisiert wurden, von den Kunden mitgeliefert und nur in seltenen Fällen abgeändert. Dieser Umstand würde sich bei der erweiterten Service-Variante ändern. Hier müsste qualifiziertes Personal die Bildbegleittexte unter Beachtung der dpa-Anforderungen verfassen. Hierdurch ließe sich die Qualität der Bildbegleittexte deutlich steigern.

Die aufgezeigten Stärken sind hier schwerer zu gewichten. Das Alleinstellungsmerkmal und das Fehlen von ernstzunehmender Konkurrenz sind ausschlaggebende Argumente für die Einführung eines Bilderschließungs-

Services. Auch die Verbreitung von Bildern als ökonomische sowie fachliche Grundlage von „news aktuell“ ist gut mit der neuen Dienstleistung kombinierbar. Der neue Service kann damit als Weiterentwicklung und Ergänzung zur Produktpalette verstanden werden. Außerdem verfügt „news aktuell“ über alle technischen sowie konzeptionellen Ressourcen, die bei der Einführung eines Bilderschließungs-Services benötigt werden. So muss hierfür kein Budget eingerichtet werden.

7.2 Chancen / Risiken-Analyse

Chancen:	Risiken:
Bei der Bilderschließung wäre es sinnvoll Begriffe, die nicht im Thesaurus oder in der Stichwortliste zu finden sind, in den Bildbegleittext zu integrieren oder einfach, durch Kommata voneinander getrennt, anzuhängen.	Vor Einführung eines Bilderschließungs-Services sollte die qualitative Verbesserung der Schlagworte bzw. Stichwörter stehen.
Es besteht die Möglichkeit, eine Kooperation einzugehen und die Bilderschließung außer Haus durchführen zu lassen. Hierbei bräuchte „news aktuell“ kein weiteres Personal einzustellen und das finanzielle Risiko verringerte sich.	Die Abteilung „Operations arbeitet mit dem momentanen Meldungsvolumen hart an der Kapazitätsgrenze. Ein zusätzlicher Service wäre kaum zu leisten. Bei Einführung eines Bilderschließungs-Services müsste qualifiziertes Personal eingestellt werden. Insbesondere das Verfassen der Bildbegleittexte würde viel Zeit in Anspruch nehmen.
Bei Bildagenturen wird die Bilderschließung fast ausschließlich mit dem ITPC-Standard durchgeführt. PR-Agenturen und Pressestellen kennen diesen Standard zum Teil gar nicht. „news aktuell“ könnte für Aufklärung sorgen und damit Interesse streuen.	Die Nützlichkeit der neuen Dienstleistung wird nicht erkannt. Der Bedarf muss in den PR-Agenturen und Pressestellen erst geweckt werden.
Die Bearbeitungszeit für den erweiterten Service ist weitaus geringer, wenn ein Unternehmen größere Bildmengen mit ähnlichen Motiven erschließen lässt. So würde aber eher der Regelfall aussehen.	Der durchschnittliche Bearbeitungsaufwand ist nur ein Mittelwert und variiert je nach Bild. Der Bearbeitungsaufwand für den erweiterten Service hängt außerdem davon ab, wie viel Recherchezeit aufgebracht werden muss. Der Aufwand könnte in der Praxis also auch höher ausfallen.
„news aktuell“ hat einen leistungsfähigen Vertrieb, einen großen Stamm von Kunden, die andere Dienstleistungen im Bildbereich bereits nutzen und mächtige Kommunikationsinstrumente wie z. B. Mailing-Aktionen oder Infoveranstaltungen.	Der neue Service würde einen hohen kommunikativen Aufwand erfordern, um Bedarf zu wecken, Kunden zu überzeugen und das Produkt zu verkaufen.

Chancen:	Risiken:
Der neue Service könnte positive Rückwirkungen und Verknüpfungsmöglichkeiten auf vorhandene Dienstleistungen im Bildbereich (wie „obs“ oder „obs.Bilddatenbanken“) bewirken.	Die neue Dienstleistung benötigt einen hohen Beratungs- und Kommunikationsaufwand, der in keinem Verhältnis zu dem erwartenden Ergebnis steht.
Mit dem Bilderschließungs-Service könnte „news aktuell“ ein neues, profitables und zukunftsorientiertes Geschäftsfeld etablieren.	Der neue Service könnte sich als unwirtschaftlich erweisen.
Die archivierten Bilder in den Bilddatenbanken der Unternehmen sind teilweise mit einem ausführlichen Bildbegleittext ausgestattet, der weiterführende Informationen anbietet. Diese Inhaltserschließung ist aber nicht mit dem Bild verknüpft. Bei einem Download werden die Informationen nicht übermittelt. Zum Teil haben die Unternehmen die Problematik der Bilderschließung sogar schon erkannt, verfügen aber nicht über das nötige Know-how bzw. Personal für die richtige Durchführung.	Die Unternehmen erkennen auf Grund fehlenden Fachwissens im Bildbereich nicht die Notwendigkeit einer ITPC-konformen Bildbeschriftung.
Die Abnehmer auf der Medienseite wünschen sich eine professionelle Bilderschließung auch bei PR-Bildern. Hier ist der Bedarf also schon geweckt.	
Die Unternehmen geben zumeist nur einen Bruchteil ihrer PR-Bilder zur Distribution bei „news aktuell“ frei. Die weitestgehend größere Menge an Pressebildern bleibt bei den Unternehmen. Mit dem Bilderschließungs-Service könnte „news aktuell“ auch mit Bildern Umsatz generieren, die nicht durch „news aktuell“ verbreitet oder archiviert werden.	
Mit den vorgestellten „Power-Kunden“ könnte „news aktuell“ Pilotprojekte durchführen, um praktische Erfahrungen vor der eigentlichen Einführung zu sammeln.	
Es gäbe die Möglichkeit Kombi-Angebote aus Erschließung und Distribution oder Archivierung anzubieten.	

Tab. 2: Chancen / Risiken-Analyse

7.2.1 Bewertung

Zunächst ist das Verhältnis von Chancen und Risiken zu bewerten. Den genannten Risiken stehen bei Einführung eines Bilderschließungs-Service deutlich mehr Chancen gegenüber. Außerdem werden die Risiken durch

die ihnen gegenübergestellten Chancen annähernd ausgeglichen (s. Farbschattierung). So müsste vor der Einführung eines Bilderschließungs-Services eigentlich die qualitative Verbesserung der Schlagworte bzw. Stichwörter stehen, doch könnten bei der Verfassung der Bildbegleittexte Begriffe, die nicht in der Stichwortliste enthalten sind, in den Text integriert oder einfach, durch Kommata voneinander getrennt, angehängt werden. So könnte eine mögliche fehlende Qualität der Schlagworte kompensiert und ferner ein größeres Spektrum an Begriffen (wie z. B. auch an Synonymen) abgedeckt werden.

Die Abteilung „Operations“ arbeitet bei dem momentanen Meldungsvolumen hart an der Kapazitätsgrenze. Bei der Einführung eines Bilderschließungs-Services müsste also Personal eingestellt werden, da insbesondere das Verfassen der Bildbegleittexte große Erfahrung erfordert und viel Zeit in Anspruch nimmt. Daraus resultieren höhere Personalkosten und ein finanzielles Risiko. Eine Alternative stellt die Kooperation mit einem externen Dienstleister dar. Hierbei könnte man auf zusätzliches Personal verzichten und ginge ein geringeres, finanzielles Risiko ein - allerdings bei Verringerung der Margen.

Bei Bildagenturen wird die Bilderschließung fast ausschließlich mit dem ITPC-Standard durchgeführt. PR-Agenturen und Pressestellen kennen diesen Standard zum Teil gar nicht. Somit besteht das Risiko, dass ein Nutzen aus der neuen Dienstleistung nicht erkannt und damit auch nicht gewürdigt wird. Der Bedarf muss in den PR-Agenturen und Pressestellen erst geweckt werden. Hier könnte „news aktuell“ für Aufklärung sorgen und Interesse streuen.

Der Bearbeitungsaufwand für den erweiterten Service ist mit ca. 12 Minuten pro Bild ziemlich zeitintensiv und hängt vor allen Dingen davon ab, wie viel Recherchezeit aufgebracht werden muss, um etwa Namen von Personen, Herkunftsorte oder brancheninterne Begriffe ausfindig zu machen. Diese zeitintensive Aufgabe würde aber weitgehend wegfallen, wenn die Unternehmen die wichtigsten Informationen z. B. in einer Excel-Tabelle

mitliefern würden. Außerdem variiert die Bearbeitungszeit je nach Inhalt des Bildes. Außerdem ist zu beachten, dass der Bearbeitungsaufwand für den erweiterten Service dann weitaus geringer ausfällt, wenn ein Unternehmen größere Bildmengen mit ähnlichen Motiven erschließen lässt. Diese Situation würde aber eher den Regelfall darstellen.

Es ist davon auszugehen, dass der neue Service einen hohen Beratungs- und Kommunikationsaufwand erfordert, um aufzuklären, Bedarf zu wecken, Kunden zu überzeugen und das Produkt zu vermarkten. Hier besteht das Risiko darin, dass dieser Aufwand in keinem Verhältnis zu dem finanziellen Ergebnis steht und sich der neue Service damit als unwirtschaftlich erweist. „news aktuell“ verfügt jedoch über einen leistungsfähigen Vertrieb, einen großen Kundenstamm, die bereits andere Dienstleistungen im Bildbereich nutzen und mächtige Kommunikationsinstrumente wie Mailing-Aktionen oder Infoveranstaltungen. Ferner könnte der neue Service positive Rückwirkungen auf vorhandene Dienstleistungen im Bildbereich, wie „obs“ oder „obs.Bilddatenbanken“, bewirken. Daraus könnten sich auch wiederum Verknüpfungsmöglichkeiten zwischen den schon etablierten Diensten und dem neuen Bilderschließungs-Service ergeben. Somit hat „news aktuell“ die Chance, mit dem Bilderschließungs-Service ein neues, profitables und zukunftsorientiertes Geschäftsfeld aufzubauen.

Die archivierten Bilder in den Bilddatenbanken der Unternehmen sind teilweise mit einem ausführlichen Bildbegleittext ausgestattet, der weiterführende Informationen anbietet. Diese Inhaltserschließung ist aber nicht mit dem Bild verknüpft. Das Risiko besteht nun darin, dass Unternehmen auf Grund fehlenden Fachwissens im Bildbereich nicht die Notwendigkeit einer ITPC-konformen Bildbeschriftung erkennen. Doch haben einige Pressestellen die Problematik der Bilderschließung zum Teil sogar schon erfasst, sind aber aus den bereits diskutierten Gründen nicht in der Lage, den ITPC-Standard umzusetzen. Die Herausforderung bzw. Chance für „news aktuell“ besteht nun darin, das tatsächliche Problem auf Kundenseite in einen „gefühlten Bedarf“ umzuwandeln.

7.3 Entscheidung

In diesem Kapitel wurden bisher die wichtigsten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken gegenübergestellt und ausgewertet. Auch wurde eine Einordnung nach Qualität und Gewicht vorgenommen. Nach diesem Ergebnis und im Rückblick auf die gesamte Studie ist der erste Teil der Einstiegsfrage „Ist die Einführung eines Bilderschließungs-Services für „news aktuell“ machbar?“ durchweg positiv zu beantworten. Das Unternehmen „news aktuell“ hat die erforderlichen Ressourcen, den finanziellen Hintergrund, das nötige Know-how und den geeigneten Kundenkreis, um die neue Dienstleistung anbieten zu können.

Der zweite Teil der Einstiegsfrage „Würde sich der Service für „news aktuell“ lohnen?“ ist entschieden komplexer und dementsprechend auch schwieriger zu beantworten. Hierbei muss wiederum auf das Verhältnis zwischen den Stärken und Schwächen sowie den Chancen und Risiken verwiesen werden, die eine Einführung der neuen Dienstleistung mit sich bringen würde. Die aufgezeigten Stärken sind dabei ausschlaggebend. Das Alleinstellungsmerkmal und das Fehlen von ernstzunehmender Konkurrenz sind bedeutende Argumente für die Einführung eines Bilderschließungs-Services. Außerdem sind alle technischen sowie intellektuellen Ressourcen, die bei der Einführung eines Bilderschließungs-Services gebraucht werden, bei „news aktuell“ schon vorhanden. Hierfür dürften keine weiteren finanziellen Mittel benötigt werden. Die genannten Schwächen dagegen sind relativ leicht zu revidieren. Dies sollte vor der Einführung der neuen Dienstleistung aber auch uneingeschränkt geschehen.

Auch die potentiellen Chancen haben ein stärkeres Gewicht als die vermeintlichen Risiken. Die Einführung eines Bilderschließungs-Services impliziert zusätzliche Personalkosten und damit ein erhöhtes finanzielles Risiko. In dieser Studie wurde aber auch die Option diskutiert, eine Kooperation einzugehen und eine externe Bilderschließung einzukaufen. Dies würde wiederum auch den Bearbeitungsaufwand, der für den erweiterten Service mit ca. 12 Minuten pro Bild ziemlich zeitintensiv ist, entscheidend reduzieren. Mit den vorgestellten „Power-Kunden“ könnte „news aktuell“

außerdem Pilotprojekte durchführen, um praktische Erfahrungen vor der eigentlichen Einführung zu sammeln. Eine Aufgabe für „news aktuell“ sollte darin bestehen, den Nutzen einer professionellen und standardisierten Bilderschließung zu kommunizieren. Die Abnehmer auf der Medienseite wünschen sich nämlich auch bei PR-Bildern eine professionelle Bilderschließung. Hier ist der Bedarf also schon geweckt. Des Weiteren geben die Unternehmen zumeist nur einen Bruchteil ihrer PR-Bilder zur Distribution bei „news aktuell“ frei. Mit dem Bilderschließungs-Service könnte nun auch mit Bildern Umsatz generiert werden, die nicht durch „news aktuell“ verbreitet oder archiviert werden. Ferner gäbe es die Möglichkeit Kombi-Angebote aus Erschließung und Distribution oder Archivierung anzubieten und den Kunden damit ein Allround-Paket im Bild-Bereich zu ermöglichen.

In Abwägung aller Chancen und Risiken ist, unter Berücksichtigung der zuletzt angestellten Überlegungen, auch der zweite Aspekt der Frage positiv zu beantworten. So das diese Studie zu dem Schluss kommt, dass die Einführung eines Bilderschließungs-Services sich für „news aktuell“ durchaus lohnen könnte.

7.4 Empfehlung

Auf der SWOT-Analyse aufbauend, wird „news aktuell“ die Einführung eines Bilderschließungs-Services empfohlen. Diese Empfehlung ist aber an bestimmte Bedingungen geknüpft. Sollte die Erschließung der Bilder intern geleistet werden, müsste auf jeden Fall der Personalstamm erweitert werden. Die nach Meinung der Verfasserin bessere Variante besteht in einer Kooperation mit einem Unternehmen, das sich auf Bilddokumentation spezialisiert hat und durch „news aktuell“ mit der Bilderschließung beauftragt wird. In Frage käme hier die Hamburger Firma DOKFÜNF, die schon im Marktüberblick vorgestellt wurde (s. 4.1.1 und 4.3). Im Falle einer Kooperation wäre das finanzielle Risiko reduziert. Der Kooperationspartner würde nur dann beliefert werden, wenn auch Aufträge von Kunden vorliegen.

Des Weiteren wird empfohlen, zunächst nur den Standard-Service anzubieten und zwar unabhängig davon, ob die Bilderschließung „inhouse“ oder von einem Kooperationspartner durchgeführt wird. Die ITPC-konforme Erschließung und Verschlagwortung der Bilder könnten auch von einer aufgestockten Abteilung „Operations“ geleistet werden. Der Arbeitsprozess wäre dem, der Dienstleistung „obs.Bilddatenbanken“ ähnlich (s. 5.1) mit einer relativ gering veranschlagten Bearbeitungszeit (s. 6.1). Der erweiterte Service hingegen erweist sich als weitaus zeit- und dadurch kostenintensiver. Dem gegenüber bietet ein stufenweiser Aufbau des Bilderschließungs-Dienstes, beginnend mit dem Standard-Service, den Vorteil, dass sich „news aktuell“ zunächst einen Marktüberblick verschaffen kann und den erweiterten Service erst dann anbietet, wenn genügend Bedarf besteht.

8. Schlussbetrachtung und Ausblick

In der vorliegenden Arbeit wurde diskutiert, inwieweit sich die Einführung eines Bilderschließungs-Services für das Unternehmen „news aktuell“ lohnen würde. Auf Grund dieser sehr speziellen Aufgabenstellung aus der Praxis und dem starken Bezug zu „news aktuell“ war es schwer geeignete Fachliteratur zu verwenden. Dementsprechend musste zumeist auf interne Dokumente, Kommunikations-Beläge oder aktuelle Internetressourcen zurückgegriffen werden. Damit bestand außerdem die Gefahr, dass die Arbeit zu werbelastig geriet. So mussten einerseits unternehmenseigene Interessen und andererseits wissenschaftliche Objektivität gewahrt bleiben.

Bei dem Versuch eines „Marktüberblickes“ (s. 5.) ergab sich eine weitere Schwierigkeit. Die Recherche nach Firmenangeboten erwies sich als äußerst schwierig, da ein professioneller Bilderschließungs-Service in dem von „news aktuell“ konzipierten Rahmen zurzeit überhaupt nicht angeboten wird und somit konkurrenzlos wäre. Vielmehr musste sich der Überblick gezwungenermaßen auf die Geschäftsmodelle der wenigen Unternehmen beschränken, die überhaupt Dienstleistungen im Bereich der Bilderschließung anbieten. Ferner waren die potenziellen Konkurrenzunternehmen kaum bereit, Informationen z. B. über Instrumente der Inhaltserschließung oder Preise herauszugeben, so dass im Wesentlichen nur Informationen aus Werbebroschüren und Internetauftritten zur Verfügung standen. Aus diesen Gründen konnte eine anfangs geplante Konkurrenzanalyse (im strikten Sinn) nicht durchgeführt werden.

Durch die zukünftige Tätigkeit im Unternehmen „news aktuell“ besteht die Möglichkeit, die weiteren Entwicklungen der diskutierten Dienstleistung mitverfolgen zu können. Von besonderem Interesse wird hierbei sein, ob und in welchem Umfang die gewonnenen Erkenntnisse umgesetzt werden.

Am Ende der vorliegenden Arbeit möchte die Verfasserin die Gelegenheit nutzen, sich bei Frau Prof. Ulrike Spree und Frau Jutta Lindenthal für Themenvorschläge, Anregungen und eine kompetente Betreuung der Diplomarbeit zu bedanken. Die Verfasserin möchte sich ebenfalls für die freundli-

che Unterstützung durch „news aktuell“ bedanken, insbesondere bei dem firmeninternen Betreuer Herrn Frank Schleicher, ohne dessen Bereitschaft zur engen Zusammenarbeit diese Arbeit gar nicht zustande gekommen wäre.

9. Literatur-/Quellenverzeichnis**AGENTURPROFIS 2006**

Rittmeyer, Wolfram, agenturprofis.de (Hrsg.): AGENTURPROFIS : Privatinitiative arbeitssuchender Bildagentspezialisten [Online Ressource]. - <<http://www.agenturprofis.de>> [Stand 2006-10-09]

ARCUS 2006

A.R.C.U.S. Gesellschaft für elektronische Archivierung mbH (Hrsg.): ARCUS : Digitalisierung, Archivierung, Dokumentation, Pressespiegel [Online Ressource]. - <<http://www.arcus-hh.de/cml/site/index.php?area=home>> [Stand 2006-05-25]

ARTUR 2006

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Tölle, Frank, artur Architekturbilder Agentur GmbH (Hrsg.): artur. - <<http://www.artur-photo.de>> [Stand 2006-11-03]

BASF 2006

BASF Aktiengesellschaft, Kommunikation BASF-Gruppe (Hrsg.): BASF : The Chemical Company. Bildergalerie [Online Ressource] <<http://corporate.basf.com/de/presse/fotos/?id=gOp1X9hS9bcp-9>> [Stand 2006-12-14]

BASF-DVD 2006

BASF – The Chemical Company (Hrsg.): Corporate Pressefotos. - 1 DVD Ludwigshafen, 2006

BERGMANN 2006

Bergmann, Monika: Die Bilderjagd : Beruf des Bildredakteurs / von Monika Bergmann. - Sinzheim : PIAG, Presse-Informations-AG, 2006
196 S. : zahlr. Ill. ; 23 cm, 370 gr.
3-921864-50-X *Pb. : EUR 38.00

BUSINESS-WISSEN 2006

Fleig, Jürgen ; Wallmeier, Werner, b-wise GmbH (Hrsg.): Business Wissen Information Service [Online Ressource]. - <<http://www.business-wissen.de/de/baustein/bs6/>> [Stand 2006-04-28]

DOKFÜNF 2006

Geschäftsleitung: Schulz, Rüdiger ; Witt, Paul ; Wohler, Bernd (Hrsg.): DOKFÜNF : Mediendokumentation GbR [Online Ressource] <<http://www.dokfuenf.de>> [Stand 2006-05-11]

DPA-BILDDATENBANK 2006

deutsche Presse-Agentur GmbH (Hrsg.): dpa-Bilddatenbank : Bilddatenbank der dpa-Bilderdienste [Online Ressource] <<http://bilddatenbank.dpa.de/>> [Stand 2006-09-08]

DPA PICTURE-ALLIANCE 2006

dpa Picture-Alliance GmbH (Hrsg.): pa : Picture-Alliance [Online Ressource]. - <<http://www.picture-alliance.com/>> [Stand 2006-09-08]

GETABSTRACT 2006

getAbstract AG (Hrsg.): getAbstract : compressed knowledge. Die weltweit größte Online-Bibliothek von Buchzusammenfassungen [Online Ressource]. - <<http://www.getabstract.com/index.jsp>> [Stand 2006-05-25]

HAGGE 2005

Hagge, Lars: Informationsmanagement beherrschen mit UML Modellen / Lars Hagge. Hamburg: Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg. Fachbereich Bibliotheks- und Informationsmanagement, 2005. Vorlesung im Sommersemester 2005

IML 2006

Fraunhofer Institut für Materialfluss und Logistik ; Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung e.V. (Hrsg.): Planung von Materialflusssystemen : Ist-Analyse [Online Ressource] <<http://www.iml.fraunhofer.de/437.html>> [Stand 2006-05-11]

IPTC 2006

International Press Telecommunications Council (Hrsg.): IPTC : International Press Telecommunications Council [Online Ressource]. Royal Albert House, Sheet Street Windsor, Berkshire SL4 1BE, United Kingdom. <<http://www.ipdc.org/pages/index.php>> [Stand 2007-01-05]

KAPPA 2006

kappa motion media GmbH (Hrsg.): kappa motion media [Online Ressource]. - <http://www.kappa-mm.de/index.php?area=ueberuns_profil> [Stand 2007-01-19]

KARFUNKE 2006

Karfunke, Tobias: Die Konkurrenzanalyse [Online Ressource] / Autor: Tobias Karfunke. Personal und Unternehmensberatung. - <<http://www.kundenbeziehungen.com/downl/analyse/konkur.pdf>> [Stand 2006-05-05]

LEBRECHT 2004

Lebrecht, Heike: Methoden und Probleme der Bilderschließung [online] / Heike Lebrecht. Köln: Fachhochschule Köln. Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften, Institut für Informationswissenschaft, 2004.(Kölner Arbeitspapiere zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft; 42) ISSN (elektronische Version)1434-1115. - <<http://www.fbi.fh-koeln.de/institut/papers/kabi/volltexte/band042.pdf>> [zit. 2006-05-05]

MECOM 2006

mecom Medien-Communications-Gesellschaft mbH (Hrsg.): mecom-Datenbank : Der Marktplatz für Bilder & Grafiken [Online Ressource] <<http://datenbank.mecom.de>> [Stand 2006-09-08]

MEDIACOLORS 2006

Inhaber: Müller, Paul (Hrsg.): mediacolor's Bildagentur & -Produktion [Online Ressource]. - <<http://www.mediacolors.com>> [Stand 2006-11-03]

MICROSOFT 2006

Microsoft Deutschland GmbH. (Hrsg.): MICROSOFT : Bilddatenbank [Online Ressource] <<http://www.microsoft.com/germany/presseservice/service/bilddatenbank/default.aspx>> [Stand 2006-12-14]

NEWS AKTUELL 2006 a

Geschäftsführung: Meyer, Carl-Eduard ; Stadthoewer, Frank, news aktuell GmbH (Hrsg.): news aktuell : DER PRESSESERVICE [Online Ressource] <<http://www.newsaktuell.de>> [Stand 2006-05-06]

NEWS AKTUELL 2006 b

Geschäftsführung: Meyer, Carl-Eduard ; Stadthoewer, Frank, news aktuell GmbH. (Hrsg.): news aktuell : PR-Fotografie 2005. Journalisten fordern standardisierte Beschriftung von Pressebildern [Online Ressource] <<http://www.presseportal.de/story.htx?nr=759619&search=iptc>> [Stand 2006-08-12]

NEWS AKTUELL 2006 c

news aktuell. Ein Unternehmen der dpa-Firmengruppe (Hrsg.): news aktuell : Services und Preise. 2006 [Gültig für 2006]. 3.2006-2000

PHOTOSHOP 2006

Adobe Systems GmbH (Hrsg.): Adobe Photoshop (Dateiform) Version 6.0.1. Ort, 2006. Dateigröße: 1,61 KB (1.657 Bytes)

PIAG 2006

Vorstand: Brinzer, Dieter, PIAG Presse Informations AG (Hrsg.): PIAG [Online Ressource]. - <<http://www.piag.de/cgi-bin/de/root.pl>> [Stand 2006-10-24]

PICTURE PRESS 2006

Geschäftsführer: Borek, Martin, Bild- und Textagentur GmbH (Hrsg.): Picture Press [Online Ressource] <<http://www.picturepress.de/index.php>> [Stand 2006-10-21]

PLAAS 2006

Plaas, Theda: Bilderschließung mit TOPICS : Planung, Entwurf und Aufbau eines Thesaurus zur Computergestützten Erschließung von Filmbildern im Archiv der Verlagsgruppe Milchstraße ; (Thesaurus of Pictures for Indexing Cinema Stills) / Theda Plaas. Hamburg, 1999. 138 S., Anlagen. : Ill. Hamburg, Fachhochschule, Fb Bibliothek und Information, Diplomarbeit, 1999

PR-FOTOGRAFIE 2005

news aktuell. ein Unternehmen der dpa-Firmengruppe (Hrsg.): PR-Fotografie 2005 : Befragung von Bildredakteuren, Ressortleitern und CvDs tagesaktueller Medien zur Nutzung von PR-Bildern Hamburg, 2005.

PRESSEPORTAL 2006

Geschäftsführung: Meyer, Carl-Eduard ; Stadthoewer, Frank, news aktuell GmbH (Hrsg.): PRESSEPORTAL : Das Presseportal ist ein Service von news aktuell [Online Ressource]. - <<http://www.presseportal.de/>> [Stand 2006-09-08]

PROJEKT MAGAZIN 2006

Lügger, Thomas (Hrsg.): Projekt Magazin : Projektmanagementkatalog. Die deutschsprachige Hybrid-Suchmaschine Rund um Projektmanagement

[Online Ressource]. - <<http://www.projektmagazin.de/index.html>> [Stand 2006-05-04]

RAMISCH 2005

Ramisch, Alexander: Konzeption einer Bilddatenbank [Online Ressource] / Alexander Ramisch. 13. Januar 2005
<<http://72.14.207.104/search?q=cache:cE2nAgWwSMoJ:www.pixafe.com/downloads/KonzeptBilddatenbank.pdf+bilderschlie%C3%9Fung&hl=de&gl=de&ct=clnk&cd=3>> [Stand 2006-05-05]

SCHLEICHER 2004

Schleicher, Frank: Gut ins Bild gesetzt : mit überlegter PR-Fotografie erfolgreich in die Medien / Frank Schleicher. /j2004/a BI 3/p58-61. In: Marketing + Kommunikation

SCHLEICHER 2006

Schleicher, Frank: Originalbildservice. Wichtige Hinweise zur Bildverbreitung via Originalbildservice (obs) / Frank Schleicher, news aktuell GmbH (Hrsg.). - Hamburg, 2006

SCHLEICHER 2006 a

Schleicher, Frank (schleicher@newsaktuell.de) : Product Manager obs. E-Mail-Korrespondenz an Feix, Julia (feix@newsaktuell.de). [Datum 2006-05-09]

SCHLEICHER 2006 b

Schleicher, Frank: Pressefotos – mehr als ein nice to have / Frank Schleicher. /v2/j2006/a04/p06-07. In: Weitsicht : Magazin für Medien und Marketing. Pressearbeit Spezial

SERVICE UND PREISE 2005

news aktuell GmbH. Ein Unternehmen der dpa-Firmengruppe (Hrsg.): Service und Preise 2005 [Gültig für 2005]. 12.2004-5000

STORYMANAGER 2006

Bernasconi, Marco, news aktuell GmbH (Hrsg.): Storymanager : Produktions- und Verbreitungstool von der news aktuell GmbH Hamburg, 2006.

VODAFONE 2006

Vodafone D2 GmbH (Hrsg.): Vodafone : Pressebilder, TV, Radio [Online Ressource]. - <<http://www.vodafone.de/unternehmen/presse/36053.html>> [Stand 2006-12-14]

WIKIPEDIA 2006

Wikimedia Foundation Inc. (Hrsg.): WIKIPEDIA: Die freie Enzyklopädie [Online Ressource]. - <<http://de.wikipedia.org/wiki/Hauptseite>> [Stand 2007-01-16]



Originalbildservice (obs)

1. Satellitenverbreitung via dpa-Bildfunk	
1.1. Tageszeitungen	131
1.2. Publikumszeitschriften/ Wochen- und Sonntagszeitungen	11
1.3. TV	8
2. Archivierung in Bilddatenbanken	
2.1. dpa-Bilddatenbank autorisierte Nutzer	138
2.2. dpa Picture-Alliance autorisierte Nutzer	778
2.3. mecom-Datenbank autorisierte Nutzer	568
2.4. obs-Bilddatenbank	
Mailingliste obs-Aktuell: Abonnenten	2.500
Dezember 2006: 5,8 Mio Page Impressions Quelle: IVW	

1. Satellitenverbreitung via dpa-Bildfunk

Mit dem dpa-Bildfunk werden die Bilder des Originalbildservices an folgende Medien übermittelt:

1.1. Tageszeitungen
Aachener Nachrichten
Aachener Zeitung
Abendzeitung
Allgemeine Zeitung, Mainz
Ärzte-Zeitung
Augsburger Allgemeine
B.Z.
Badische Neueste Nachrichten
Badische Zeitung
Badisches Tagblatt
Berchtesgadener Anzeiger
Bergedorfer Zeitung
Berliner Kurier
Berliner Morgenpost
Berliner Zeitung
BILD Zeitung Hamburg
Böblinger Bote
Braunschweiger Zeitung
Bremer Nachrichten
Cellesche Zeitung
Cuxhavener Nachrichten
Darmstädter Echo
Der Neue Tag
Deutsche Tagespost
Die Glocke
Die Welt
Dithmarscher Landeszeitung
Donau Kurier

Dresdner Morgenpost
Dresdner Neueste Nachrichten
Emdener Zeitung
Esslinger Zeitung
Express
Flensburg Avis
Flensburger Tageblatt
Frankenpost
Frankfurter Allgemeine Zeitung
Frankfurter Neue Presse
Frankfurter Rundschau
Fränkischer Tag
Freie Presse
Freies Wort
Fuldaer Zeitung
General-Anzeiger
Gießener Allgemeine
Göttinger Tageblatt
Hamburger Abendblatt
Hamburger Morgenpost
Hanauer Anzeiger
Handelsblatt
Hannoversche Allgemeine
Heilbronner Stimme
Hellweger Anzeiger
Hessisch-Niedersächs. Allg.
Holsteinischer Courier
Kieler Nachrichten
Kölner Stadt-Anzeiger
Kölnische Rundschau
Kreiszeitung Syke
Landeszeitung
Lausitzer Rundschau
Leipziger Volkszeitung
Lübecker Nachrichten
Main-Echo
Main-Post
Mannheimer Morgen
Märkische Allgemeine
Märkische Oderzeitung
Mindener Tageblatt
Mittelbayerische Zeitung
Mitteldeutsche Zeitung
Mühlacker Tagblatt
Münstersche Zeitung
Neue Osnabrücker Zeitung
Neue Presse Coburg
Neue Westfälische
Neues Deutschland
Nordwest-Zeitung
NRZ - Neue Ruhr Zeitung, Essen
Nürnberger Nachrichten
Nürnberger Zeitung
Oberhessische Presse
Offenbach Post
Offenburger Tageblatt
Oldenburgische Volkszeitung
Oranienburger Generalanzeiger
Ostfriesen-Zeitung
Ostsee-Zeitung
Ostthüringer Zeitung
Passauer Neue Presse
Pforzheimer Zeitung
Pirmasenser Zeitung
Potsdamer Neueste Nachrichten
Recklinghäuser Zeitung
Reutlinger General-Anzeiger
Rhein-Neckar-Zeitung

Rheinpfalz
Rhein-Zeitung
Ring Nordbay. Tageszeitungen
Ruhr Nachrichten
Saale-Zeitung
Sächsische Zeitung
Schwäbische Zeitung
Schweriner Volkszeitung
Segeberger Zeitung
Siegener Zeitung
Stader Tageblatt
Straubinger Tageblatt
Stuttgarter Nachrichten
Stuttgarter Zeitung
Süddeutsche Zeitung
Südkurier
Südthüringische Zeitung
Südwest Presse
Tagesspiegel
taz - Die Tageszeitung
Thüringer Allgemeine
Thüringische Landeszeitung
Trierischer Volksfreund
Trostberger Tagblatt
TZ München
Volksstimme
Waldeckische Landeszeitung
WAZ - Westdeutsche Allgemeine
Weser-Kurier
Westfalen-Blatt
Westfalenpost
Westfälische Nachrichten
Westfälische Rundschau
Westfälischer Anzeiger
Wiesbadener Kurier

1.2. Publikumszeitschriften/
Wochen- und Sonntagszeitungen
BILD am Sonntag
Bildwoche
Bunte
Kicker Sportmagazin
Neue Revue
Parlament, Das
Sonntag aktuell
Spiegel
Sport BILD
Stern
Welt am Sonntag

1.3. TV
ARD Aktuell
BR - Bayerischer Rundfunk
NDR - Norddeutscher Rundfunk
ntv
RTL
SAT.1
WDR - Westdeutscher Rundfunk
ZDF

2. Archivierung in Bilddatenbanken

Die autorisierten Nutzer der hier aufgeführten Presse-Bilddatenbanken haben dauerhaft Zugriff auf die Bilder des Originalbildservices:

2.1. dpa-Bilddatenbank (<http://bilddatenbank.dpa.de>)
 Abendzeitung München
 Ad to net
 ADS Zeitungsverlag
 Allgemeine Zeitung Mainz
 AOL
 APA
 ARD
 ARD Online
 Ärztezeitung
 Augsburgener Allgemeine
 Badische Zeitung
 Badisches Tagblatt
 Bayernkurier
 Berliner Kurier
 Berliner Morgenpost
 Berliner Zeitung
 BILD am Sonntag
 BILD Zeitung Frankfurt
 BILD Zeitung Hamburg
 BILD Zeitung Stuttgart
 Bildwoche
 Bocholter-Borkener Volksblatt
 Braunschweiger Zeitung
 Bremer Tageszeitungen
 Bunte
 Business Channel
 Das Freie Wort
 Das Parlament
 Der neue Tag
 Der Spiegel
 Der Tagesspiegel
 Deutsche Tagespost
 Deutsche Telekom
 Deutscher Sportverlag (DSV)
 Die Glocke
 Die Welt
 Die Zeit
 Dithmarscher Landeszeitung
 DM
 Donaukurier
 Dresdner Morgenpost
 Egmont Ehapa Verlag
 Emdener Zeitung
 Esslinger Zeitung
 Express Köln
 FAZ - Frankfurter Allgemeine
 FAZ Online
 Finanzen
 Flensburger Tageblatt
 Focus
 Frankenpost
 Frankfurter Neue Presse
 Frankfurter Rundschau
 Fuldaer Zeitung
 Gießener Allgemeine
 Hamburger Abendblatt
 Hamburger Morgenpost
 Handelsblatt
 Harburger Anzeigen und Nachrichten

Harlingerland
 Heilbronner Stimme
 Hellweger Anzeiger
 Hessischer Rundfunk
 Kicker
 Kieler Nachrichten
 Kölner Stadtanzeiger
 Kölnische Rundschau
 Lausitzer Rundschau
 Leipziger Volkszeitung
 Lübecker Nachrichten
 Ludwigsburger Kreiszeitung
 Lüneburger Landeszeitung
 Magdeburger Volksstimme
 Main-Echo
 Manager Online
 Mannheimer Morgen
 Märkische Allgemeine
 Märkische Oderzeitung
 MDR-Aktuell
 MDR Fernsehen
 Mittelbayerische Zeitung
 Mitteldeutsche Zeitung
 Münchener Merkur
 Münstersche Zeitung
 Neue Mediengesellschaft
 Neue Osnabrücker Zeitung
 Neue Presse Coburg
 Neues Deutschland
 Nordkurier
 Nordsee-Zeitung
 NRZ
 n-tv
 Nürnberger Nachrichten
 Offenbach Post
 Ostfriesen Zeitung
 Ostfriesische Nachrichten
 Ostsee-Zeitung
 Ostthüringer Zeitung
 Passauer Neue Presse
 Pforzheimer Zeitung
 Recklinghäuser Zeitung
 Reutlinger Generalanzeiger
 Rheinischer Merkur
 Ring Nordbayerischer Tageszeitungen
 RTL
 Ruhr-Nachrichten
 Saale-Zeitung
 Saarbrücker Zeitung
 Sächsische Zeitung
 Schweriner Volkszeitung
 Stadt Frankfurt
 Straubinger Tageblatt
 Stuttgarter Nachrichten
 Stuttgarter Zeitung
 Süddeutsche Zeitung
 Südkurier
 Südthüringer Zeitung
 Südwestpresse
 Super Illu
 TAZ
 Telekom
 Thüringer Allgemeine
 Thüringische Landeszeitung
 T-Online
 Trierischer Volksfreund
 tz München
 VDI Nachrichten
 Verlagsgruppe RM
 VW

WAZ
 WDR
 Welt am Sonntag
 Weserkurier
 Westfalenpost
 Westfälische Rundschau
 Wirtschaftswoche
 ZDF

2.2. dpa Picture-Alliance (<http://www.picture-alliance.com>)
 20cent
 3 Sat / Kulturzeit
 55plus
 7 Tage
 9Live Fernsehen
 Aachener Nachrichten
 Aachener Zeitung
 Abaca Press
 Abaca US Inc.
 abenteuer & reisen
 ACE Lemkrad
 Action Press
 AD Architectural Digest
 ADAC Motorwelt
 ADFC RadZeit
 aeorurier
 AFX News Ltd.
 Agence Belga
 Agencia EFE, S.A.
 Agencja Wydawniczo-Reklamowa
 ai Journal
 Aktuelle Schaubude
 Akzente
 Alb Bote Wochenanzeiger
 All Over Press Baltic OU
 All Over Press Finland
 Allegra
 Allegra
 Alles für die Frau
 Ales über Wein
 Alles über Wein/Foto
 Allgemeine Zeitung
 Allianz Magazin/Allianz Zeitung
 Altöttinger Liebfrauenbote
 Altstetter Verlag
 American Media National Enquirer
 Amica
 Angelwoche
 ANP Algemeen Nederland
 Presbureau
 Anwaltsblatt
 AOL Deutschland GmbH & Co. KG
 AOL Magazin
 APA Austria Presse Agentur
 Apotheken Umschau
 Ära - Das Magazin für Geschichte
 Architektur & Wohnen
 ARD Aktuell
 ARD Buffet
 ARD Digital
 ARD Erstes Deutsches Fernsehen
 ARD Hauptstadtstudio
 ARD online
 Argumenti i Fakty/Europa
 Art
 Arte France
 Arte TV Magazin
 Ärztliche Praxis +
 Gesundheitszeitung
 Ärzte Zeitung

astro-aktuell	Bravo Bulgarien	Der Facility Manager
Astrowoche	Bravo Girl	Der Feinschmecker
Audi Magazin	Bravo Girl Ungarn	Der Handel
AudioVideoFoto-Bild	Bravo Kroatien	Der Hannoveraner
Auf einen Blick	Bravo Polen	Der Kassenarzt
Augsburger Allgemeine	Bravo Russland	Der Neue Tag
Aurex NV	Bravo Screenfun	Der Pflegefreund
Auto Bild Motorsport	Bravo Serbien	Der Sonntag
Auto business Online	Bravo Sport	Der Spiegel
Auto Motor und Sport	Bravo Ungarn	Der Tagesspiegel
Auto Zeitung	Bremer Nachrichten	Der Überblick
Autobild	Brigitte	Deutsche Apotheker Zeitung
Autofocus	Brigitte.de	Deutsche Bauzeichnung
AutoStraßenverkehr	Brigitte/ Young Miss	Deutsche Militärzeitschrift
Avanti	Brisant	Deutsche Richterzeitung
Baby&Co	Buchjournal	Deutsche Verkehrszeitung
Background Magazin	Budapest Zeitung Kft.	Deutsche Welle Sport
Bad Sodener Zeitung	Bühnenmagazin	Deutsche Welten
Badische Neueste Nachrichten	build das Architektenmagazin	Deutsches Ärzteblatt
Badische Zeitung	Bundeswehr TV	Deutsches Bienenjournal
Badisches Tageblatt	Bunte Wochen-Zeitung BWZ	Deutsches Handwerksblatt
Bankmagazin	Burda Mode	Deutsches Waffen journal
Basket	Business & Law	Diabetes Journal
Bauernstimme	BWZ Bunte Wochen-Zeitung	Diabetes Voice
Baumeister- Zeitschrift für	c't	Die 10
Architektur	CAP Bild	Die 10/Life
Bauzeitung	Capital	Die Abendezeitschrift
Bayern 1 Radio Club	Celebrity	Die Aktuelle
Bayern2Radio	champ Bild	Die Bunte
BBC Berlin	Chef Blickpunkt-Magazin	Die christliche Frau
BBC MC	Chip	Die Gemeinde
BBC Top Gear Magazine	Chip Foto-Video Digital	Die Glocke
BBC Worldwide	chrismon - das evangelische	Die Kirche
Bei uns in NRW	Magazin	Die Neue Frau
Bella	Christsein heute	Die Nordelbische
Bella Relaks	Cicero - Magazin für politische	Die Sparkassenzeitung
Benni und Teddy	Kultur	Die Tabak Zeitung
Berliner Kurier	Cinema	Die Tagespost
Berliner Morgenpost	Claudia	Die Welt Foto
Berliner Zeitung	CNN	Die Weltwoche
Beschaffung aktuell	Computer Easy	Die Zeit
Best Life	Computer Zeitung	Die Zeit Reisen
Bestseller	Computerbild	Die Zwei
Bibel heute	Computerwoche	Dithmarscher Landeszeitung
Bike	Computerzeitung	doin fine
Bilanz Bild	connect	dpa-Picture-alliance
Bild	Cosmopolitan	dran Magazin
Bild am Sonntag	Country	Dresdener Morgenpost
Bild BLITZ am Sonntag	Coupe	Dresdnder Magazin
Bild der Frau	Coupe for You	DRK
Bild Du und ich	Cuxhavener Nachrichten	Du und das Tier
Bild Nachtcafe	Damals	Dummy Magazin
Bild TV	Darmstädter Echo	DZW - Die Zahnarztwoche
Bild.de	Das Goldene Blatt	Echo der Frau
Bildarchiv /Fernsehen	Das Haus	Editorial L`Auto-Journal
BILDonline Foto	Das Karl-May-magazin	Ein Herz für Tiere
Bildwoche	das Krankenhaus	elde
Bimbo	Das Neue	Elite
BIZZ /Wirtschaftspresse	Das Neue Blatt	Elle
Bleib gesund	Das neue Wochenend	Elle Decoration
Blinker	Das Ostpreußenblatt	Elle Girl
Blitz Illu	Das Parlament	Elmshorner Nachrichten
Blitz Magazin	DasERste.de	Eltern
Blond Magazine	dbb magazin	Eltern for Family
Boote	DBZ Deutsche Bauzeitschrift	Emma
Börde Aktuell Verlag	Deister- und Weserzeitung	Entsorga-Magazin
Börse Online	Der Aktionär	Erstes Deutsches Fernsehen
brand eins Wirtschaftsmagazin	Der Allgemeinarzt	Eschborner Nachrichten
Brandenburg Aktuell	Der Arbeitgeber	Essen und Trinken
Braunschweiger Zeitung	Der Betriebsrat	Esslinger Zeitung
Bravo	Der Deutsche Dermatologe	Eternity

Europäische Zeitung	Glamour	Kicker Online
Evangelische Sonntags-Zeitung	Glückspost	Kicker Sportmagazin
Evangelische Zeitung	Glücksrevue	Kids & Co.
Evangelischer Kirchenbote	GMX	KidzMania
Exclusiv - Das Starmagazin	Golf aktuell	Kieler Nachrichten
EXTRA3	Golf Magazin	Kinder
F.A.Z. Institut	Gong	kindergarten heute
F.A.Z. Weekly	Good Times Magazin	Kirche und Leben
Fachzeitschriften für	GQ	kirchliche Umschau
Arbeitsmedizin, Arbeitsschutz	Grund Genug	Klein & Groß
Fachzeitschriften	Guinness Buch der Rekorde	Knax
Medizin/Psychologie	Hamburg Journal	Kochlust
Familie & Co.	Hamburger Abendblatt	Kölner Express
Familienzeitschrift Frau und Mutter	Hamburger Morgenpost	Kölner Stadtanzeiger
Family	Hanauer Anzeiger	Komanda
Fernsehwoche	Handelsblatt	Kontinente
Feuerwehr Magazin	Handwerk Magazin	Kontrast Gmbh
FHM	Hannoversche Allgemeine Zeitung	Kontraste
Finanztest	Hannoversche Land- und	Kran & Bühne
Flash	Forstwirtschaftliche Zeitung	Kreislauf Magazin
Flensburger Tageblatt	Hauptsache Kultur	Kreiszeitung Böblingen Bote
Fliege	Hauptsache Mensch	Kronenzeitung
Fliege - Die Zeitschrift	Häuser	Kultur FS
Fliegenfischen	Healthy Living	Kulturradio
Fliegermagazin	Heim und Welt	Kunstzeitung
Flora	Heimat-Nachrichten	Landlust
Flug Revue	Heinrichsblatt	Landwirtschaftliches Wochenblatt
Focus	Hellwegger Anzeiger	Landwirtschaftsblatt Weser-Ems
Focus Money	Hempels Strassenmagazin	Laura
Focus online	Herman & Tietjen	Lausitzer Rundschau
Focus Schule	Hessen Kurier	Le Monde
Formel aktuell	Hessische Niedersächsische	Leben & Erziehen
Frankenpost	Allgemeine	Leben und Genießen
Frankfurter Allgemeine Zeitung	Hessisches Ärzteblatt	Lebensmittel Zeitung
Frankfurter Neue Presse	hinnerk - das schwule Magazin im	Lecker
Frankfurter Rundschau	Norden	Leitung PFI
Frankfurter Rundschau Magazin	Hinz & Kunzt	Leute am Donnerstag
Fränkischer Tag	Hochzeit	Liboriusblatt
Frau Aktuell	Home & Style	Life & Style
Frau im Leben	Hör zu	Lippstädter Stadtmagazin
Frau im Spiegel	Horizont	Lisa
Frau im Trend	Horoskopwoche	Lissy
Frau von Heute	HR Klassik	LOG. Punkt
freet.net.de	hrjournal	Logistik Heute
Freies Wort	hr-online	Loyal
Freizeit Spass	Hugo	Lübecker Nachrichten
Freizeitrevue	Hürriyet	Ludwigsburger Kreiszeitung
Freizeitwoche	Impulse	Mach mal Pause
Freundin	In Touch	Macwelt
Fuldaer Zeitung	Industrieanzeiger	Mädchen
Funk Uhr	Infopost	Magazin für Niedersachsen
Funkhaus Kiel	InStyle	Magazin Mainhattan
Für Sie	Islamische Zeitung	Magazin Radwelt
Gala	J S Magazin für junge Soldaten	Main-Echo
garten spass	Jäger	Main-Post
Gäubote - Die Herrenberger	Jesus.de	Maintower
Zeitung	Johannes B. Kerner Show	Maischberger
GDBA magazin	Jolie	manager magazin
Gebäude Magazin	Journal Frankfurt	mare
GELDidee	Journal für die Frau	mare press
GEO	Joy	Marketing & Sales
GEO Epoche	JS - Das Magazin für junge	Märkische Allgemeine
GEO kompakt	Soldaten	Märkische Oderzeitung
Geo Online	Jüdische Allgemeine	Matador
Geo Russia	Junge Freiheit	Maxi
Geo Saison	Junge Welt	Maxim
Geo Wissen	Jungle World	Medium Magazin
Geolino	K+G Sonderheft	Medizin Heute
Gernsehabend	Kabel 1	mein schönes zu hause
Gießener Allgemeine	Karriere	Meine Melodie
Girls Club	Katholische Sonntagszeitung	Mein schöner Garten

Men´s Health	Ostsee-Zeitung	Ruhr Wort
Men´s Health International	Osthüringer Zeitung	Ruhr-Nachrichten
Menschen bei Maischberger	P.M. Welt des Wissens	Runner´s World
Merian	P.M.HISTORY	RZB/Zentrale Bild
Merian extra	P.M.Perspektive	Saarbrücker Zeitung
Metal Hammer	Panorama	Sächsische Zeitung
Metall	Park Avenue	Salzburger Nachrichten
Mieterzeitung	Partner Hund	Sat.1 am Mittag
Miltärgeschichte	PC Direkt	Sat.1 Satelliten Fernsehen
Mini	Penthouse	Schäbische Zeitung
Mittelbayerische Zeitung	Penthouse Magazin	schön und grün
Mitteldeutsche Zeitung	People Weekly	Schöne Woche
Mittelstandsmagazin	Petra	Schöner Essen
Morgenbladet Editorial	Pfälzischer Merkur	Schöner Wohnen
Morgenwelt	Pflege Aktuell	Schweizer Illustrierte
Motomagazin	Pharmazeutische Zeitung	Schweringer Volkzeitung
Motor Klassik	Phillip das Kindermagazin	Segel Journal
Motorrad	Pinneberger Tageblatt	Segeln
Motorradfahrer	Planetopia	Shape
Mühlacker Tagblatt	Plock	Shop + style
Münchener Kirchenzeitung	PM en	sicher leben & wohnen
Münchener Merkur	Polylux	Siegener Zeitung
Münsterland Zeitung	Popcorn	Siegessäule
Münstersche Zeitung	Potato	Soldat und Technik
Musikexpress	Potsdamer Neueste Nachrichten	Sonderthemen
Myself	Praline	Sonntag Aktuell
N3 Nachrichten	Premiere Fernsehen	Sonntagsblatt
Nachrichten aus der Chemie	Pressesprecher	Spiegel TV Magazin
National Geographic Deutschland	PRINZ	Spiegel-TV
National Geographic World	Prisma Ausgabe Ost	spielen und lernen
natur & kosmos	Prisma Ausgabe West	Sport Auto
NDR Talk Show	Pro Sieben Nachrichten	Sportbild
Neue Apotheken Illustrierte	Produktion Beckmann	SR Saarländischer Rundfunk
Neue Bildpost	Produktion Die Nachrichten	St. Georg
Neue Energie	promobil/CARAVANING	Staatsanzeiger für Baden-
Neue Kirchenzeitung	ProSiebenSat1 Media AG	Württemberg Gmbh
Neue Osnabrücker Zeitung	Psychologie Heute	Stader Tageblatt
Neue Post	Punkt 12	Stafette
Neue Presse	PUR	Starflash
Neue Welt	Pyrmonter Sonntag	Stern TV
Neue Westfälische Zeitung	QN Magazin	Stern TV Magazin
Neue Woche	Quivive	Stimme & Weg
Neues Deutschland	Radio Bremen Fernsehen	Stuttgarter Nachrichten
Neues Leben	Radio Bremen Online	Süddeutsche Zeitung
Neuland	Radio/Rele FFH	Südthüringer Zeitung
New Business	RADIOkultur-Programmzeitschrift	sugar Magazin
New Investor	Rätsel	Super Illu
NEWS	Rätsel+Romane	Super Illu TV
Newsweek Magazine	Rätselzeitschriften	Super RTL online
NGZ Der Hotelier	Raum & Zeit	Super TV
Niedersächsischer Jäger	Reader´s Digest Broschüren	SZ am Sonntag
Nordkurier	Reader´s Digest Magazin	Tabacco Journal
Nordmagazin	Recklinghäuser Zeitung	Tag des Herren
Nordsee-Zeitung	Red. Vera am Mittag	tagesschau.de
Nordwest-Zeitung	Reformhaus Kurier	Takie jest Zycie!
NRZ - Neue Ruhr Zeitung	Reise & Preise Verlags Gmbh	Tastenwelt
ntv Nachrichtenfernsehen	Reiterjournal	Tatsachen über Deutschland
Nur TV	Rent a Pocher	taz Ruhr
Nürnberger Nachrichten	Reutlinger General Anzeiger	teensmag
Nürnberger Zeitung	Reviersport	Tele swiat
NZ Netzeitung	Revue	Tele Tydzien
Oberbadisches Volksblatt	Rheinische Post	Tennis Magazin
Offenburger Tagblatt	Rheinischer Merkur	Test
Öko Test Magazin	Rheinisches Zahnärzteblatt	Textilwirtschaft
Oldtimer Markt	Rhein-Neckar-Zeitung	The Atlantic Times
Omnibus Revue	Rhein-Zeitung	The Times
Online Bayerischer Rundfunk	Romanwoche	Thüringer Allgemeine
Oranienburger Generalanzeiger	Rotary Magazin	Tierfreund
Orthopädie und Rheuma	Rotes Kreuz Magazin	Times Saturday Magazine
Ostfriesen Zeitung	RTL Aktuell	Tina
Ostfriesischer Kurier	RTL Explosiv	Tina (CR/SR)

Tina (Polen)	wunderwelt wissen	Badische Zeitung
Tina (Ungarn)	XX ALEX	Bahn EXTRA
Tina Koch und Back-Ideen	Y. Magazin der Bundeswehr	Basler Zeitung
Tomorrow	Yac nar Bac	Basteln mit Kindern
Top Magazin	Yacht	Bastel-Spaß
torwart.de	Yam!	Bastelwelt
Tour	YOUNG	Bayerische Staatszeitung
Traunsteiner Tageblatt	Young Family	Bayerischer Staatsanzeiger
TREFF	ZAPP - Das Medienmagazin	Bayerwald Wochenblatt
Trekkingbike	Zeitbilder	Bayrischer Rundfunk
Trucker Magazin	Zeitgeschichte	Bella
TV 14	Zeitschrift Busfahrer	Bergedorfer Zeitung
TV Digital	Zeitschrift Entwicklungspolitik	Bergwinckel Wochen-Bote
TV Digital Kabel	Zeitschrift PTA in der Apotheke	Berliner Morgenpost
TV direkt	Zeitung f. d. Kommunale	Berliner Wochenblatt
TV Hören und Sehen	Wirtschaft	Berliner Zeitung
TV Karstadt	Zena a zivot	Best Life
TV pur	zibb	BGL Wochenblatt
TV Spielfim	Zivil	Bilan (Zeitschrift aus der Schweiz)
TV Today	zivil Zeitschrift für Frieden und	Bilanz
TV Total	Gewaltfreiheit	Bild
TV-Klar	Zuhause Wohnen	Bild am Sonntag
TV-Movie	Zycie na Goraco	Bild der Frau
TV-Neu		Bild Düsseldorf
Twoje Imperium	2.3. mecom-Datenbank	Bild Spezial
TZ München	(http://datenbank.mecom.de)	Bild.t-online.de
UNICEF Nachrichten	11Freunde	Bild+Funk
Uni-Journal	20 Minuten (Tageszeitung der	Bildwoche
Unsere Familie	Schweiz)	Blickpunkt
Unsere Kirche	55plus	Blockbuster
VDI nachrichten	A & W Architektur & Wohnen	Bocholter-Borkener Volksblatt
Vdk Zeitung	Abendzeitung	Börse Online
Verkehrs-Rundschau	Abenteuer und Reisen	Braunschweiger Zeitung
Verlagsgruppe Handelsblatt	Aerokurier	Bravo
Vida	Aftonbladet	Bravo Girl!
Video-Magazin	Allegra	Bravo Screenfun
Viel Spaß	Alles für die Frau	Bravo Sport
Vital	Allgemeiner Anzeiger	Bremer Nachrichten
VIVA Fernsehen Gmbh	Allianz Journal	Brigitte
Vogue	Altöttinger Wochenblatt	Brigitte Balance
Vogue Business	Amica	Brigitte/Woman
Vogue.com	Anna	Brigitte/Youngmiss
Vorwärts	Anna Special	Bühne(Österreich)
W- wie Wissen u. Prisma-Magazin	Annabelle (Frauenzeitschrift /	Bummi
Wahre Geschichten, Mein Leben	Schweiz)	Bunte
Waiblinger Kreiszeitung	AOL	Burda
Waldeckische Landeszeitung	Aquarium Life	Burda Modemagazin
Web.de Gmbh	Archiv Verlag	Burda Spezial
welcome magazin	ART	Business Spotlight
Welt am Sonntag	Audio	Business Week
Welt der Frau	Audio, Video, Foto, Bild	Bussi Bär
Weser Kurier	Auf einen Blick	Capital
Westdeutsche Zeitung	Aufatmen	Capital(Frankreich)
Westfalen-Blatt	Autismus kompensieren	Card Collector
Westfälische Rundschau	Auto Bild	Cavallo
Westfälische Nachrichten	Auto Straßenverkehr	Cellesche Zeitung
Westfälischer Anzeiger	Auto Szene Tuning	Chiemgau Wochenblatt
Wetzlarer Neue Zeitung	Auto Zeitung	CHIP
Wiesbadener Kurier	Auto, Motor, Sport	CHIP Foto Video Digital
Wilhelmshavener Zeitung	Autofocus	CHIP Sonderheft
Wir in Bayern	Autohifi	CHIP Test & Kauf
Wir in NRW	Automonat	Christsein heute
Wirtschaft & Markt	Automotive News Europe	Cicero
Wirtschaftsbild	Autorevue	Cinema
Wirtschaftsjournalist	Avanti	Claudia (Polen)
Wirtschaftswoche	B.Z.	Colorfoto
Woche der Frau	B.Z. am Sonntag	com!
Wohnen & Garten	Backen aktuell	Computer Bild
Wohnidee	Backen aktuell Sonderhefte	Computer Bild Spiele
WOM Magazine	Backen leicht gemacht	connect
Woman Foto	Badische Neueste Nachrichten	Cosmopolitan

Country	Femina (Zeitschrift aus der Schweiz)	How to spend it
Creatives Handarbeiten	Fernsehwoche	Impulse
Creativ-Idee	FHM	In Touch
Cuisine Actuelle (Frankreich)	Filethäkeln leicht gemacht	Inside
Cuxhaven Kurier	Financial Times Deutschland	Instyle
Das Goldene Blatt	Finanz und Wirtschaft (Schweiz)	Internet World Business
Das Haus	Fit for Fun	Isar Wochenblatt
Das Haus Ideenmagazin	Flora Garten	ISDN & DSL
Das Haus Spezial	Flugzeug Classic	Johannes B. Kerner
Das Magazin	Focus	Jolie
Das Magazin zum Selberglauben	Focus Magazin	Journal am Mittwoch
Das Mercedesmagazin	Focus Money	journal-frankfurt.de
Das Neue	Focus Schule	Joyce
Das Neue Blatt	Fonoforum	Jüdische Allgemeine
Das wirtschaftseigene Futter	Format	Jüdische Zeitung
DB mobil	Frankenpost	Junge Freiheit
Decoration	Frankenpost online	Kanu Magazin
Dekoratives Häkeln	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Karriere
Der Aktionär	Frankfurter Rundschau	karrriere.de
Der Feinschmecker	Frau Aktuell	Kieler Nachrichten
Der Freund	Frau im Leben und Lenz	KLÄX
Der neue Tag	Frau im Spiegel	klettern
Der Tagesspiegel	Frau im Trend	Kochen aktuell
Deutsche Handwerks Zeitung	Frau von Heute	kochen aktuell Sonderheft
Deutsche Logistik-Zeitung	freipresse.de	Kochen leicht gemacht
Diana Baby Mode	Freies Wort	kochen und genießen
Diana Häkel Spaß	Freisinger Wochenblatt	Kölner Stadtanzeiger
Diana Mode	Freizeit Revue	Kölner-Express
Die Aktuelle	Freizeit Revue Profi Rätsel	Kölnische Rundschau
Die Kitzinger	Freizeit Revue Rätsel Hitparade	Köpfchen, Köpfchen
Die kleine Diana	Freizeit Revue Senator Rätsel	Kreisanzeiger Wochenblatt
Die Tageszeitung	Freizeit Spass	Kulturspiegel
Die Tageszeitung (junge Welt)	Freizeitwoche	Landshuter Wochenblatt
Die Welt	Freundin	Lauenburgische Landeszeitung
Die Weltwoche	Freundin Wellfit	Laura
Die Zeit	Funk Uhr	Laura wohnen kreativ
Die Zwei	Für Sie	Lea Die neue Masche
DIVA (Griechenland)	Gala	Lea Special Basteln
DLG Test Lebensmittel	Gartenidee	Lecker
DLG-Mitteilungen	Gartenspass	Lehrerentlastung
Donaukurier	Gartenträume	Leipziger Volkszeitung
dran (Magazin zum Selberglauben)	Geldidee	Leipziger Wochenkurier
Dresdner	Geliebte Katze	Lena
drums & percussions	Geo	Lena Creativ
DSV aktiv Ski & Sportmagazin	Geo.de	Lisa
Du und das Tier	Geolino	Lisa Blumen & Pflanzen
Echo der Frau	Geosaison	Lisa fit & gesund
Eckernförder Nachrichten	Gesunde Tierliebe	Lisa kochen & backen
Ein Herz für Tiere	Girlfriends	Lisa wohnen & dekorieren
Elle	Gloria	Lissy
Elle Bistro	Glücks-Revue	Living at home
Elle Decoration	Glücks-Revue Spezial Rätsel	LOK Magazin
Elmshorner Nachrichten	Golfaffairs	LTU Magazin
Eltern	Golfstyle international	Lübecker Nachrichten
Eltern für family	Gong	Luedenscheider-Nachrichten
e-media	Guter Rat	Lufthansa Exclusive
Emma	Hadler Kurier	Lufthansa Magazin
Emotion	Hallescher Kurier	mach mal Pause
Entwicklung +ländlicher Raum	Hamburg 1 KG	Mädchen
essen & trinken	Hamburger Abendblatt	Magdeburger Volksstimme
EßlingerTageblatt	Hanauer Anzeiger	Main Echo
Euro	Handelsblatt	mainpost.de
Euro am Sonntag	Handwerk Magazin	Malspass kinderleicht
Ev. Gemeindeblatt für	Harenberg Verlag (Brockhaus, Duden, Meyers)	Manager Magazin
Württemberg	Häuser	Marianne
ev. Nachrichtenagentur idea e. V	Healthy Living	Märkische Allgemeine
Evangelischer Kirchenbote	Hessischer Rundfunk	Markt und Mittelstand
Evangelisches Frankfurt	Holsteiner Zeitung	Matador
Express	Hörzu	Max
Facts (Schweiz)		Maxi
family		Maxim

mdr.de	Passauer Neue Presse	Star Trek
Mecklenburger Blitz	Passauer Woche	Star Wars
(Anzeigenverlag)	PC Welt	Starflash
mediaport	Perry Rhodan	Starnberger Merkur
Mein Erlebnis	Petra	Stereo
Mein Leben	Pferde unsere besten Freunde	Stereoplay
Mein schöner Garten	Pferdebörse	Stern
Mein schöner Garten spezial	Pinneberger Tageblatt	Stern Fotografie
Meine Familie und ich	Planet Aerospace	Stiftung Warentest
Meine Familie und ich kreativ	Playboy	Stormarner Tageblatt
Küche	Popcorn	Straßenbahn Magazin
Meine Geschichte	Potsdamer Neueste Nachrichten	Straubinger Wochenblatt
Mein Kreativ-Atelier	Powercar	Stuttgarter Nachrichten
Meine Melodie	Powertuning	Stuttgarter Zeitung
Men` Health	Preussische Allgemeine Zeitung	Style
menstyle	Prinz	Süddeutsche Zeitung
Merian	Prisma Pub	Sudetendeutsche Zeitung
Metal Hammer	Profil	Südthüringer Zeitung
Militär & Geschichte	Promobil	Südthüringische Zeitung
Mindener Tageblatt	ProSiebenSat1 Media AG	Super Illu
Mini	PS Das Sport-Motorrad	Super TV
Mittelbayerische	Psychologie Heute	Supervision
Mitteldeutsche Zeitung	Rätsel Blitz	Swarovski Magazin
Mittwochsjournal	Rätsel Kaiser	SWR Südwestfernsehen
Morgenpost	Reformierte Presse	Tagblatt der Stadt Zürich (Schweiz)
Morgenpost Sachsen	Regensburger Wochenblatt	Tages-Anzeiger (Schweiz)
Motor Auto Zeitung	Regional-Zeitung Hinterthurgau	Tagesspiegel
Motor Klassik	und Umgebung (Schweiz)	Teensmag
Motorrad	Reutlinger Generalanzeiger	Telecom Handel
Motorrad Classic	Revue	Theorie und Praxis der Sozialen
Motorrad-Zeitschrift	Rezepte pur	Arbeit
Motorsport aktuell	Rheinscher Merkur	Thurgauer Zeitung (Schweiz)
Mountain Bike	Rhein-Zeitung	Thüringer Allgemeine
Mühdorfer Wochenblatt	Riesen Rätsel Revue	Thüringische Landeszeitung
Musicexpress	Ringier AG	Tina
My Life	Roller Das Scooter Magazin	Tina Koch & Backideen
National Geographic	Rolling Stone	Tomorrow
Natur+Kosmos	Romanwoche	Tourenfahrer
NDR/ARD-Aktuell	Rottal-Inn Wochenblatt	Trans Aktuell
newsweek	RTL Television	Traveller Style international
Neon	Ruhr Nachrichten	Trostberger Tageblatt
Neox	Rundschau	TV Digital
Neox Anime Guide	Runner World	TV direkt
Neue Bildpost	Saale-Zeitung	TV hören und sehen
Neue Osnabrücker Zeitung	Saarbrücker Zeitung	TV klar
Neue Post	Sächsische Zeitung	TV movie
Neue Rhein Zeitung	Sailaffairs	TV pur
Neue Ruhr Zeitung	Salzgitter Zeitung	TV Spielfilm
Neue Welt	Sammelpack Backen und kochen	TV täglich
Neue Woche	Sammelpack Kinder	TV today
Neue Züricher Zeitung	Sat1 Boulevard TV	TV Top Combi
Neues Deutschland	Schicksale hautnah	TV world
New in the City (Hamburg und	Schöne Woche	tv14
München)	Schöner Wohnen	TV Guide
News	Schwandorfer Wochenblatt	TV Media
Norddeutscher Rundfunk	Schweizer Familie	TV Neu
Nordelbische Kirchenzeitung	Schweriner kurier	Übersichten zur Tierernährung
Nordsee-Zeitung	Screen fun	Unicum
nur Premiere	Segeberger Zeitung	Unispiegel
nur TV	Selber machen	Uster Nachrichten (Schweiz)
Nürnberger Nachrichten	Selbst ist der Mann	Verdener Nachrichten
Ökotest	Sonderpädagogische Förderung	Verena
online Wochenblatt	Sonntagsblatt	Verena kreativ Magazin
Ostholsteiner Zeitung	Sonntagsnachrichten	Video
Ostsee Zeitung	Sonntagszeitung	Viel Spaß
Ostthüringer Zeitung	Sonntagszeitung (Schweiz)	View
Outdoor	Spiegel	Vital
P.M.	Sport Auto	Viva!
Pädagogik	Sport Bild	Vogelsberg Wochen-Bote
Park Avenue	Stadtanzeiger Offenburg	Vogue
Partner Hund	Stadtmagazin Berlin	VW Magazin

Wahre Geschichten
Wein Gourmet
Wellness Magazin
Welt am Sonntag
Welt Kompakt
Wertpapier
Weser Kurier
Westdeutsche Allgemeine Zeitung
Westfalen Blatt
Westfalenpost
Westfälische Rundschau
Whynot
Window-Color
Wirtschaft heute
Wirtschaftswoche
Wochen Kurier
Wochenblatt Erding
Wochenschau Flensburg
Wochenspiegel
Wohnen & Garten
Wohnträume
Wohnidee
Wolfsburger Nachrichten
Woman
Wörter suchen
Westfälischer Anzeiger
Y. Magazin
yahoo! Deutschland
Yam!
YGO Collector
Young
ZDF
Zeit online
Zeitschrift für Agrargeschichte und
Agrasoziologie
Zeitschrift für Pädagogik
Zuhause wohnen

2.4. obs-Bilddatenbank
(<http://www.presseportal.de/obs>)
Über die obs-Bilddatenbank im
Presseportal haben sämtliche
Medien freien Zugriff auf die über
den Originalbildservice verbreiteten
Pressebilder.

STICHWORTLISTE nach Kategorien

ADEL

Besitz
Insignien
Personal

ARBEIT

Arbeitsamt
Arbeitslose
Arbeitsmarkt
Arbeitsschutz
Arbeitsvermittlung
Arbeitszeit
Beamte
Berufe
Berufsausbildung
Berufsschulen
Demonstrationen
Gastarbeiter
Gebäude
Gewerkschaften
Löhne
Mitbestimmung
Streik
Tarife

AUSBILDUNG

BaföG
Bildung
Erziehung
Fachhochschulen
Gebäude
Hochschulen
Kindergärten
Schulen
Schüler
Studenten
Universitäten

FOLKLORE

Brauchtum
Feste
Karneval
Trachten

Tradition

GEOGRAFIE

Landschaft
Gewässer
Gebäude
Haus
Häuser
Küsten
Städte

GESELLSCHAFT

Alkoholiker
Armut
Astrologie
Ausländer
Beauty
Beerdigungen
Behinderte
Demonstrationen
Elend
Esoterik
Familie
Feiertage
Feste
Festival
Fitness
Frauen
Freizeit
Freizeitindustrie
Gebäude
Glücksspiele
Heilsarmee
Hilfsorganisationen
Hobby
Hobbysport
Hochzeiten
Homosexuelle
Hunger
Hungerstreik
Jugend
Jugendorganisationen
Kinder
Kinderarbeit
Kleinwüchsige
Lifestyle

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Luxus
Menschen
Menschenmassen
Minderheiten
Misswahlen
Nachtleben
Nationalitäten
Obdachlose
Okkultismus
Prostitution
Rekorde
Rotes Kreuz
Senioren
Sinti:Roma
Slums
Soziales
Sozialhilfe
Sucht
Tourismus
Typen
UNICEF
Vereine
Volksfeste
Wohnen
Zuschauer

GESUNDHEIT

Abtreibung
Aids
Alternative_Medizin
Behinderte
Drogen
Ernährung
Forschung
Gebäude
Geburt
Gentechnik
Gesundheitsreform
Gesundheitswesen
Heilbehandlung
Krankenhäuser
Krankenkassen
Krankenversicherungen
Krankheiten
Labore
Laser
Medizin
Medizinisches Personal

Medizintechnik
Messen
Operationen
Patienten
Psychiatrie
Rettungsdienste
Schwangerschaft
Seuchen
Sucht
Wellness
WHO

JAHRESZEITEN

Feiertage
Frühling
Herbst
Jahrestag
Jahreswechsel
Ostern
Pfingsten
Schnee
Sommer
Sommerzeit
Sturm
Trauertage
Weihnachten
Wetter
Winter

JUSTIZ

amnesty
Anschläge
Arbeitsrecht
Demonstrationen
Drogen
Entführungen
Familiendrama
Flüchtlinge
Flugzeugentführungen
Gebäude
Geiselnahmen
Gerichte
Guerilla
Jahrestag
Kindesentführung
Konferenzen

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Korruption
 Kriminalität
 Mafia
 Menschenrechte
 Mord
 Organisierte Kriminalität
 Prozesse
 Raub
 Rechtsextremismus
 Schmuggel
 Spionage
 Strafvollzug
 Terrorismus
 Todesstrafe
 Waffenhandel

KATASTROPHEN

Atom
 Bahn
 Bergbau
 Brände
 Chemie
 Dürre
 Einstürze
 Erdbeben
 Erdrutsche
 Explosionen
 Feuerwehr
 Flugzeuge
 Gas
 Gebäude
 Hilfsaktionen
 Hochwasser
 IKRK
 Jahrestag
 Katastrophenschutz
 Lawine
 Naturkatastrophen
 Opfer
 Rettungsdienste
 Schiffe
 Schnee
 Sturm
 Sturmflut
 Unfälle
 -Arbeit
 -Fahrzeuge
 -Freizeit

-Haushalt
 -Jagd
 -Tiere
 Unglücke
 Unwetter
 Vergiftungen
 Vulkane
 Wasser
 Zerstörungen

KRISEN

Bürgerkrieg
 Demonstrationen
 Flüchtlinge
 Internationale_Zwischenfälle
 Jahrestag
 Opfer
 Unruhen

KULTUR

Architektur
 Archive
 Auktionen
 Ausstellungen
 Auszeichnungen
 Ballett
 Bibliotheken
 Bildhauerei
 Denkmäler
 Design
 Festival
 Festspiele
 Film
 Fotografie
 Gebäude
 Jahrestag
 Kabarett
 Konferenzen
 Kunst
 Literatur
 Malerei
 Museen
 Musical
 Musik
 Musikgruppen
 Musikinstrumente

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Nachtleben
Oper
Operette
Orchester
Show
Szene
Tanz
Theater
UNESCO
Volksmusik
Zirkus

LÄNDER

Ägypten
Afghanistan
Belgien
Bulgarien
China
Dänemark
Deutschland
Estland
Finnland
Frankreich
Griechenland
Großbritannien
Indien
Irak
Iran
Irland
Island
Israel
Italien
Japan
Jordanien
Lettland
Liechtenstein
Litauen
Luxemburg
Malta
Marokko
Monaco
Niederlande
Norwegen
Ostdeutschland
Österreich
Polen
Portugal
Rumänien

Russland
Saudi-Arabien
Schweden
Schweiz
Slowakei
Slowenien
Spanien
Tschechien
Türkei
Ungarn
USA
Zypern

LANDWIRTSCHAFT

Ackerbau
Agrar
Auktionen
Ausstellungen
Ernährung
Ernte
Felder
Feldbestellung
Fischerei
Forstwirtschaft
Gartenbau
Gebäude
Gentechnik
Genußmittel
Jagd
Kaffee
künstliche_Bewässerung
Lebensmittel
Messen
Mühlen
Produkte
Schädlinge
Tabak
Tierhaltung
Weinbau
Wiesen

MEDIEN

Auszeichnungen
Computer
Datenschutz
Fernsehen

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Fernsehsender
 Film
 Filmstudios
 Fotografie
 Gebäude
 Jahrestag
 Konferenzen
 Messen
 Presse
 Presserat
 Rundfunk
 Sendetürme
 Technik
 Teleshopping
 Verlage
 Zeitschriften
 Zeitungen

MILITÄR

Abrüstung
 Atomtests
 Bundeswehr
 Demonstrationen
 Flüchtlinge
 Gebäude
 Golfpat
 Heer
 Jahrestag
 Kampfhandlungen
 Kasernen
 Krieg
 Kriegsfolgen
 Luftschutz
 Luftwaffe
 Manöver
 Marine
 Messen
 NATO
 Opfer
 Rüstung
 Vertriebene
 Waffen
 Warschauer Pakt
 Wehrdienst
 Zerstörungen
 Zivildienst
 Zivilschutz

MODE

Accessoires
 Ausstellungen
 Auszeichnungen
 Damenmode
 Herrenmode
 Kindermode
 Haarmode
 Historisch
 Messen
 Modenschau
 Pelzmode
 Schmuck
 Schuhe

NATUR

Artenschutz
 Blitze
 Demonstrationen
 Gewitter
 Höhlen
 Klima
 Meeresschutz
 Mond
 Naturerscheinungen
 Naturschutz
 Pflanzen
 Sonne
 Tiere
 Tiermedizin
 Tierschutz
 Vulkanismus
 Wasser
 Wetter
 Wirbelstürme
 Wolken
 Zoo

PERSONEN

Auszeichnungen
 Besitz
 Besuch
 Privat
 Reisen
 Urlaub

STICHWORTLISTE nach Kategorien

POLITIK

Affären
 Andengruppe
 Antisemitismus
 Anschläge
 Arabische Liga
 ASEAN
 Atomtests
 AU
 Ausländer
 Ausschreitungen
 Ausschüsse
 Außenminister
 Aussiedler
 Auszeichnungen
 Autonomie
 Asyl
 Behörden
 Bürgerinitiativen
 Bundesfinanzhof
 Bundesgrenzschutz
 Bundeskanzler
 Bundeskanzlerin
 Bundesländer
 Bundespräsident
 Bundesrat
 Bundesrechnungshof
 Bundesregierung
 Bundestag
 Bundesversammlung
 Bundestagswahl
 CDU
 CSU
 DDR-Unrecht
 Demonstrationen
 Diplomatie
 Entwicklungshilfe
 EU
 EU_Parlament
 Europarat
 Extremismus
 FDP
 Flüchtlinge
 G7
 G8
 Gebäude
 Gedenktage
 Geheimdienste
 Geschichte:

-Kaiserzeit
 -I. Weltkrieg
 -Weimarer Republik
 -II. Weltkrieg
 -III. Reich_Nationalsozialismus
 -Nachkriegszeit
 -DDR
 Gesundheitsreform
 Gipfel
 Golf-Kooperationsrat (GCC)
 Grenzen
 Grüne
 Guerilla
 GUS
 Haushalt
 Islam-Konferenz (OIC)
 Jahrestag
 Juden
 Kabinett
 Koalition
 Kommunalwahl
 Kommunen
 Konferenzen
 Krawalle
 KSZE
 Kurden
 Landtag
 Menschenrechte
 Menschenrechtsrat
 Migration
 Minderheiten
 Ministerpräsident
 Nahost
 Nordischer Rat
 OAS
 OAU
 Ostseerat
 OSZE
 Palästina
 Parlament
 Parteien
 Parteitag
 PDS
 Pflegeversicherung
 Polizei
 Präsident
 Premierminister
 Propaganda
 Rechnungshof
 Rechtsextremismus

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Regierung
 Renten
 Schulden
 Separatismus
 Sozialversicherung
 SPD
 Städte
 Städtepartnerschaften
 Städtetag
 Stasi
 Steuern
 Symbole
 Treuhand
 UN
 UNESCO
 Unicef
 Unruhen
 Verfassung
 Verträge
 Vertriebene
 Volkszählung
 Wahlen
 Wahlkampf
 WEU
 WHO
 Zoll

RELIGIONEN

Bauten
 Buddhismus
 Christentum
 Evangelische Kirche
 Friedhöfe
 Gebäude
 Hinduismus
 Islam
 Juden
 Katholische Kirche
 Kirchen
 Kirchentag
 Konferenzen
 Ökumene
 orthodox
 Ostern
 Pfingsten
 Religionen
 Religiöse Kulte
 Sekten

Theologie
 Vatikan
 Voodoo
 Weihnachten

SPORT

American Football
 Asienspiele
 Badminton
 Badminton:Einzel
 Badminton:Doppel
 Badminton:Mixed
 Baseball
 Basketball
 Basketball:NBA
 Beach-Volleyball
 Behindertensport
 Behindertensport:Paralympics
 Biathlon
 Biathlon:Massenstart
 Biathlon:Sprint
 Biathlon:Staffel
 Biathlon:Verfolgung
 Billard
 Bob
 Bob:Vierer
 Bob:Zweier
 Bogenschießen
 Boxen
 Boxen:Amateure
 Boxen:Profis
 Breitensport
 Breitensport: Extremsport
 Breitensport:Freizeitsport
 Breitensport:Funsport
 Breitensport:Hobbysport
 Breitensport:Trendsport
 Bundesliga
 Champions_League
 Commonwealth_Games
 Cross
 Cross:Crosslauf
 Cross:Radcross
 Curling
 Damen
 Herren
 DM:Deutsche_Meisterschaften
 Doping

STICHWORTLISTE nach Kategorien

<p>Eishockey:DEL:Deutsche_Eishockey- liga Eiskunstlauf Eiskunstlauf:Damen Eiskunstlauf:Eistanz Eiskunstlauf:Herren Eiskunstlauf:Paare Eisschnellauf Eisschnellauf_Shorttrack Eisschnellauf_Shorttrack:Staffel EM:Europameisterschaft enttäuscht extra fahren Fahrer Fans Faustball Fechten Fernsehen Frauen Freundschaftsspiel Fußball Fußball:Bundesliga Fußball:Frauenfußball Fußball:Liga Fußball:Ausland Fußball:Länderspiel Fußball:Nationalmannschaft Fußball:U_15 Fußball:U_16 Fußball:U_17 Fußball:U_18 Fußball:U_19 Fußball:U_20 Fußball:U_21 Fußball:U_23 Funktionär Gewichtheben Gewichtheben:Reißen Gewichtheben:Stoßen Gewichtheben:Zweikampf Golf Goodwill_Games Handball Hockey Jubel jubeln Judo Kanurennsport Kanurennsport:Canadier</p>	<p>Kanurennsport:Einer Kanurennsport:Kajak Kanurennsport:Vierer Kanurennsport:Zweier Kanu:Slalom Kanu:Wildwasser Kanu:Wildwasser:Einer Kanu:Wildwasser:Zweier Karate Kegeln Länderspiel laufen Läufer Leichtathletik Leichtathletik:Gehen Leichtathletik:Langstrecke Leichtathletik:Marathon Leichtathletik:Mittelstrecke Leichtathletik:Sprint Leichtathletik:Sprung Leichtathletik:Straßenlauf Leichtathletik:Wurf Leistungssport Männer Moderner_Fünfkampf Moderner_Fünfkampf:Laufen Moderner_Fünfkampf:Fechten Moderner_Fünfkampf:Reiten Moderner_Fünfkampf:Schießen Moderner_Fünfkampf:Schwimmen Mountainbike Motorsport Motorsport:Boot Motorsport:DTM:Deutsche_Tourenmeister- schaften Motorsport:Formel_1 Motorsport:Motorrad Motorsport:Rallye Olympiade:Olympia:Oly:Olympische_Spiele Olympiade:Olympia:Oly:Olympische_Spiele: Bewerbung Panafrikanische_Spiele Panamerikanische_Spiele Pferdesport Pferdesport:Dressur Pferdesport:Galopp Pferdesport:Gespanne Pferdesport:Military Pferdesport:Springreiten Pferdesport:Trab</p>
---	--

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Postcard	Segeln:Tornado
Radsport	Segeln:49er
Radsport:Bahn	Segeln:470er
Radsport:Bike	Segeln:Hochsee
Radsport:Giro	Siegerehrung
Radsport:Sechstage	Skeleton
Radsport:Straße	Ski_alpin
Radsport:Tour	Ski_alpin:Abfahrt
Rhythmische_Sportgymnastik	Ski_alpin:Frauen
Ringen	Ski_alpin:Kombination
Ringen:Freistil	Ski_alpin:Männer
Ringen:klassisch	Ski_alpin:Riesenslalom
Rodeln	Ski_alpin:Slalom
Rodeln:Einer	Ski_alpin:Super-G
Rodeln:Doppel	Ski_alpin:Freestyle
Rollhockey	Ski_alpin:Freestyle:Buckelpiste
Rudern	Ski_alpin:Freestyle:springen
Rudern:Achter	Ski_alpin:Snowboard
Rudern:Einer	Ski_nordisch
Rudern:Frauen	Ski_nordisch:Langlauf
Rudern:Männer	Ski_nordisch:Langlauf:Einzelrennen
Rudern:Doppelzweier	Ski_nordisch:Langlauf:Freistil
Rudern:Doppelvierer	Ski_nordisch:Langlauf:klassisch
Rudern:Vierer_mit_Steuermann	Ski_nordisch:Langlauf:Massenstart
Rudern:Vierer_ohne_Steuermann	Ski_nordisch:Langlauf:Sprint
Rudern:Zweier_mit_Steuermann	Ski_nordisch:Langlauf:Staffel
Rudern:Zweier_ohne_Steuermann	Ski_nordisch:Langlauf:Verfolgung
Rugby	Ski_nordisch:Kombination
Schach	Ski_nordisch:Kombination:Sprint
Schießen	Ski_nordisch:Skifliegen
Schießen:Luftgewehr	Ski_nordisch:Springen
Schießen:Luftpistole	Skibob
Schießen:Pistole	Sporthilfe
Schießen:Trap	Sportler
Schwimmen	Sportlerin
Schwimmen:Brust	Sportlerwahl
Schwimmen:Freistil	Sportmedizin
Schwimmen:Rücken	Sportpolitik
Schwimmen:Schmetterling	Sportstätte
Schwimmen:Delphin	Softball
Schwimmen:Synchro	Squash
Schwimmen:Springen	Taekwondo
Schwimmen:Wasserball	Tanzen
Segelfliegen	Tennis
Segeln	Tennis:Einzel
Segeln:Europe	Tennis:Doppel
Segeln:Finn-Dinghi	Tennis:Mixed
Segeln:Mistral	Tennis:Return
Segeln:Laser	Tennis:Rückhand
Segeln:Starboot	Tennis:Vorhand

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Tennis:Daviscup
 Tennis:Federationcup
 Tennis:Wimbledon
 Testspiel
 Tischtennis
 Triathlon
 Turnen:Rhythmische_Sportgymnastik
 Turnen:Trampolin
 Universiade
 Volleyball
 verletzt
 Verletzung
 verärgert
 Wasserball
 WM:Weltmeisterschaft
 Weltcup
 Zuschauer

UMWELT

Altlasten
 Atommüll
 Bürgerinitiativen
 Bodenuntersuchungen
 Demonstrationen
 Giftmüll
 Greenpeace
 Klima
 Konferenzen
 Lärm
 Lärmschutz
 Luftuntersuchungen
 Luftverschmutzung
 Meeresschutz
 Messen
 Müll
 Müllabfuhr
 Ölpest
 Organisationen
 Recycling
 Robbensterben
 Umweltverschmutzung
 Umweltschutz
 Vogelsterben
 Waldsterben
 Wasseruntersuchungen
 Wasserverschmutzung

VERKEHR

Auto
 Bahn
 Bahnhöfe
 Demonstrationen
 Fahrverbot
 Flughäfen
 Flugzeuge
 Gebäude
 Häfen
 Historisch
 Luftfahrt
 Messen
 Schiffe
 Schifffahrt
 Schiene
 Straßen
 Tankstellen
 Transporte
 Typen
 Verkehrsberuhigung
 Verkehrssicherheit
 Verkehrsteilnehmer
 Zweirad

WIRTSCHAFT

Alternative_Energie
 Anlagenbau
 APEC
 ASEAN
 Atom
 Atomenergie
 Atommüll
 Auktionen
 Ausstellungen
 Auto
 Banken
 Bau
 Baustoffe
 Bekleidung
 Bergbau
 Börse
 Branchen
 Büroartikel
 Bundesbank
 Chemie
 Computer

STICHWORTLISTE nach Kategorien

DAX	Leasing
Devisen	Maschinenbau
Dienstleistungen	Messen
Dollar	Metall
Edelmetalle	Mineralien
Edelsteine	Mineralöl
Effekten	Möbel
EFTA	Montage
Elektro	Nachtleben
Elektronik	NAFTA
Energie	OECD
Ernährung	OPEC
EWI	Optik
EWR	Ostdeutschland
Export	Papier
EZB	Patente
Finanzmärkte	Pharma
Flugzeugbau	Porzellan
Food, Essen_und_Trinken	Post
Gastronomie	Produktion
GATT	Rohstoffe
Gebäude	Sachverständigenrat
Geld	Sanitär
Geldanlage	Schulden
Getränke	Spielwaren
Giftmüll	Sportartikel
Gipfel	Stahl
Glücksspiele	Straßenbau
Gold	Subventionen
Gummi	Technik
Handel	Telekommunikation
Handwerk	Terminbörse
Haushaltswaren	Textil
Historisch	Treuhand
Holz	Typen
Hotel	Uhren
Immobilien	Unterhaltungselektronik
Import	Unternehmen
Industrie	Verbände
Investitionen	Verbraucher
Insolvenzen	Verlage
IWF	Versicherungen
Kohle	Währung
Konferenzen	Wasser
Konjunktur	Weltbank
Konkurse	Werbung
Kosmetik	Werften
Kunststoffe	Wettbewerb
Kurse	Wohnungsbau
Ladenschluss	WTO

STICHWORTLISTE nach Kategorien

Zulieferer
Zweirad

WISSENSCHAFT

Anthropologie
Archäologie
Astronomie
Atom
Atomenergie
Auszeichnungen
Biologie
Chemie
Computer
Energie
Erdaufnahmen
Forschung
Gebäude
Gentechnik
Geologie
Geschichte
Heraldik
Internet
Jahrestag
Konferenzen
Klima
Laser
Labore
Mathematik
Paläontologie
Philosophie
Physik
Planeten
Psychologie
Raumfahrt
Soziologie
Sprache
Technik
Tierversuche
Ufos
Weltall



Informationen zur Bildarchivierung

Vielen Dank für Ihre Anfrage zur Bildarchivierung.

Zu Ihrer Information zunächst einige Angaben zu mir: ich bin Bilddokumentarin und Verlagsassistentin, war über 15 Jahre in verschiedenen internationalen Universal-Bildagenturen tätig, sowohl im Vertrieb wie auch in der Archivierung, wobei ich 8 Jahre die Bildarchivierung geleitet habe. Der Aufbau eines Rubrikensystems sowie die Entwicklung eines Leitfadens zur Verschlagwortung gehörten hierbei ebenso zu meinen Aufgaben.

Meine Tätigkeit erfolgte bisher im Angestelltenverhältnis; ich bin aber auch daran interessiert, mir nebenberuflich ein zweites Standbein als Archivarin, gerne auch in Heimarbeit, zu schaffen.

Zur Berechnung der Archivierungspreise bitte ich um Angabe Ihrer Archivierungswünsche. Es kann entweder nach Zeitaufwand oder nach Stückzahl abgerechnet werden, wobei die Stückzahl eindeutig nachweisbar wäre.

Ich benötige folgende Informationen:

- wie viele Motive sollen in welchem Zeitraum archiviert werden ?
- handelt es sich um einen einmaligen Auftrag oder denken Sie an eine langfristige Zusammenarbeit ?
- welche Motive sollen verschlagwortet werden ?
(Reise/Tiere/Pflanzen/Menschen...)
- in welcher Form würde ich die Motive erhalten ?
Da Sie sicher keine Originale verschicken wollen, müsste ich entweder Farbkopien, CDs, Bilder per email oder Einsicht in Ihre website erhalten. Alle Motive müssen eindeutig durch eine (Urheber-)Bildnummer identifizierbar sein und einer Textliste zugeordnet werden können.
- In welcher Sprache soll archiviert werden ? Nur in Deutsch, Übersetzungen aus dem Englischen ins Deutsche, oder Übersetzungen auch von Deutsch ins Englische ?
In diesem Fall biete ich das übliche Schulenglisch, bzw. den Einsatz von Wörterbüchern und Internet-Übersetzungshilfen.
- Privat schreibe ich noch in der alten deutschen Schreibweise, archiviert wird auf Wunsch in der alten und neuen oder nur in der aktuellen Schreibweise.

- Textvorgaben:
zu den Bildern benötige ich eine Liste mit Ihren (Urheber-)Bildnummern und den wichtigsten Angaben. Je ausführlicher die Bildinfos, desto schneller kann archiviert werden, da längere Recherchen entfallen.

- bei Produktionen, die eindeutige und allgemeingültige Situationen darstellen, brauche ich keine oder nur wenige Textangaben (z. Bsp. Familie am Strand, beim Radeln, Schwimmen...)
 - bei Aufnahmen von Kleinkindern und Kindern ist das Alter interessant und evt. das Geschlecht (kleiner langhaariger Junge – oder Mädchen ?)
 - Pflanzen- und Tiernamen übernehme ich von Ihren Angaben, ebenso die lateinischen Bezeichnungen. Manchmal genügen kleine Details, die für den Laien schwer erkennbar sind, und schon handelt es sich um eine andere Pflanzen- oder Tierart (Sägefisch – Schwertfisch)
 - Foodaufnahmen: der Name der Speise oder der Zutaten ist sehr hilfreich
 - bei Städteaufnahmen ist auch das Aufnahmedatum interessant (eine Stadtsilhouette ändert sich meist jedes Jahr durch neue, markante Gebäude),
evt. auch Hinweise auf Sehenswürdigkeiten,
bei Orts-, Städte- und Landschaftsaufnahmen ist auch die Angabe des Staates, bzw. des Bundeslandes/Departments/Provinz etc. hilfreich.
- Mein Vorschlag wäre, eine kleine Bildunterschrift zur ersten Info zum Bild zu liefern. Diese kann aus einem kleinen Satz bestehen oder aus einem gekürzten Satz, bei dem die Artikel entfallen.
Zusätzlich ein längerer Freitext, der nur aus reiner Verschlagwortung besteht, und zwar so, wie der Kunde das Bild am ehestens in einer Suchmaschine/Internet/CD... suchen würde. Weitere Details hierzu folgen gerne.

Zusätzlich kann noch ein Thesaurus mit den wichtigsten, standardisierten Schlagworten aufgebaut werden, der auch zu einem späteren Zeitpunkt von einem native speaker in eine andere Sprache übersetzt werden kann. Der Aufbau dieses Thesaurus und die zusätzliche Archivierung ist allerdings zeitraubend und damit teurer.

Technische Ausstattung:

Da ich bisher immer in den Firmen selbst und mit der entsprechenden Firmensoftware gearbeitet habe (APIS, diverse Archivierungsprogramme, Excel), kann ich privat nur auf meinen PC zurückgreifen. Derzeit ist Windows XP installiert. Sollten Sie ein bestimmtes Archivierungsprogramm zur Verfügung haben, kann ich dieses sicher auf meinem PC installieren, alternativ erstelle ich Excellisten mit den Archivierungsdaten, die ich auf CD brennen oder Ihnen mailen kann. Technische Details kläre ich dann mit meinem EDV-Spezialisten ab.

Grundsätzlich biete ich an, zu Testzwecken erstmal ca. 20 Motive zu verschlagworten, damit wir abstimmen können, ob die Verschlagwortung Ihren Vorstellungen entspricht und um zu sehen, ob mit der Technik alles klappt.

Über Ihr Interesse würde ich mich freuen.

Freundliche Grüße



Eidesstattliche Versicherung

Ich versichere, die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangaben kenntlich gemacht.

Ich stimme zu, dass ein Exemplar der Diplomarbeit in den Bibliotheksbestand aufgenommen wird.

Hamburg, Januar 2007

(Julia Feix)