

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra žurnalistiky



NĚMECKÁ TISKOVÁ AGENTURA DPA

Bakalářská diplomová práce

German Press Agency DPA

Mgr. Eva Johnová

Vedoucí práce: Mgr. Tomáš Káňa, PhD.

Olomouc 2010

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou bakalářskou práci na téma: „Německá tisková agentura DPA“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

Počet znaků čistého textu bez příloh: 77.726

V Olomouci dne 13.12.2010

.....
Eva Johnová

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu práce Mgr. Tomáši Káňovi za jeho odborné vedení, podnětné připomínky a obětavý přístup při konzultacích a také paní Ulrike Pyhrr z agentury DPA za vstřícnost a flexibilitu při poskytování informací a studijních materiálů.

Motto:

Be first, but first be true.

Abstrakt

Cílem mé bakalářské práce je vyhledání a shrnutí relevantních informací a faktů k činnosti, organizační a vlastnické struktuře, produktové nabídce a službách Německé tiskové agentury DPA. Rešerše zaměřená na vyhledávání, sběr, třídění a zpracování informací o agentuře DPA v dostupných informačních zdrojích tvoří základ metodiky mé práce, jejímž cílem je jejich následné utřídění do přehledové stati a vytvoření komplexního informačního profilu této tiskové agentury. Převážná většina relevantních zdrojů je vedena v mateřském jazyce agentury, tedy v němčině. K práci se zdroji a vypracování této bakalářské práce byl tedy nutný rovněž překlad těchto zdrojů.

Abstract

The aim of this Bachelor thesis is to find and summarize of relevant information and facts on business, the organizational and ownership structure, the product portfolio and services of the German news agency DPA. The thesis focuses on searching, collecting, sorting and processing information about the news agency DPA from available sources, which are the main principals of methodology of this work. The main impact is to deliver and organize a subsequent survey of comprehensive information profile of this news agency. The vast majority of relevant sources are written in German though an extensit translation work had to be done to make the relevant information accessible for the target group of readers: Czech journalists.

Klíčová slova

tisková agentura, zpravodajská agentura, agenturní zpravodajství, DPA, produktová nabídka, organizační struktura, vlastnická struktura, Německo, německý, zpravodajství

press agency, news agency, agency news service, DPA, produkt offer, organizational structure, ownership structure, Germany, German, news

1	OBSAH	
1	OBSAH.....	7
2	ÚVOD.....	8
3	STRUČNÉ PŘEDSTAVENÍ DPA	10
4	FUNKCE A POSLÁNÍ DPA	11
5	STRUČNÁ HISTORIE DPA V DATECH.....	12
6	VLASTNICKÁ STRUKTURA DPA	17
7	ORGANIZAČNÍ STRUKTURA DPA.....	25
8	ZDROJE INFORMACÍ A JEJICH VYUŽITÍ.....	36
9	PRODUKTY A PRODUKTOVÉ BALÍČKY	39
10	DPA A JEJÍ NEJVĚTŠÍ KONKURENTI.....	45
11	ZÁVĚR.....	48
12	ANOTACE.....	50
13	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	51
14	SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	52
15	SEZNAM PŘÍLOH.....	53
16	PŘÍLOHY	54

2 ÚVOD

„O tom, o čem královna tiskových agentur nereferuje, to se jednoduše nestalo.“ Těmito slovy uvedl německý deník Frankfurter Rundschau 18. srpna 1999 svůj rozsáhlý článek o agentuře DPA k padesátému výročí jejího založení. Ač může tento titulek vyznít přece jen poněkud přehnaně, faktem je, že DPA je v německy mluvícím regionu největším dodavatelem zpravodajství pro tradiční média, jakými jsou noviny, časopisy, rozhlas či televize, a v dnešní době i pro média nová, jako jsou online deníky, internetová rádia a další. I DPA je dnes a denně vystavována konkurenčnímu tlaku jiných renomovaných (zejména mezinárodních) zpravodajských agentur, které poskytují svůj servis rovněž v německém jazyce (kromě jiných zmiňme alespoň ty nejdůležitější, kterými jsou Associated Press (AP), Thomson Reuters (RTR) nebo Agence France-Presse (AFP). Ale jen málokterý deník či rozhlasová stanice si dovolí na zpravodajství DPA zcela rezignovat.¹

Ačkoliv se v samotném názvu agentury objevuje slovo „Presse“, tedy tisk, je jasné, že v kontextu současného vývoje v oblasti mediálního trhu, ale v podstatě obecně v kontextu informačně technologického vývoje ve všech sférách lidské činnosti, je na místě označovat agentury jako zpravodajské, nikoliv pouze tiskové. Zpravodajství a jeho výstupy mají dnes mnohem komplexnější záběr, než tomu bylo v minulosti. Informace se dnes kromě tištěné formy šíří zejména elektronickou cestou a nejde logicky jen o informace psané, ale rovněž obrazové či zvukové.

Na zpravodajské agentury tak byly, a stále jsou, kladeny vysoké nároky. Pouze dokonalé technické a organizační zázemí, které umožní rychlý a bezproblémový standardizovaný přenos aktuálních informací, může pomoci agentuře obstát v tvrdé konkurenci na mediálním trhu. Mezi takové agentury, za kterými stojí, kromě silného mediálního zázemí, také dlouholetá tradice a vysoké renomé, se právem řadí právě DPA.

¹ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 1

V českém jazykovém prostředí nejsou doposud dostupné žádné souvislé texty či učební materiály, které by pojednávaly o DPA. Kromě stručných zmínek v často již neaktuálních učebních skriptech, či sice aktuálních, zato však nedostatečně zpracovaných, internetových textech, není možné bez znalosti cizího jazyka získat podrobnější informace o této agentuře.

Právě tato skutečnost a dobrá znalost německého jazyka, kterou jsem měla možnost získat během svého předchozího studia a bezmála dvanáctileté překladatelské a tlumočnické praxe, mne přivedly na myšlenku, poskytnout pomocí zdrojové rešerše ucelený přehled o struktuře, činnosti, nabídce a zázemí této, v evropském měřítku zcela zásadní a významné, zpravodajské agentury. Zdroje, ze kterých jsem při vytváření přehledové stati vycházela, je možné rozdělit do tří základních kategorií: na tištěné publikace v českém jazyce, tištěné publikace v německém jazyce a elektronické zdroje v německém jazyce.

Práce se člení do jednotlivých kapitol dle tématických oblastí. V úvodu práce se věnuji stručnému představení agentury DPA zejména v podobě základních informací o jejím sídle, či oblastech působení a na základě kvantitativních ukazatelů její produkce. Následuje výčet základních funkcí, které si agenturní zpravodajství v podání DPA dalo za cíl.

V kapitole pojednávající o historii DPA se záměrně nezabývám detaily a souvislostmi, které jednotlivým, zde pouze výčtově uvedeným, milníkům dějin DPA předcházely, či s nimi úzce souvisely. Cílem této práce není shrnutí a analýza historického vývoje agentury, nýbrž, jak jsem již uvedla, ucelený přehled informací zejména o její současné podobě a novodobém vývoji. Základní chronologicky řazené údaje z historie DPA jsem nicméně nemohla opomenout, neboť bez nich by ani nebylo možné prezentovat její současnost v patřičném a srozumitelném kontextu.

Další obsáhlá část je věnována vlastnické a organizační struktuře DPA odkrývající majetkové pozadí a organizační zázemí agentury. Následují jednotlivé části popisující zdroje získávání informací, komplexní nabídku produktů a produktových balíčků DPA. Pro dotvoření celkového obrazu uvádím ještě výčet největších konkurentů DPA vzhledem k regionálnímu působení i cílovým skupinám.

Obsah a výsledky mé práce jsou určeny všem zájemcům, kteří mohou při své práci či studiu upotřebit aktuální a mnohostranné informace o jedné z největších agentur v evropském i světovém měřítku.

3 STRUČNÉ PŘEDSTAVENÍ DPA

Německá tisková agentura DPA je největší zpravodajskou agenturou Spolkové republiky Německo a čtvrtou největší zpravodajskou agenturou světa (2009)². Její hlavní sídlo bylo od roku 1949 v Hamburgu. Od srpna roku 2010 se centrála DPA přestěhovala do nových prostor v Berlíně. V současné době provozuje na území Německa více jak 50 poboček a je zastoupena ve více jak 100 zemích po celém světě.³

Hlavním předmětem činnosti DPA je sběr, zpracování a distribuce multimediálních obsahů, tedy zpravodajských, archivních a obrazových materiálů. Prostřednictvím sítě vlastních korespondentů distribuuje DPA do celého světa zprávy z tuzemska i zahraničí v textové, zvukové, grafické a obrazové podobě.

Zákazníky agentury jsou tištěná a online média, rozhlasové a televizní stanice ve více jak 100 zemích světa, ale také různá sdružení, spolky, firmy, reklamní a PR agentury. V Německu pokrývá DPA svými výstupy 95% mediálního trhu, v zahraničí pak na 700 zákazníků, mezi kterými je okolo 40 národních zpravodajských agentur.⁴

Denně vydává na 900 zpráv v rozsahu 150.000 slov z celého světa v pěti hlavních tematických oblastech: politika, hospodářství, kultura, sport a tzv. ostatní.⁵ To vše je realizováno v kontextu zásad současného agenturního zpravodajství, ve kterém je oproti dobám minulým jasně patrný posun od prostého přenosu textu či obrazu ke komplexnímu předávání informací včetně odkazů na zdroje, souvisejících kontaktů, geografických údajů apod.

² HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 - 54

³ <http://www.dpa.de/Unternehmen.55.0.html>

⁴ <http://www.dpa.de/Zahlen-Fakten.53.0.html>

⁵ <http://www.dpa.de/Zahlen-Fakten.53.0.html>

4 FUNKCE A POSLÁNÍ DPA

K jasné definici funkcí a poslání konkrétní zpravodajské agentury je nutné si nejprve definovat samotný pojem zpravodajská agentura, resp. její základní úkoly a záměry. Ludmila Trunečková se ve svém díle Tiskové agentury odkazuje na konvenci VS OSN z roku 1949 o mezinárodním zpravodajství a zde uvedenou definici, podle níž se pojem zpravodajská (informační) agentura vztahuje na „každou, veřejnou nebo soukromou organizaci charakteru tiskového, rozhlasového, televizního i kinematografického, která má za účel pravidelně získávat a rozesílat zpravodajský materiál, je vybudována a organizována ve shodě se zákonem a předpisy státu, na jehož teritoriu má ústřední kancelář a působí ve shodě se zákony a předpisy státu, na jehož teritoriu vykonává své funkce.“⁶ Ačkoliv vznikla citovaná definice již před více jak 60 lety, přesněji v roce 1949, vystihuje v zásadě vše podstatné a až na malé úpravy ji není třeba nijak aktualizovat či doplňovat. Společenská smlouva DPA definuje pak předmět podnikání v § 5 takto: „Předmětem podnikání je shromažďování, zpracovávání a šíření zpravodajských, archivních a obrazových materiálů veškerého druhu.“⁷ Výše uvedené cíle by však samy o sobě nemohly být naplňovány v souladu s požadavky na moderní zpravodajský servis bez zachování základních principů a pilířů zpravodajských výstupů, jakými jsou aktuálnost, nezávislost, nadstranickost, komplexnost, přesnost, spolehlivost a rychlost. Nezávislost žurnalistické práce je jasně deklarována rovněž ve společenské smlouvě DPA: „Společnost plní své úkoly nestranně a nezávisle na působení a vlivu stran, světónázorových skupin, hospodářských nebo finančních seskupení a vlád.“⁸ Ve výše citované deklaraci je dále zmiňována nutnost objektivity a nestrannosti zpravodajské agentury, mezi jejíž hlavní úkoly patří hledání a následná prezentace podstaty okolních událostí z hlediska kritického, ale nezávislého pozorovatele, a tím také eliminace jednostrannosti názorových polemik. Musí být dán prostor argumentaci protistrany, menšinové názory musí být zohledněny v poměru jejich relativního zastoupení ve společnosti. Zprávy je třeba prezentovat bez komentářů, ale v souvislostech a v kontextu okolností. Veřejný zájem je třeba vnímat pečlivě s ohledem na jiné právní hodnoty, mezi které patří například právo na ochranu soukromí. Úkolem agentury není opěvovat, ironizovat či odsuzovat, ale informovat a analyzovat. Hodnocení náleží čtenáři, posluchači, občanovi či komentátorovi.⁹

⁶ TRUNEČKOVÁ, Ludmila. 1997, s. 11

⁷ TRUNEČKOVÁ, Ludmila. 1997, s. 12

⁸ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen. 2000, s. 2

⁹ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 13

5 STRUČNÁ HISTORIE DPA V DATECH

5.1 1945 – 1949 ¹⁰

- 1945-1949 S koncem 2. světové války zanikají všechny zpravodajské agentury a noviny operující v letech 1939-1945 na území Německé říše. Bezprostředně po konci války zprostředkovávají zprávy z území zejména vojenští zpravodajové spojeneckých vojsk. V jednotlivých okupačních zónách pak postupně vznikají regionální zpravodajské agentury.
18. 8. 1949 Za účasti vydavatelů a členů dozorčích rad vzniká podpisem dohody o sloučení agentur „Deutsche Nachrichtenagentur“ (Dena), „Deutscher Pressedienst“ a „Süddeutsche Nachrichtenagentur“ (Südena) agentura DPA s organizační strukturou družstevní organizace. Důvodem této fúze dříve existujících agentur bylo zejména sloučení západních okupačních pásem do Spolkové republiky Německo. Vydavatelské principy a metody novinářské práce byly z velké části převzaty z původních agentur a v ranných fázích nesou jasné stopy zejména angloamerických pracovních postupů – např. striktní oddělování sdělení od názoru, přesné přejímání zdrojů, srozumitelnost obsahu a jasnost pojmů. Jasně patrná je také snaha o „očistění“ německého jazyka od výrazů a slovních spojení, která byla v minulosti zneužita nacistickou diktaturou. Základní kapitál společnosti činil 350.000,- DM.
1. 9. 1949 DPA vydává první agenturní zprávu a zahajuje tak oficiálně svou činnost; sídlem agentury je Hamburg.
- 1949 DPA přebírá od DPD krátkovlnné vysílání v německém jazyce a začíná je dále sama provozovat do celého světa; následují zprávy ve čtyřech světových jazycích distribuované leteckou poštou.
- 1949 – 1959 Prvním šéfredaktorem a jednatelem je Fritéz Sängler.

¹⁰ Zdroje pro jednotlivé údaje: HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 – 51; http://www.dpa.de/1949-1959.1949_19590.0.html

5.2 1950 – 1959 ¹¹

- 1950 DPA navyšuje svůj základní kapitál na 1,2 milionů DM, zaměstnává na 800 zaměstnanců a vykazuje roční obrát 11 milionů DM.
- 1951 DPA se mění ve společnost s ručením omezeným.
- 1956 DPA zahajuje veřejnou telefonní zpravodajskou službu.
Mimořádná valná hromada rozhoduje o vybudování mezinárodních redakcí.
- 1957 DPA začala vysílat evropský zpravodajský servis na dlouhých vlnách a zámořský servis v angličtině na pěti krátkovlnných frekvencích.
- 1958 Poštovní zasílání fotografií nahrazuje přenos prostřednictvím rádiových dlouhých vln.
- 1959-1967 Šéfredaktorem je Erich Eggeling.

5.3 1960 – 1969 ¹²

- 1960 DPA zahajuje servis ve francouzštině pro Afriku a ve španělštině pro Latinskou Ameriku.
- 1964 Bylo zahájeno nepřetržité transatlantické dálnopisové spojení s New Yorkem a Washingtonem. DPA má od tohoto roku jako první západní instituce vlastního zpravodaje v Číně.
- 1966 Zahraniční síť DPA disponuje korespondenty a spolupracovníky v 75 zemích světa.
- 1967 DPA začíná formou svých produktů „DPA-Basisdienst“ a „DPA-Bildfunk“ vysílat kontinuální 24-hodinový německý servis, zahajuje svůj servis v arabštině, španělský servis navyšuje sobu vysílání z šesti na dvanáct hodin denně a začíná se budovat anglický servis.
- 1968-1991 Šéfredaktorem je Dr. Hans Bernischke.

¹¹ Zdroje pro jednotlivé údaje: HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 – 51; http://www.dpa.de/1949-1959.1949_19590.0.html

¹² Zdroje pro jednotlivé údaje: HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 – 51; <http://www.dpa.de/1960-1970.101.0.html>

5.4 1970 – 1979 ¹³

- 1973 DPA začíná využívat první model elektronického přenosu zpráv řízeného počítačem, redaktoři DPA tak poprvé redigují zprávy na svých obrazovkách.
- 1979 Je zaveden jednotný normovaný formát zpráv, zákazníci DPA tak mohou přijímat zpracovávat zprávy přímo ve svých počítačích.

5.5 1980 – 1989 ¹⁴

- 1980 Evropský servis DPA zahájil nepřetržité vysílání.
- 1981 DPA zakládá vlastní hospodářskou redakci.
- 1983 Centrální obrazová redakce zavádí elektronické zpracovávání fotografií.
- 1984 DPA začíná budovat vlastní zpravodajskou počítačovou databázi.
- 1985 Začíná fungovat „EPA – European Pressphoto Agency B.V.“ (více o agentuře viz kapitola 6.5.5) s majetkovým podílem DPA.
- 1986 DPA zakládá společnost „Global Media Services GmbH“ (GMS) (více o společnosti v kapitole 6.4.1).
- 1988 DPA přestává získávat zprávy ze světa prostřednictvím partnerských agentur a organizací a mezinárodní zpravodajství se tak opírá pouze o vlastní síť korespondentů.
Společnost GMS kupuje svého konkurenta společnost „Globus Kartendiens GmbH“ (více o společnosti v kapitole 6.4.6);
- 1989 DPA a východoněmecká zpravodajská agentura ADN Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst začínají spolupracovat v oblasti distribuce a techniky; DPA a pět dalších agentur zakládají společnost MECOM Medien Kommunikationgesellschaft mbH (více o společnosti v kapitole 6.5.1) pro satelitní přenos svých zpráv.

¹³ Zdroje pro jednotlivé údaje: HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 – 51; <http://www.dpa.de/1971-1979.117.0.html>

¹⁴ Zdroje pro jednotlivé údaje: HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 – 51; <http://www.dpa.de/1980-1986.201.0.html>; <http://www.dpa.de/1987-1991.202.0.html>

5.6 1990 – 1999¹⁵

- 1991-2009 šéfredaktorem je Dr. Wilhelm Herlyn
- 1991 DPA kupuje 75% podíl ve fotografické agentuře „ZB-Fotoagentur Zentralbild GmbH“ (více o agentuře v kapitole 0)
- 1994 Ve Washingtonu je otevřena další redakce anglického zpravodajského servisu.
- 1995 Obrazová redakce DPA přechází kompletně na databázovou digitální produkci.
- 1996 Hamburská redakce španělského zpravodajského servisu se přesouvá do Madridu, kde je založena „DPA Agencia de Pensa Alemana SL“. Spolu s již existující redakcí v Buenos Aires se podílí na tvorbě španělského zpravodajského servisu.
- 1997 V Bangkoku vzniká asijská redakce anglického zpravodajského servisu, na Kypru je v Nikósii založena vlastní redakce, která dodává zprávy arabskému zpravodajskému servisu.
- 1999 Probíhá zásadní reorganizace hamburských redakcí domácího a evropského zpravodajského servisu, vzniká nový rezort „Různé/Moderní život“.

5.7 2000 – současnost¹⁶

- 2000 V Berlíně je otevřena kancelář pro sběr a zpracování zpráv z hlavního města. Je založena dceřiná společnost DPA-Infocom (více o společnosti v kapitole 1.1.1). Obrazová databáze DPA je zpřístupněna také na internetu.
- 2001 DPA vykázala roční obrát 106 milionů euro a má na 900 zaměstnanců.
- 2002 DPA navyšuje základní kapitál na 16,5 milionu euro. Anglický zpravodajský servis prochází restrukturalizací, jeho centrální redakce vysílá od srpna t. r. z Corku (Irsko).

¹⁵ Zdroje pro jednotlivé údaje: HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 – 51; <http://www.dpa.de/1987-1991.202.0.html>; <http://www.dpa.de/1992-1999.203.0.html>

¹⁶ Zdroje pro jednotlivé údaje: HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48 – 51; <http://www.dpa.de/2000.204.0.html>

- 2000 Je založena DPA Picture-Alliance GmbH pro distribuci obrazových materiálů ostatním partnerským agenturám prostřednictvím portálu www.picture-alliance.com (více o společnosti v kapitole 6.4.2).
- 2003 Tuzemské redakce DPA procházejí jednou z nejzásadnějších reforem redakčních postupů v dějinách agentury.
- 2004 V platnost vstupuje nový model pro tvorbu zákaznických cen. Přináší zcela nový koncept cenové politiky DPA.
- 2007 Startuje první crossmediální zpravodajský servis zaměřený na cílovou skupinu dětí – „DPA-Nachrichten für Kinder“ přináší poprvé textové i obrazové zprávy, grafiky, animace i podcasty.
- 2010 Šéfredaktorem se stává Wolfgang Büchner.
- 15.8. 2010 Centrála DPA se poprvé od počátku své existence stěhuje do Berlína, kde otevírá zcela nově koncipovanou centrální redakci. Jednotlivé rezorty a redakce jsou poprvé za dobu existence agentury centralizovány v novém Newsroomu (více o něm v kapitole 0) tak říkajíc pod jednou střechou.

6 VLASTNICKÁ STRUKTURA DPA

Právní forma agentury DPA je společnost s ručením omezeným (německy GmbH). Společnost je zapsána v Obchodním rejstříku města Hamburg pod značkou HRB 68431 a daňovým identifikačním číslem DE 118543436. Základní jmění společnosti činí 16.464.750,- euro.

DPA GmbH je součástí podnikatelské skupiny DPA, která se skládá z celkem 12 dceřiných společností a 5 partnerských společností, ve kterých má DPA GmbH majetkové podíly.¹⁷

6.1 Společníci

DPA má v současné době 190 společníků, kterými jsou výlučně mediální organizace jako vydavatelství novin a časopisů, nakladatelství či rozhlasové stanice. Struktura vlastníků a zákazníků DPA se tak částečně překrývá.¹⁸

Prvními akcionáři byli podílníci agentury DENA, kterou DPA převzala v roce 1949. Později se k agentuře připojila vydavatelství novin a časopisů, nebo například druhý televizní kanál (ZDF).¹⁹ Jednotliví společníci mohou vlastnit maximálně 1,5 procenta základního kapitálu, aby tak bylo zamezeno možnému zneužití vlivu případných většinových podílníků. Podíly elektronických médií pak nesmí překročit celkem 25 procent. Princip nezávislosti je pak závazný pro všechny zaměstnance agentury i její akcionáře.²⁰

6.2 Financování

DPA je financována výhradně z prodeje mluveného, textového a obrazového servisu odběratelům a prodeje doplňkových služeb, mezi které patří například archivační servis pro abonenty či externí zákazníky, nebo poskytnutí částečného technického know-how v oblasti sběru, zpracování a distribuce informačních obsahů. Z velké části tvoří příjmy paušální poplatky, jejichž plátcí jsou zejména vydavatel novin a časopisů či rozhlasové a televizní stanice. Významným přínosem do rozpočtu DPA jsou ale také abonenti z nemediální sféry – spolková vláda, zemské vlády, politické strany, odborové svazy, průmyslové a jiné společnosti. Výše poplatků je odvozena zejména od výše nákladu daného média.²¹

¹⁷ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 9

¹⁸ <http://www.dpa.de/Unternehmensstruktur.47.0.html>

¹⁹ HLAVČÁKOVÁ, Svetlana. 1994, s. 48

²⁰ <http://www.dpa.de/Unternehmensstruktur.47.0.html>

²¹ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen. 2000, s. 10; DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 10

6.3 Hospodářský výsledek

DPA hospodařila v posledních letech s těmito výsledky:

Tabulka 1 - Hospodářský výsledek DPA 2005-2009

	2005	2006	2007	2008	2009
Obrat	94.679	95.663	93.834	94.138	90.291
Výsledek po zdanění	2.100	6.321	4.427	2.945	- 3.801
Investice	3.117	6.577	4.293	3.958	5.830
Počet zaměstnanců	784	776	811	822	744

Údaje jsou uváděny v tisících EUR.

DPA vykazuje v posledních dvaceti letech v podstatě vyrovnané pozitivní hospodářské výsledky. Koncem devadesátých let se, tak jako řada jiných zpravodajských agentur, musela vyrovnat s velkým úbytkem tištěných médií, který v zásadě pokračuje, byť již ne tak dramaticky, až do dnešní doby a s ním souvisejícím poklesem tržeb v tomto segmentu trhu.

Ač dosahovala DPA i v těchto letech černých čísel, nebyly až do roku 1995 vypláceny žádné podíly na zisku jednotlivým společníkům, nýbrž byl zisk vždy znovu investován do rozvoje agentury. To bylo až do této doby také zakotveno ve společenské smlouvě, původně z roku 1949. Pro hospodářský rok 1996 bylo poprvé v historii DPA na shromáždění společníků rozhodnuto o vyplacení 15% dividendy.²²

Koncem devadesátých let a v průběhu prvního desetiletí 21. století již k dalšímu vyplacení dividend nedocházelo. Důvodem byl zejména sílící konkurenční tlak a nutnost investic do modernizace provozu agentury. V loňském roce souvisí pak negativní hospodářský výsledek zejména s rozsáhlými investicemi do nových prostor a technologií pro centrální sídlo DPA v Berlíně.²³

6.4 Dceřiné společnosti DPA

Jsou servisní společnosti, ve kterých má mateřská společnost DPA GmbH 100% majetkový podíl, a které svou činností pokrývají, zcela nebo částečně, produkci agentury v dané oblasti. Následuje jejich přehled a stručný popis jejich činnosti:

²² HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 6

²³ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 7

6.4.1 GMS - Global Media Services GmbH, Hamburg

Společnost specializovaná na podporu a servis pro svou mateřskou společnost a zákazníky v oblasti audiovizuálních mediálních technologií a techniky. Zabývá se zejména technickými službami a řešeními např. při správě a vývoji mezinárodních videokonferenčních sítí či při organizaci místních i mezinárodních obchodních akcí z pohledu jejich zabezpečení v oblasti komunikace.²⁴

6.4.2 DPA Picture Alliance GmbH, Frankfurt nad Mohanem

Jedna v hlavních fotografických agentur v Německu je jako dceřiná společnost DPA GmbH činná v oblasti pořizování, archivace a prodeje obrazové dokumentace. Jejími hlavními dodavateli jsou menší fotografické a zpravodajské agentury či fotostudia, zejména pak: akg-images, Bildagentur Huber, DPA-Bilderdienste, kpa photo archive, Okapia, Picture Press. Picture Alliance nabízí kromě fotek také grafiky, ilustrace a klipy z nejrůznějších oblastí veřejného života, od sportu a zábavy, přes hospodářství a umění, až po přírodu či životní styl.²⁵

6.4.3 Fotoagentur Zentralbild GmbH, Berlín

Je fotografickou agenturou poskytující své služby a produkty kromě zákazníků také centrální obrazové redakci mateřské společnosti DPA GmbH. Denně vytváří a vydává fotografie z hlavního města Berlína a tzv. nových spolkových zemí, tedy zemí bývalého východního Německa. Tématické snímky, portrétní fotografie či drobné obrazové reportáže odráží v zásadě všechny oblasti veřejného života v tomto regionu – od společenských a politických událostí, přes sportovní tematiku až po přírodu.²⁶

²⁴ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.gms-mediaservices.de/>

²⁵ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; www.picture-alliance.com

²⁶ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>

6.4.4 DPA Infocom GmbH, Hamburg

Společnost specializovaná na multimediální informační služby. Vytvíjí a vyrábí individuální řešení pro internet, intranet a mobilní sítě. Mezi její produkty patří také distribuce informací ve speciálních formátech jako např. pro digitální televize nebo teletext. Využívá k tomu všechny základní formáty své mateřské společnosti, tedy text, obraz, grafiku i zvuk, a spojuje je do informačních balíčků, které mohou být zákazníkem ihned převzaty a publikovány.²⁷

6.4.5 PPS Presse-Programm-Service GmbH, Berlín

Je zpracovatelem a poskytovatelem programových dat televizních a rozhlasových stanic. Pro své zákazníky – tištěná média, internetové servery, kabelové televize, mobilní operátory či přímo televizní a rozhlasové stanice – sbírá, zpracovává a vytváří informace o plánovaných programech a programových nabídkách. Výsledkem pak může být tematická televizní stránka v denním tisku, programový časopis, internetový nebo mobilní programový vyhledavač či teletextová stránka.²⁸

6.4.6 DPA Infografik GmbH, Hamburg

Dceřiná společnost vznikla v roce 1946 původně jako samostatná společnost Globus-Kartendienst GmbH. Jejím úkolem je vytváření informačních grafických obsahů, které mají názorně přiblížit či doplnit aktuální témata prezentována textem, obrazem či zvukem. Nejčastějšími oblastmi jejich využití jsou zprávy z ekonomiky, financí, politiky či techniky, stejně vhodné jsou však i u témat z oblastí medicíny, životního prostředí či geografie.²⁹

6.4.7 Rufa Rundfunk-Agenturdienste GmbH, Berlín

Společnost specializovaná na výrobu a distribuci zvukových mediálních informací. Jejími zákazníky jsou kromě mateřské společnosti zejména rozhlasové a televizní stanice a internetové zpravodajské servery. Společnost disponuje hustou sítí profesionálních rozhlasových korespondentů v Německu i ve světě.³⁰

²⁷ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>

²⁸ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>

²⁹ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.dpa.com/dpa-infografik.782.0.html>

³⁰ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>

6.4.8 DPA English Services GmbH, Hamburg

Dceřiná společnost založená v březnu roku 2008 je v podstatě centrální redakcí anglické zpravodajské sekce DPA v Německu, největší zahraniční sekce této agentury vůbec. Denně vydává na 250 zpráv, reportáží či tématických balíčků o nejrůznějších aktuálních událostech v celosvětovém měřítku. Hlavními oblastmi zájmu jsou Evropa, Asie, Blízký východ a země arabského světa.³¹

6.4.9 DPA Mediatechnology GmbH, Hamburg

Dceřiná společnost zabývající oblastí informačních technologií. Své mateřské společnosti, ale také externím zákazníkům poskytuje informační služby a řešení ve všech fázích získávání, zpracovávání i distribuce mediálních obsahů. Jedním z hlavních produktů je přístup k aktuálním informacím a archivu v reálném čase prostřednictvím počítačové platformy a správa těchto přístupů, stejně jako nástroje pro vyhledávání a řešerše.³²

6.4.10 News Aktuell GmbH, Hamburg

Společnost nabízí svým zákazníkům a své mateřské společnosti služby v oblasti práce s médii a online komunikace. Zabývá se obsahy, formami šíření, dosahy a cíli tiskových a jiných mediálních informací, které jsou ve formě textu, obrazu, zvuku či videa předávána dalším médiím. Jejími zákazníky jsou PR-oddělení různých firem, podniků či jiných organizací, ale také veřejné instituce a PR-agentury.³³

6.4.11 DPA Agencia Alemana de Prensa S.L., Madrid

Dceřiná společnost zastřešující zpravodajský servis DPA ve španělském jazyce. Poskytuje a zprostředkovává zpravodajské obsahy ve všech jejich formách tištěným médiím, rozhlasovým a televizním stanicím a online-médiím v zemích Latinské Ameriky, USA, Španělska a Portugalska.³⁴

³¹ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.dpa.de/dpa-weltweit.231.0.html>

³² DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.dpa.com/Pressemitteilungen-Detailansic.107+M56ce6de7524.0.html>

³³ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.newsaktuell.de/>

³⁴ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.dpa.de/dpa-weltweit.231.0.html>

6.4.12 DPA News International Ltd., Cork (Irsko)

Dceřiná společnost zprostředkovávající a poskytující služby své mateřské společnosti DPA GmbH v anglickém jazyce. Jejím úkolem je přebírání zpráv z německých kanceláří DPA, jejich distribuce do anglicky mluvících regionů, stejně jako sběr a zpracování informací v těchto regionech a jejich předávání mateřské centrále.³⁵

³⁵ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>

6.5 Partnerské společnosti DPA

Společnosti, ve kterých má DPA menší než 100% podíly. Jedná se zejména o podnikatelské subjekty, jejichž oblast činnosti úzce souvisí s podnikatelskými aktivitami DPA.

6.5.1 Mecom – Medien Kommunikations-Gesellschaft mbH

Podíl DPA GmbH: 50%

Ostatní podíly: různé mediální agentury – každá 10%

Společnost zabývající se zřizováním, provozováním a správou satelitních a internetových komunikačních mediálních sítí.³⁶

6.5.2 DPA-AFX Wirtschaftsnachrichten GmbH

Podíl DPA GmbH: 50%

Ostatní podíly: APA – 24%

Agentura zaměřená zejména na hospodářské zpravodajství německy mluvícího regionu, kterou společně provozují DPA a Austria Presse Agentur.³⁷

6.5.3 AWP AG für Wirtschaftspublikationen

Podíl DPA GmbH: 35%

Ostatní podíly: SDA – 35%, AFX – 30%

Přední švýcarská zpravodajská agentura zaměřená zejména na zpravodajství z oblasti hospodářství.³⁸

³⁶ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.mecom.de/>

³⁷ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.dpa-afx.de/>

³⁸ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.awp.ch/>

6.5.4 News Aktuell Schweiz AG

Podíl DPA GmbH: 20%

Ostatní podíly: SDA – 50%, News International GmbH – 30%

Společná agentura DPA GmbH, švýcarské zpravodajské agentury SDA (Schweizerische Depeschenagentur) a dceřině společnosti News International GmbH zabývající se zejména sběrem, zpracováním a distribucí mediálních obsahů ze švýcarského regionu a regionů s ním přímo sousedících.³⁹

6.5.5 EPA – European Pressphoto Agency B.V.

Podíl DPA GmbH: 17%

Ostatní podíly: různé mediální agentury – 67%, GMS – Global Media Services GmbH – 16%

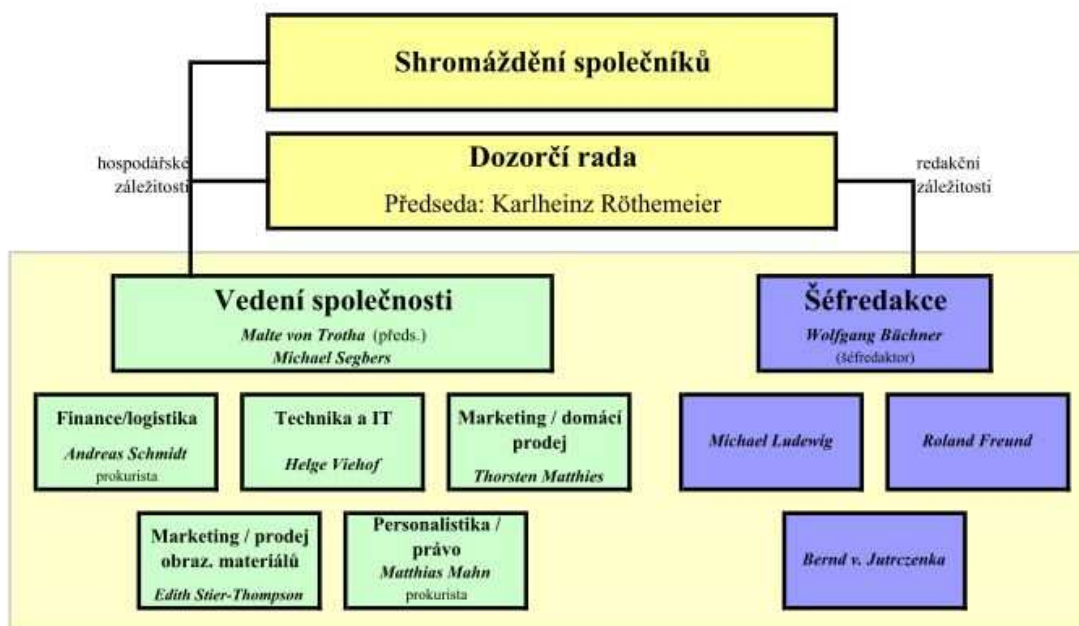
Evropská fotografická agentura založená sedmi předními západoevropskými agenturami, jejímž úkolem je pořizování, sběr, zpracování a distribuce obrazových zpráv zejména z evropského regionu.⁴⁰

³⁹ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.newsaktuell.ch/>

⁴⁰ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 11; <http://www.dpa.de/Beteiligungen-der-dpa.104.0.html>; <http://www.epa.eu/>

7 ORGANIZAČNÍ STRUKTURA DPA

Tabulka 2 - Organizační struktura DPA⁴¹



7.1 Shromáždění společníků

Shromáždění všech společníků DPA se koná minimálně jednou ročně. V případě nutnosti zásadních organizačně majetkových rozhodnutí apod. je svoláváno i mimořádně. Rozhoduje o pohybech kapitálu, ročních uzávěrkách, využití zisků a o všech společenských otázkách, které se dotýkají agentury jako celku. Ze svého středu volí dvanáctičlenný výbor, tzv. dozorčí radu.⁴²

7.2 Dozorčí rada

Shromáždění společníků volí dvanáctičlenný výbor, tzv. dozorčí radu, jejíž dvoutřetinová většina jmenuje dalších šest členů předsednictva. Výbor pak jmenuje vedení agentury a šéfredaktora a schvaluje jednací řád. Výbor na svých zasedáních, která se konají třikrát až čtyřikrát ročně, sleduje všechny obchodní a redakční aspekty vydavatelských aktivit agentury, její finanční zázemí apod. V žádném ohledu však nemá možnost ovlivňovat žurnalistické výstupy agentury. Funkční období jednotlivých členů končí v turnusech vždy po třech letech a je možné znovujmenování.⁴³ Jmenovité složení dozorčí rady je možné najít v příloze 16.4.1.

⁴¹ <http://www.dpa.com/Unternehmensstruktur.47.0.html>

⁴² HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 6; <http://www.dpa.com/Unternehmensstruktur.47.0.html>

⁴³ HARSEIM Christine, WILKE Jürgen.2000, s. 3,12 a 15; <http://www.dpa.com/Unternehmensstruktur.47.0.html>

7.3 Vedení společnosti

Je jmenováno dozorčí radou a sestává vždy nejméně ze dvou jednatelů, z nichž jeden vedení předsedá. Vždy spolu s jedním ze dvou prokuristů, které rovněž jmenuje dozorčí rada, může každý z jednatelů společnost zastupovat. Předseda vedení a šéfredaktor jsou vůči dozorčí radě na stejné hierarchické úrovni a jsou dozorčí radě přímo odpovědní za hospodářský výsledek společnosti.⁴⁴

Vedením společnosti byli pro rok 2010 pověřeni: Malte von Trotha, předseda vedení, a Michael Segbers – viz také příloha 16.4.2. Prokuristy jsou Matthias Mahn (současně také vedoucí odboru Personalistika a právo) a Andreas Schmidt (současně také vedoucí odboru Finance a logistika).⁴⁵

7.4 Vedoucí jednotlivých odborů

Ve svých funkcích zodpovídají za odborné i personální vedení svých resortů. Jsou jmenováni Výborem, který činnost jednotlivých odborů kontroluje a při svých jednáních využívá jejich výstupy ve formě podkladů či odborných doporučení. Jedná se o odbory Finance a logistika, Technika a informační technologie, Marketing a domácí prodej, Marketing a prodej obrazových materiálů a Personalistika a právo.⁴⁶

Jmenovitý seznam obsazení vedoucích pozic jednotlivých odborů je možné najít v příloze 16.4.3.

7.5 Šéfredakce

Šéfredakce je hlavním reprezentativním článkem celé agentury DPA vůči tuzemskému i mezinárodnímu mediálnímu trhu. Zastupuje všechny redaktory a novináře spolupracující s DPA z celého světa a zodpovídá a ručí svým renomé za jejich kvalitní redakční práci.

Šefredaktorem je od 1. ledna 2010 Wolfgang Büchner, bývalý šéfredaktor portálu Spiegel Online, vedoucím domácí redakce je Roland Freund, vedoucím zahraniční redakce Michael Ludewig a vedoucím obrazové redakce pak Bernd von Jutrczenka – viz také příloha 16.4.4.⁴⁷

⁴⁴ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 3; <http://www.dpa.com/Geschaeftsfuehrung.51.0.html>

⁴⁵ DPA, Geschäftsbericht 2009, s. 63; <http://www.dpa.com/Geschaeftsfuehrung.51.0.html>

⁴⁶ DPA, Geschäftsbericht 2009, s. 63

⁴⁷ <http://www.dpa.com/Chefredaktion.257.0.html>

7.6 Zaměstnanci a redakční personál

V současné době má DPA celkem cca 800 zaměstnanců, z toho zhruba polovinu tvoří redakční personál. Více jak 100 zaměstnanců pracuje trvale v zahraničí. Práce agentury by byla nemyslitelná bez stovek dopisovatelů, fotografů a zahraničních zpravodajů ve více jak 75 státech. Počet externích spolupracovníků odhaduje sama agentura řádově na několik tisíc.⁴⁸

7.7 Regionální kanceláře

DPA disponuje na území Německa dvanácti centrálními regionálními kanceláři a zhruba padesáti místními kanceláři.⁴⁹

7.8 Centrála

Centrála soustřeďuje zpravodajství celostátního nebo mezinárodního významu, které pak zařazuje do zahraničního nebo domácího servisu. Sídlo centrály bylo od roku 1949 v Hamburgu; postupným rozvojem agentury, vzrůstajícími objemy zpracovávaných informací a rozšiřováním agendy však došlo k dílčím změnám ve struktuře DPA, které byly sice historicky vysvětlitelné, funkčně a operativně ale postupně přestávaly vyhovovat požadavkům doby. Vznikla tak potřeba nové operativní a maximálně flexibilní redakční základny, která po letech příprav vznikla v roce 2010 v multifunkční budově v centru Berlína. Jejím hlavním úkolem byla vedle sjednocení struktury a pracovních postupů zejména možnost centralizovaného přijímání a zpracování všech složek agenturních produktů.⁵⁰

7.8.1 DPA-Newsroom

DPA-Newsroom je centrální redakce DPA sdružující všechny níže uvedené dílčí redakce a rezorty. Vznikl jako zcela nová platforma v roce 2010 v Berlíně. Jeho hlavním úkolem je centrální shromažďování, třídění, filtrování a zpracovávání informací nejrůznějšího druhu a z nejrůznějších zdrojů a jejich následná distribuce formou agenturních produktů na jednotlivé zákazníky. Spolupráce v rámci newsroomu je založena na soustavné úzké spolupráci a osobním kontaktu při plánování a samotné produkci agenturních výstupů. Centralizování všech redakčních oblastí do jednoho společného prostoru umožňuje komplexní hodnocení témat a událostí napříč jednotlivými kategoriemi a resorty.⁵¹

⁴⁸ <http://www.dpa.com/Mitarbeiter.52.0.html>; <http://www.dpa.com/Zahlen-Fakten.53.0.html>

⁴⁹ <http://www.dpa.com/Zahlen-Fakten.53.0.html>

⁵⁰ <http://www.dpa.com/dpa-Redaktionszentrale.793.0.html>

⁵¹ <http://www.dpa.com/Pressemitteilungen-Detailansic.107+M5b4a49aba40.0.html>

Dále uvádím stručnou charakteristiku jednotlivých rezortů centrální redakce:

7.8.2 DPA-audio servis

Vedení: Thomas Thonfeld

V centru zájmu tohoto rezortu je Německo a svět prostřednictvím mluveného slova. Zpracovávány jsou zejména zprávy korespondentů, rozhovory, prohlášení apod. Resort vydává každou hodinu mluvené zprávy a provozuje a spravuje online portál krátkých zpráv. Jeho služeb využívá na 120 rozhlasových stanic v Německu a zahraničí.⁵²

7.8.3 DPA-video servis

Vedení: Susanne Matthiessen

Hlavním obsahem výstupů tohoto rezortu je zábava, osobnosti a mimořádné zprávy (mimořádné záběry). Resort produkuje multimediální zprávy pro cca 140 regionálních online-portálů (noviny, rozhlasové stanice apod.), jeho úkolem je komplexní příprava těchto zpráv, tedy natáčení, sestřihání, otextování a namluvení. Resort připravuje také podklady pro zvukové a textové služby.⁵³

7.8.4 Redakční podpora Newsroomu

Vedení: Axel Knönagel

Jde v podstatě o informační uzel celé centrály, zastřešuje centrální příjem e-mailů, poštovních zpráv, telefonátů. Stará se o vedení a udržování termínové a tématické databáze či nahrávání telefonátů. Zodpovídá rovněž dotazy zákazníků a zprostředkovává technickou podporu ostatním rezortům. Vyrábí se zde upoutávky, shromažďují výherní čísla, žebříčky popularity, seznamy literatury či burzovní tabulky apod.⁵⁴

7.8.5 Coaching & další vzdělávání

Vedení: Gerd Roth

Hlavním úkolem rezortu je podpora, vedení a rozvoj redakčních týmů a tím také zajišťování žurnalistické kvality. Resort pořádá workshopy a semináře pro redakce či základní a nástavbové kurzy pro dobrovolníky. Prostřednictvím rezortu jsou rovněž kompetence jednotlivých redakcí předávány ostatním týmům.⁵⁵

⁵² DPA, Der DPA-Newsroom. s. 10

⁵³ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 11

⁵⁴ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 12

⁵⁵ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 13

7.8.6 Redakce zpráv DPA pro děti

Vedení: Susanne Goldstein

Redakce připravuje, zpracovává a vydává zprávy pro děti ve věku 6 až 10 let. Jejimi úkoly je zprostředkování všech důležitých zpráv dětem srozumitelnou a pochopitelnou formou, vysvětlení a poučení, to vše pod heslem: „žádné téma není tabu“. K jejím produktům patří také nadčasové tematické balíčky ze všech oblastí života – např. „Hřiště“, „Spolkový prezident“, „Horečka MS“ apod. Jde o historicky první multimediální službu DPA, obsahuje texty, obrázky, grafiky, interaktivní grafiky a podcasty.⁵⁶

7.8.7 Redakce vědy

Vedení: Silvia Kusidlo

Mezi hlavní témata této redakce se řadí medicína, přírodní vědy, astronautika, životní prostředí, psychologie a další. Přináší zejména zprávy a reportáže z oblasti vědy. Kromě toho poskytuje svým zákazníkům, ale také ostatním redakcím, soubor vědeckých materiálů se speciálními tématy (v současnosti také v online podobě). Působí také jako styčný bod pro ostatní redakce ve všech otázkách týkajících se vědy. Provádí vyhodnocování nejdůležitějších odborných časopisů jako např. „Science“ nebo „Nature“ apod.⁵⁷

7.8.8 Redakce Svět na síti

Vedení: Christoph Dernbach

V centru pozornosti redakce stojí internet, sociální sítě, trendy digitální komunity, počítače, hardware, software a obecně oblast IT. Zprostředkovává obsahy pro DPA-Basisdienst (viz kapitola 9.1) a DPA-Themendienst (viz kapitola 9.10) a je styčným bodem pro ostatní redakce ve všech otázkách týkajících se internetu.⁵⁸

⁵⁶ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 14

⁵⁷ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 15

⁵⁸ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 16

7.8.9 Redakce Infoline

Vedení: Clemens Kubenka

Redakce poskytuje online zpravodajský servis, jehož obsahem je domácí a mezinárodní politika, témata z oblasti vědy a IT. Od roku 1996 poskytuje redakce úspěšný multimediální rámcový produkt pro více jak 100 zpravodajských portálů. V případě potřeby publikuje své výstupy přímo na webových stránkách zákazníka. Spravuje také nový, exkluzivní zákaznický portál DPA-news.⁵⁹

7.8.10 Redakce hlavních témat

Vedení: šéf zpravodajství jako koordinátor hlavních témat

Hlavní náplní práce této redakce jsou velká témata, která spravují ve vzájemné spolupráci různá oddělení a mediální agentury (text, grafika, obraz). Jedná se zejména o mimořádné zprávy, které vyžadují okamžité rešeršní a redigovací kapacity a u nichž lze očekávat, že budou s největší pravděpodobností v Německu patřit po několika následujících dnech k hlavním zprávám. Tým redakce je podle aktuálních potřeb rekrutován z řad odborníků v dané oblasti a je řízen šéfem zpravodajství. Kdykoliv jsou v rámci redakce k dispozici prostory pro zasedání operační skupiny.⁶⁰

7.8.11 Redakce sportu

Vedení: Sven Busch

K hlavním tématům redakce patří zprávy z fotbalu, formule 1 a všech olympijských disciplín, ale také z kuriózních a trendových sportů. Úkolem redakce je zprostředkování německého pohledu na celosvětový sport, vlastní týmy na olympijských hrách, světových šampionátech apod. V centru dění však nejsou jen výsledky, ale celá řada souvisejících informací: doping, sázkařské podvody, sociální otázky apod. Velký důraz je přitom logicky kladen na časové hledisko, tj. tvorba zpravodajství musí probíhat v reálném čase, resp. live.⁶¹

⁵⁹ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 17

⁶⁰ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 18

⁶¹ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 19

7.8.12 Redakce panorama

Vedení: Petra Kaminsky

Redakce přináší zpravodajství ze světa prominentů, zákaznický atraktivních soudních procesů, přírodních katastrof, nehod apod. Zprávy bulvárního rázu jsou však jen zlomkem práce redakce a je jim věnována zvláštní pozornost. K tématům patří obecně kultura od divadla přes film, operu, zpěv, populární hudbu, aktuální scénu a trendy až po malířství a knihy. Objektem zájmu redakce jsou rovněž média, TV-zprávy, podíly sledovanosti jednotlivých televizních stanic či mediální politika.⁶²

7.8.13 Newsdesk

Vedení: šéf zpravodajství I

Úkolem tzv. newsdesku je koordinace všech mediálních žánrů, rezortů a produkčních oddělení. V podstatě zde probíhá stálá redakční konference, prostřednictvím které je řízen portál DPA-news a jeho obsah. Newsdesk je pomyslným styčným bodem pro dotazy zákazníků a také centrálním místem řešení sporných a nejasných případů obsahového nebo právního rázu. Na tvorbě a chodu newsdesku se podílí: dva zpravodajští šéfové (v obdobné pozici jako pilot a kopilot) a redakce DPA-news, audio-redakce, tématická redakce, redakce grafiky, fotoredakce, mezinárodní koordinátor a manažer newsroomu.⁶³

7.8.14 Redakce spolkových korespondentů

Vedení: Jörg Blank / Ruppert Mayr

Hlavním tématem redakce je politika na spolkové úrovni, tj. spolková vláda, spolkový parlament a spolková rada, politické strany, zájmová sdružení a další, stejně jako německá politika v Evropě a ve světě. Sběr informací probíhá především prostřednictvím doprovázení, sledování a dotazování politiků. Redakce disponuje 15 odbornými politickými korespondenty.⁶⁴

⁶² DPA, Der DPA-Newsroom. s. 20

⁶³ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 21

⁶⁴ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 23

7.8.15 Redakce evropského zpravodajského servisu

Vedení: Klaus Blume

Evropská redakce poskytuje komplexní servis v německém jazyce pro zahraniční zákazníky. Mezi její hlavní úkoly patří zejména objasňování kontextů a zpracovávání německých politických témat pro potřeby zahraničních partnerů. Zvláštní pozornost je věnována zejména tématům z východní a střední Evropy. Nejdůležitějšími cílovými trhy jsou pak Švýcarsko a Rakousko se svými národními zpravodajskými agenturami, ale také noviny, rozhlasové a televizní stanice. Mimo Evropu jsou to pak kromě jiných Namibie, Argentina a Spojené státy americké.⁶⁵

7.8.16 Redakce hospodářství

Vedení: Antje Hamburger

Redakce se zabývá zejména hospodářským a burzovním zpravodajstvím, hlavními tématy tak jsou konjunktura a trhy, měnová politika či mzdová politika. Při své činnosti řídí a spojuje experty na dílčí oblasti podnikání v jednotlivých regionálních kancelářích DPA a úzce spolupracuje s DPA-AFX a tématickou redakcí.⁶⁶

7.8.17 Fotografická redakce

Vedení: Bernd von Jutrczenka

Redakce řídí a zpracovává každodenní produkci sítě fotografů. Každý den shromáždí více než 800 fotografií z tuzemska i zahraničí a kromě toho pro zákazníky zpracuje dalších cca 1000 fotografií z oblastí sportu, zábavy nebo historie. Převážná většina z těchto fotografií je aktuálně zveřejněna, nebo předána zákazníkům z celého světa. Redakce rovněž spravuje obsáhlý archiv k jakékoliv tématice.⁶⁷

⁶⁵ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 24

⁶⁶ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 22

⁶⁷ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 25

7.8.18 Redakce politiky

Vedení: Roland Freund

Ve středu zájmu redakce stojí politika na spolkové, regionální, evropské i celosvětové úrovni. Redakce koordinuje spolkové korespondenty v Berlíně, zpravodaje z oblasti regionální politiky na úrovni jednotlivých spolkových zemí a mezinárodních korespondenty po celém světě. Hlavním úkolem po obsahové stránce je pak v kontextu všedního dne srozumitelnou formou prezentovat obraz celého politického federativního systému, přičemž je velký důraz kladen na zpravodajství z jednotlivých regionů. V rámci nového newsroomu došlo ke sloučení dříve samostatně fungujících redakcí německé a mezinárodní politiky.⁶⁸

7.8.19 Redakce grafiky

Vedení: Katharina Klink

Pod heslem „nepopisovat, ale ukazovat“ vytváří, zpracovává a distribuuje redakce grafiky a grafické podklady k aktuálním hlavním tématům. Jejich hlavním úkolem je obsahová podpora zpravodajství prostřednictvím detailních ilustrací. Díky pokročilé automatizaci je redakce schopna poskytnout rychlá grafická řešení i mimo běžnou pracovní dobu, např. v noci. Důležitost vizualizace a vizuálních podkladů má stále vzrůstající tendenci.⁶⁹

7.8.20 Redakce anglického zpravodajského servisu

Vedení: Eva-Maria McCormack

Zákazníkům z celého světa poskytuje zpravodajský servis v anglickém jazyce. Denně vydá na 300 zpráv zaměřených jednak na aktuální dění z celého světa, ale také sdružených do speciálních tématických sérií. V hlavním poli zájmu jsou události z Evropské unie a Blízkého východu, ale také předávání zpráv z dění v Německu do anglicky mluvícího světa. Redakce disponuje zhruba 150 spolupracovníky ve více jak 80 zemích od A(fgánistánu) po Z(imbabwe). Její centrální redakce sídlí v Berlíně, další hlavní sídla jsou pak ve Washingtonu a Bangkoku. Zákazníci pocházejí zejména ze zemí východní Evropy a Asie.⁷⁰

⁶⁸ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 26

⁶⁹ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 27

⁷⁰ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 28

7.8.21 Redakce španělského zpravodajského servisu

Vedení: Esteban Bayer

Mezinárodní zpravodajský servis pro zákazníky v Latinské Americe, Spojených státech amerických, Španělsku a Portugalsku poskytuje tato redakce díky síti vlastních korespondentů ve více jak 30 zemích. Je tak logicky zásadním zdrojem informací pro zpravodajství ze španělsky mluvících zemí pro všechny ostatní redakce a vystupuje také jako hlavní zprostředkovatel německých témat v latinskoamerických médiích. Hlavními a nejžádanějšími tématy jsou události v oblasti kultury a sportu, dále pak tématické balíčky ve španělštině a speciální obrazové balíčky. Redakce letos slaví již 50 let své existence. Hlavní sídla jsou v Buenos Aires, Madridu a Berlíně.⁷¹

7.8.22 Redakce „Zákulisi & fakta“

Vedení: Michael Kirner

Redakce poskytuje rozsáhlý poradenský servis všem základním rezortům DPA ve všech aktuálních i dlouhodobých tématických i zákulisních problematikách. Jejím úkolem je také komprimace a příprava podkladů či „překlady“ z řeči expertů do srozumitelné němčiny. Díky své komplexní činnosti se stala styčným bodem pro dotazy nejrůznějšího druhu pro pracoviště i korespondenty DPA po celém světě. Žádné aktuální téma by totiž nebylo tématem bez hesel, vysvětlivek, chronologií, info-rámečků apod.⁷²

7.8.23 Redakce zpravodajství z hlavního města

Vedení: Rolf Westermann

Redakce je součástí regionální redakce Berlin-Brandenburg. V duchu hesla „informace z Berlína, ale nejen pro Berlín“ tak mezi její hlavní témata patří vše, co je, více či méně, spojeno s Berlínem. Ať už je to politika na radnici, berlínská kultura a kulturní politika, hospodářství, věda, média, sociální oblast, medicína, nebo historie DDR či Stasi (Staatssicherheitsdienst). Zapomenuty nezůstanou ani zprávy z oblasti zábavy, moderní scény, životního stylu, ale také kriminalita nebo místní justice. Redakce je součástí regionální redakce Východ a funguje tak jako koordinátor všech souvisejících témat. Sportovní redakce má na starosti také národní fotbalové mužstvo a formule 1.⁷³

⁷¹ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 29

⁷² DPA, Der DPA-Newsroom. s. 30

⁷³ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 31

7.8.24 Dokumentace a archiv

Vedení: Thomas Steege

Hlavní pracovní náplní této specifické redakce je rešerše ve vlastních a ostatních databázích. Na jejich základě zde pak vznikají informativní výstupy jako např. měsíční kroniky, roční přehledy, kalendáře apod. Redakční tým rovněž spravuje standardy pro písemné výstupy, pravopis a metadata či provádí expertízy v oblasti ověřování a komprimace zpráv. Jeho součástí jsou odborníci na automatickou přípravu a vyhodnocování textů. Všechny služby redakce jsou poskytovány jednak dílčími redakcím a rezortům agentury, ale také na klíč zákazníkům.⁷⁴

7.8.25 Redakce infografiky

Vedení: Katharina Klink

Redakce je hlavním dodavatelem grafiky pro školní učebnice, učitele a ostatní odběratele. Mezi její výstupy patří zejména dětské a regionální grafiky pro místní redakce DPA. Další oblastí činnosti je pak zastřešování servisu RegioData, který má za kol vyhodnocování a grafické zpracování statistik všeho druhu na regionální úrovni. Hlavním posláním redakce je distribuce čísel, faktů a souvislostí s dlouhodobou platností v podobě optimálních grafických řešení pro zákazníky a také možnost uzpůsobení jejich grafickým layoutům.⁷⁵

7.8.26 Tématická redakce

Vedení: Hilke Segbers

Tématická redakce zastřešuje zpravodajský servis pro spotřebitele v podobě specializace na nejrůznější tématické stránky a přílohy pro domácí i zahraniční média. Mezi hlavní témata patří: cestování/turistika, auto/doprava, počítače, technika, multimédia, telekomunikace, zdraví a výživa, práce a vzdělávání, stavba a bydlení, rodina, mládež, senioři, peníze a právo, životní styl a další. Produkce tématických příloh je možná jen díky stálému přísunu zpráv korespondentů, rubrik a fotografií z ostatních částí hlavní redakce. Hlavní úlohou tématických příloh je poskytnutí doprovodných informací k aktuálním zpravodajským obsahům.⁷⁶

⁷⁴ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 32

⁷⁵ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 33

⁷⁶ DPA, Der DPA-Newsroom. s. 34

8 ZDROJE INFORMACÍ A JEJICH VYUŽITÍ

V rámci Německa disponuje DPA sítí vlastních regionálních kanceláří, jejichž úkolem je sběr a úprava informací regionálního charakteru z nejrůznějších sfér lidského života. Tyto informace jsou pak dále distribuovány formou zpráv regionálního zpravodajského servisu. O obsahu zpráv mohou samostatně rozhodovat jednotlivé místní kanceláře. Nejdůležitější zprávy, které by mohly vzbudit zájem i na celonárodní úrovni, jsou pracovníky regionální kanceláře odeslány centrále, kde se mohou po dalším zpracování dostat až do základního zpravodajského servisu. Regionální redaktori tak nezodpovídají pouze za svůj regionální zpravodajský servis, ale pomáhají tak do značné míry také centrální redakci DPA.⁷⁷

Ani regionální redaktori se však logicky nemohou dostat do všech koutů země a být u každé důležité události v zemi. Aby bylo přesto možné posbírat co největší množství informací z regionů, probíhá sběr těchto informací ještě na dalších dvou úrovních. A sice prostřednictvím externích redakcí, které regionálním redakcím pomáhají, a prostřednictvím oblastních redaktorů, resp. externích spolupracovníků, kteří mohou být v případě potřeby povoláni do služeb DPA.

Tok informací má v DPA zpravidla směr „zdola nahoru“. U událostí regionálního charakteru je vyhledání relevantních informací nejprve úkolem externích redakcí a oblastních redaktorů, kteří výsledky své práce předají regionální redakci, která pak sestaví zprávu jakou součást regionálního zpravodajského servisu. Je-li událost natolik zajímavá, že svým významem přesahuje hranice regionu, předá regionální redakce zprávu o ní dále centrále, aby mohla být případně zařazena do základního zpravodajského servisu. Ve výjimečných případech mohou být dokonce jednotlivé články informačního řetězce přeskočeny.⁷⁸

Centrála DPA sídlí v Berlíně. Zde jsou všechny informace centrálně sbírány, tříděny, dále zpracovávány a distribuovány. Redaktori v centrální redakci vyrážejí do terénu jen velmi zřídka. Jejich úkolem je převážně příjem a zpracovávání informací přímo v sídle centrály prostřednictvím elektronického přenosu. Informace jsou v podobě zpráv rovněž doplněny o hesla, doplňkové a související informace.⁷⁹

⁷⁷ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 14-20

⁷⁸ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 14-20

⁷⁹ <http://www.dpa.com/FAQ.57.0.html>

Centrální redakce je personálně obsazena dvacet čtyři hodin denně, sedm dní v týdnu. V jakoukoliv denní či noční dobu musí být redakční personál připraven přijmout, zpracovat a obratem formou zprávy vydat nejaktuálnější informace z celého světa. Práce v redakci je zpravidla rozdělena na dvě denní a jednu noční směnu, jejichž vedením je vždy pověřen jeden z hlavních redaktorů.

Organizační struktura DPA v zahraničí není tak hierarchicky propracovaná jako je tomu na území Německa. Přesto disponuje DPA celosvětovou sítí vlastních korespondentů a lokálních kanceláří ve více jak 80 zemích všech kontinentů. V mnoha zemích jsou také využíváni externí spolupracovníci, kteří v případě potřeby zajišťují sběr informací pro DPA, provádějí rešerše a své materiály následně zasílají redaktorům do centrální redakce. Korespondenti buď sbírají informace přímo v místě, nebo je přebírají od národních médií či partnerských agentur, znovu je třídí, ověřují a zpracovávají. Následně jsou pak delegovány na centrální redakci v Berlíně, kde jsou rovněž selektovány, upravovány a následně zařazovány do odpovídajících zpravodajských servisů.⁸⁰

Kromě výše zmíněného využívá DPA při své práci v zahraničí rovněž dohody o výměně informací s více jak 70 zahraničními zpravodajskými agenturami. Tyto dohody opravňují DPA například k přebírání zpráv od rakouské národní zpravodajské agentury APA za předpokladu, že i ona může naopak disponovat zpravodajskými materiály z území Německa. Dříve byly materiály partnerských agentur přebírány a využívány velmi často. V mezičase se však síť interních korespondentů DPA rozrostla natolik, že v současnosti je možné čerpat převážně z vlastních zdrojů.⁸¹

Jako další zdroje informací slouží noviny, rozhlasové či televizní stanice a v posledních letech zejména internet. Všechna tato média jsou sledována s maximální možnou pečlivostí a jsou z nich dále selektovány relevantní a využitelné informace, které jsou následně ověřovány. Zpravidla je rovněž archivován domácí i zahraniční denní tisk a to jak v tištěné tak elektronické formě, aby mohl být redaktorům případně kdykoliv k dispozici pro další rešerše, které jsou prováděny moderními technologickými postupy a elektronickými nástroji. Nesmím opomenout rovněž vlastní archiv a oddělení dokumentace DPA, jejichž materiály velmi často tvoří součást aktuálně vydávané zprávy.⁸²

⁸⁰ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 14-20

⁸¹ <http://www.dpa.com/dpa-Auslandsdienste.235.0.html>

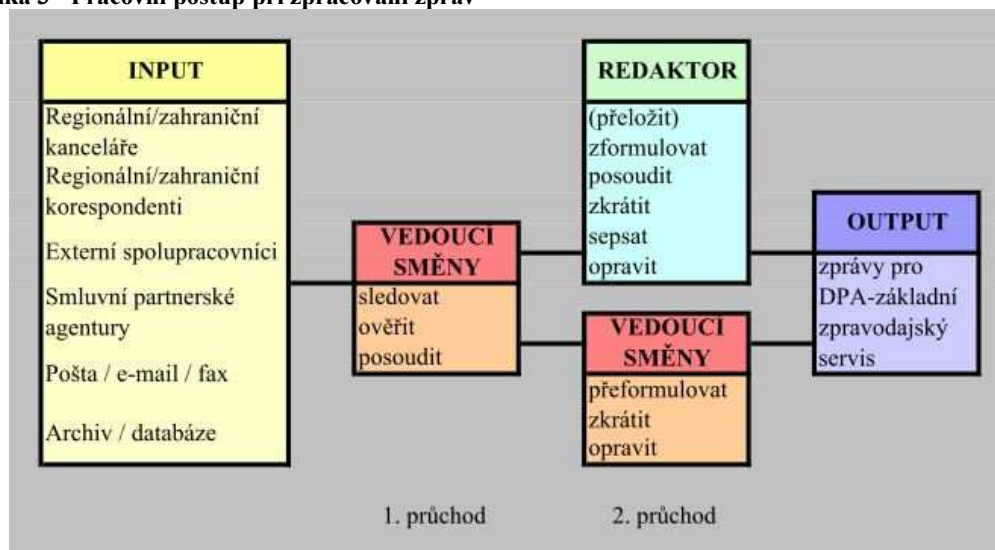
⁸² HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 14-20

Kromě toho je centrální redakce prostřednictvím elektronické i pozemní pošty, faxu či telefonátů denně informována o řadě událostí, oznámení a tiskových konferencí. Pouze v ojedinělých případech se však tato sdělení stanou podkladem pro vznik zprávy, která je následně zařazena o základního zpravodajského servisu DPA.⁸³

Standardní postup zpracování informací v centrální redakci DPA vypadá ve stručnosti následovně. Vedoucí směny prochází detailně veškerý došlý materiál a následně rozhoduje o jeho dalším využití. V prvním selektivním průchodu musí určit, zda je materiál vhodný pro základní zpravodajský servis, či zda má být rovnou vyřazen. Rozhodne-li se pro zařazení zprávy do základního zpravodajského servisu, předá ji zpravidla se stručnou vysvětlivkou píšícímu redaktorovi. Vyžaduje-li zpráva jen drobnou úpravu, provede ji většinou sám vedoucí směny. Veškeré procesy probíhají samozřejmě elektronickou cestou.⁸⁴

Po přijetí zprávy začne pověřený redaktor s jejím zpracováním, které může mít v návaznosti na povahu zdroje, dodaného materiálu a požadovaného zpravodajského produktu mnoho forem. Zpracováním projde materiál druhým selektivním průchodem, ve kterém se rozhoduje o tom, které jeho části budou obsaženy v novém znění a případně jak budou zdůrazněny. Je-li pověřený redaktor se zpracováním zprávy hotov, pošle ji v případě potřeby zpět ke kontrolnímu čtení vedoucímu směny, nebo ji rovnou předá k zařazení do základního zpravodajského servisu.⁸⁵

Tabulka 3 - Pracovní postup při zpracování zpráv



⁸³ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 20-21

⁸⁴ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 20-21

⁸⁵ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 20-21

9 PRODUKTY A PRODUKTOVÉ BALÍČKY

DPA sbírá a třídí informace z celého světa. Poté co „surové informace“ projdou nejrůznější formou zpracování (viz předchozí kapitola), nabídne zpravodajská agentura zákazníkům hotový zpravodajský produkt v podobě nejrůznějších zpravodajských servisů. Zákazník má tak možnost se dle svých potřeb a požadavků rozhodnout, zda si z velkého množství produktů předplatí jeden či hned několik. Produkty jsou pak často sdružovány do produktových balíčků, které jsou koncipovány dle cílových skupin a jejichž abonmá vychází finančně výhodněji, než předplatné jednotlivých služeb v něm začleněných.⁸⁶

V souvislosti s rozšiřujícím se spektrem cílových skupin a zvyšujícím se konkurenčním tlakem vyvinula DPA v minulých letech širokou škálu služeb, aby tak mohla dostát požadavkům a zájmům svých odběratelů. DPA tak nabízí aktuální zpravodajský servis v psané, obrazové, grafické a zvukové podobě, ale také tématicky zaměřené speciální služby či produkty šité na míru přání zákazníka. Vzhledem k velkému počtu jednotlivých produktů a produktových balíčků, které DPA v současné době nabízí, zde uvádím pouze výčet těch nejdůležitějších a nejvyužívanějších.

Poplatky za využívání služeb DPA jsou stanovovány Výborem pro odběrní ceny, který je tvořen členy dozorčí rady DPA. Vzhledem k faktu, že DPA patří dlouhodobě na německém agenturním trhu k nejdražším poskytovatelům, jsou stále častěji patrné snahy vycházet zákazníkům co nejvíce vstříc právě v oblasti specifických požadavků a přání. Díky tomu tak postupem času vznikl velmi komplikovaný systém cen.⁸⁷

Pro zákazníky DPA z oblasti médií platí stále cenový systém vycházející z jejich nákladu, resp. pokrytí. Ceny služeb pro abonenty z řad vydavatelů denního tisku jsou vypočítávány dle aktuálních přehledů o nákladech, které vydává renomovaná mediální agentura IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern). V oblasti rozhlasových stanic se ceny řídí údaji aktuálních mediálních analýz. Pro každý produkt je pak bez ohledu na náklad či pokrytí stanovena minimální cena, která je vždy účtována. Ve stručnosti je možné říci, že abonenti DPA si mohou za měsíční paušál (dle velikosti nákladu či oblasti pokrytí) zajistit přísun agenturních zpráv. Další poplatky za použití obsahů získaných touto cestou od DPA jim již nevznikají.⁸⁸

⁸⁶ <http://www.dpa.com/Angebote.162.0.html>

⁸⁷ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 10-12

⁸⁸ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 10-12

Produkty a produktové balíčky DPA je možné třídit podle celé řady kritérií. Například podle formy jejich výstupů, tzn. na textové, obrazové, grafické, zvukové či video produkty, nebo dle cílové skupiny, pro kterou jsou určeny – např. zprávy pro děti, ekonomické zprávy, tématické zprávy apod. Jednotlivé výběry produktů dle různých kritérií se logicky mohou překrývat, např. zprávy pro děti jsou distribuovány v textové, zvukové i grafické formě. Níže proto uvádím pouze výčet nejdůležitějších produktů DPA napříč uvedenými hledisky třídění.

9.1 DPA-Základní zpravodajský servis

Základním produktem DPA je tzv. DPA-Basisdienst, neboli základní zpravodajský servis, který je koordinován a vydáván oddělením domácího zpravodajství. Jde v podstatě o nejdůležitější zpravodajský servis v německém jazyce v rozsahu cca 80.000 slov denně, který je německým zákazníkům k dispozici 24-hodin denně, 7 dní v týdnu. Obsahuje zprávy z celého světa z oblastí politiky, hospodářství, kultury, sportu a ostatních témat, často doplněné zprávami s vědeckou tematikou či problematikou ochrany životního prostředí.

Kromě toho nabízí celou řadu doplňkových servisních služeb, například v ranních hodinách až 50 titulů v přehledu tisku německých vydavatelů či reprezentativní výzkumy veřejného mínění. Svým rozsahem a významem má zásadní funkci pro agenda setting v německy mluvících médiích . Po mnoho desetiletí byly svými vlastními redakcemi na tento servis prakticky navázány všechny deníky, časopisy a německé rozhlasové stanice, které tak mohly i bez sítě vlastních korespondentů přinášet v rozsáhlé míře informace o událostech z celého světa.⁸⁹

9.2 DPA-Regionální zpravodajský servis

Díky síti 12 regionálních kanceláří a přidružených redakcí může DPA nabídnout komplexní a plošné zpravodajství z celého území Spolkové republiky Německo. Prostřednictvím regionálního zpravodajského servisu DPA, neboli DPA-Landesdienst, jsou média v dané oblasti Německa zásobována aktuálním regionálním zpravodajstvím. Denně je z jednotlivých redakcí odesláno mezi 80 a 200 zpráv v textové či obrazové podobě, které rovněž pokrývají všechny klasické oblasti zpravodajství a jsou kromě jiného dle relevance také zařazovány do základního zpravodajského servisu.⁹⁰

⁸⁹ <http://www.dpa.com/dpa-Text.164.0.html>

⁹⁰ <http://www.dpa.com/dpa-Text.164.0.html>

9.3 DPA-Zahraniční zpravodajské servisy

Jako velká zpravodajská agentura s mezinárodní působností provozuje DPA čtyři na sobě nezávislé, avšak vzájemně úzce spolupracující zahraniční zpravodajské servis, tzv. DPA-Auslandsdienste, prostřednictvím kterých poskytuje nepřetržitý světový zpravodajský servis.

Evropský zpravodajský servis (DPA-Europadienst) obsahuje denně 450 – 500 zpráv ze všech oblastí veřejného života a vychází z veškerých materiálů, které korespondenti a pracovníci DPA denně dodají k událostem celosvětového významu z území Německa ale i ze světa. Hlavní důraz je přitom kladen na události v Evropě a samozřejmě také v Německu.⁹¹

Anglický zpravodajský servis je největší zahraniční sekcí DPA vůbec. Berlínská hlavní redakce vydává denně na 250 zpráv, reportáží či tématických balíčků o nejrůznějších aktuálních událostech v celosvětovém měřítku. Hlavními oblastmi zájmu jsou Evropa, Asie, Blízký východ země arabského světa a největší abonenti se rekrutují ze zemí Asie, Afriky, Střední Ameriky a Středního východu.⁹²

Španělský zpravodajský servis vzniká v redakcích v Madridu a Buenos Aires. Denně produkuje na 280 zpráv ve španělštině pro více jak 130 abonentů ve Španělsku, Portugalsku, Latinské Americe a USA. V centru zájmu tohoto servisu je politika a hospodářství, svým zpravodajstvím však pokrývá celé spektrum mezinárodně důležitých událostí včetně sportu a kultury.⁹³

Arabský zpravodajský servis s hlavní redakcí v Káhiře produkuje a obsahuje denně na 220 zpráv. Kromě aktuálního zpravodajství o nejdůležitějších událostech v politice, hospodářství a sportu je tento servis znám také díky reportážím z oblasti vědy, životního stylu, IT, turismu a automobilismu. Zpravodajské obsahy vznikají z velké části v Hamburgu, odkud jsou vysílány v angličtině. V Káhiře jsou pak tyto zprávy týmem agentury MENA /Middle East News Agency/ překládány do arabštiny a satelitem distribuovány abonentům na Středním východě a v Africe. Kromě toho však disponuje arabský zpravodajský servis rovněž sítí vlastních korespondentů v hlavních městech arabského světa a oblastech Palestiny.⁹⁴

⁹¹ <http://www.dpa.com/dpa-Auslandsdienste.235.0.html>

⁹² <http://www.dpa.com/dpa-Auslandsdienste.235.0.html>

⁹³ <http://www.dpa.com/dpa-Auslandsdienste.235.0.html>

⁹⁴ <http://www.dpa.com/dpa-Auslandsdienste.235.0.html>

Na jaře roku 2009 DPA oznámila zahájení dvojjazyčného zpravodajského servisu v německém a tureckém jazyce, který měl v rámci německých médií přispět k většímu zohlednění informačních zájmů občanů tureckého původu žijících v Německu . Tato služba však byla již po devíti měsících zrušena pro nedostatek zájmu.⁹⁵

9.4 DPA-Rozhlasový servis

Rozhlasový servis DPA, neboli DPA-Hörfunkdienst, poskytuje nepřetržitý zpravodajský servis ke všem aktuálním tématům z celého světa v audio formátech, které je tak možné přímo použít v rozhlasovém vysílání. Jedná se zejména o jednotlivé zprávy k aktuálním událostem, rozhovory, mluvené reportáže od domácích i zahraničních zpravodajů DPA a jiné rozhlasové příspěvky vhodné pro zpravodajské relace nebo programové bloky.⁹⁶

9.5 DPA-Obrazový servis

Obrazový servis DPA, tedy DPA-Bilderdienst, nabízí denně na 800 černobílých či barevných snímků s regionální, národní i mezinárodní tematikou a zaměřením, které vznikají v obrazové redakci berlínské centrály a v redakci dceřiné společnosti DPA-Zentralbild. Produktová nabídka čerpá z fotolaboratoří, vydavatelského oddělení, centrálního fotoarchivu složeného kromě jiného například z portrétového či regionálního archivu a distribučního oddělení. Celý tým tvoří cca 100 zaměstnanců, z toho cca 40 fotoreportérů. Abonenti služby mohou využívat jednak snímky z rozsáhlého archivu, ale také mohou zadat vlastní objednávku. Týdeníky, obrázkové časopisy, knižní vydavatelství nebo jiní nemediální zákazníci si mohou prostřednictvím obrazové služby DPA individuálně objednat fotografie či dokonce celé série snímků.⁹⁷

⁹⁵ <http://www.dpa.com/Pressemitteilungen-Detailansic.107+M59a471a2f70.0.html>

⁹⁶ <http://www.dpa.com/dpa-Ton.167.0.html>

⁹⁷ <http://www.dpa.com/dpa-Bild.175.0.html>

9.6 DPA-Speciální služby

Oblast produktové nabídky zastřešená jednoduchým názvem Speciální služby, DPA-Sonderdienste, v sobě skrývá nepřeberné množství nejrůznějších služeb šitých na míru potřebám a přáním zákazníků. Patří sem například zpravodajský servis pro nemediální zákazníky (politické strany, vzdělávací instituce apod.) zaměřený zejména na otázky kultury, politiky, vědy, vzdělávání, zdravotnictví a sociální či masmediální problematiky. Ale spadají sem i služby technického a servisního rázu, jako je například poskytnutí částečného technického know-how v oblasti sběru, zpracování a distribuce informačních obsahů apod.⁹⁸

9.7 DPA-Výběr

DPA-Selektion, neboli DPA-Výběr, je dalším produktovým balíčkem šitým na míru zejména zákazníkům z nemediální sféry. Spočívá zejména v kombinaci aktuálních produktů agentury, které jsou dle kritérií dodaných zákazníkem pro něj relevantní z pohledu tématického či odborného a zahrnuje v sobě především vyhledávací, rešeršní a statistický servis. Tento produktový balíček umožňuje abonentům snadné vyhledávání archivovaných informací či vytváření nejrůznějších periodických přehledů.⁹⁹

9.8 DPA-Databáze

Systém archivace pomocí databází byl v DPA zaveden již v roce 1974 a umožnil tak snazší a efektivnější ukládání a archivaci materiálů bez použití papíru. Dnešní podoba databáze DPA, neboli DPA-Datenbank, je samozřejmě díky strmému nástupu informačních technologií od té původní hodně odlišná. Zprávy jsou tříděny dle předmětu zájmu a nejrůznějších kódů a klíčů. Databáze DPA dnes nabízí uživatelům pět různě strukturovaných souborů informací, například domácí či zahraniční zprávy s dvouletou retrospektivou, aktuální denní informace na 80 různých témat, chronologickou databázi zpráv apod.¹⁰⁰

⁹⁸ HARSEIM Christine., WILKE Jürgen.2000, s. 10-11

⁹⁹ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 12

¹⁰⁰ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 12

9.9 DPA-Dokumentace

Dokumentační a archivační servis DPA, neboli DPA-Dokumentation, spravuje archivaci a ukládání komplexního zpravodajství vydané agenturou DPA a to v psané, obrazové a grafické formě. Svým abonentům umožňuje efektivnější způsob fulltextového vyhledávání informací, rešerší, ověřování faktů apod. Výpočet ceny za využití služby závisí na čase. Za každých započatých 5 minut rešerše si DPA účtuje v současnosti 16 euro, za vytištěný/zkopírovaný dokument 50 centů a za nafxovaný dokument pak 1 euro. Minimální cena jedné rešerše činí 25 euro.¹⁰¹

9.10 DPA-Tématický servis

Produktový balíček s názvem DPA-Themendienst, tématický servis DPA, v sobě zahrnuje texty, fotografie a grafiky určené pro nejrůznější tématické stránky a přílohy pro domácí i zahraniční média. Hlavními tématy jsou cestování/turistika, auto/doprava, počítače, technika, multimédia, telekomunikace, zdraví a výživa, práce a vzdělávání, stavba a bydlení, rodina, mládež, senioři, peníze a právo, životní styl a další.¹⁰²

¹⁰¹ DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR: Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch. 1998. s. 12;
<http://www.dpa.com/FAQ.57.0.html>

¹⁰² <http://www.dpa.com/dpa-Text.164.0.html>

10 DPA A JEJÍ NEJVĚTŠÍ KONKURENTI

DPA je největší tiskovou agenturou v Německu a čtvrtou největší na světě. V pomyslnému žebříčku před ní stojí agentury AP, Thomson Reuters a AFP.

Při své činnosti a svou nabídkou stojí DPA v přímé konkurenci s jinými zpravodajskými agenturami z německo mluvících zemích i z celého světa. Stejně tak regionální specializované agentury konkurují DPA nabídkou svých služeb. Zmíňme nejprve alespoň některé z nejvýznamnějších regionálních konkurenčních agentur:

10.1 *Deutscher Depeschendienst (DDP, resp. DAPD)*

Zpravodajská agentura se sídlem v Berlíně a největší konkurent DPA na německojazyčném trhu. Byla založena v roce 1971 bývalými spolupracovníky americké zpravodajské agentury UPI. V roce 1992 pak DDP převzala agenturu ADN (Allgemeiner Deutscher Nachrichtendienst), někdejší státní zpravodajskou agenturu DDR, a až do roku 2000 nesla název DDP/ADN. V roce 2009 převzala agentura DDP německý zpravodajský servis agentury AP a pod novým názvem „DAPD zpravodajský servis“ se střídavými úspěchy konkuruje DPA v oblasti domácího i zahraničního zpravodajství. Agentura disponuje zhruba 140 redaktory, fotografy a stálými zaměstnanci, téměř 350 externími spolupracovníky a poskytuje své služby cca 350 stálým zákazníkům.¹⁰³

10.2 *Evangelischer Pressedienst (EPD)*

Zpravodajská agentura založená roku 1910 ve Wittenbergu má své současné sídlo ve Frankfurt nad Mohanem a je nejdéle fungující zpravodajskou agenturou v Německu. V období druhé světové války, přesněji od roku 1941 byla agentura nucena z důvodu nedostatku papíru svou zpravodajskou činnost dočasně pozastavit. V roce 1947 pak mohla svou činnosti opět obnovit. Dnes zaměstnává na 80 stálých zaměstnanců, disponuje stálými korespondenty v Berlíně, Bruselu a Ženevě a osmi regionálními kanceláři na území Spolkové republiky Německo. Zřizovateli agentury jsou evangelické spolky jednotlivých spolkových zemí a, jak již její název napovídá, v centru zájmu zpravodajství EPD stojí témata jako církve, náboženství, média, vzdělávání, sociální otázky, problematika třetího světa apod.¹⁰⁴

¹⁰³ www.dapd.de

¹⁰⁴ www.epd.de

10.3 Katholische Nachrichten-Agentur (KNA)

Katolická zpravodajská agentura KNA byla založena v roce 1952 a jejím dnešním sídlem je Bonn. Je považována za agenturu specializovanou na domácí i zahraniční zpravodajství z oblastí církevně politických událostí, etických, sociálně politických a kulturních otázek. Zabývá se ale rovněž zpravodajství z Vatikánu, Evropské unie či Blízkého východu. Většinovým společníkem KNA je Svaz německý diecézí, mezi další společníky patří Katolický mediální svaz (KMV) nebo skupina katolických nakladatelů a vydavatelů denního tisku. Produktová nabídka agentury je zaměřena zejména na církevní a světská tisková, rozhlasová a televizní média.¹⁰⁵

10.4 Sport-Informationsdienst (SID)

Jedna z největších německých zpravodajských agentur zaměřená na oblast sportu sídlí v Kolíně nad Rýnem a od roku 1997 je stoprocentní dceřinou společností francouzské zpravodajské agentury AFP. Byla založena v létě roku 1945 jako vůbec první sportovní tisková agentura v Německu. Dnes disponuje vedle kolínské centrály pěti regionálními kancelářemi v Hamburku, Berlíně, Frankfurtu nad Mohanem, Lipsku a Mnichově a zaměstnává na 80 stálých zaměstnanců a více jak 1.000 externích spolupracovníků.¹⁰⁶

Rovněž německé pobočky světových tiskových agentur představují pro DPA významnou konkurenci. Mezi nejvýraznější patří:

10.5 Agence France-Presse (AFP)

Francouzská agentura AFP je nejstarší zpravodajskou agenturou vůbec. Byla založena roku 1835 v Paříži a dnes je třetí největší agenturou na světě. Její centrála sídlí v Paříži a regionální kanceláře a spolupracovníci v dalších 165 zemích světa. Zaměstnává na 1.200 stálých a více jak 2.000 externích spolupracovníků, s jejichž pomocí poskytuje 24 hodin denně sedm dní v týdnu zpravodajský servis v šesti jazycích. Od roku 1957 má AFP veřejnoprávní status, který má zaručovat nezávislost na státu a soukromém sektoru. Finančně je však AFP do velké míry na státu závislá, neboť 40% jejich příjmů pochází z poplatků státních institucí. V představenstvu agentury je 10 zástupců médií, 3 zástupci francouzské vlády a 2 zástupci zaměstnanců AFP.¹⁰⁷

¹⁰⁵ www.kna.de

¹⁰⁶ www.sid.de

¹⁰⁷ www.afp.com

10.6 Associated Press (AP)

Je světovou zpravodajskou agenturou se sídlem v New Yorku. Byla založena v roce 1848, tehdy jako „Harbour News Association“, a již v roce 1892 si díky fúzi několika regionálních tiskových agentur začala budovat své výsadní postavení na agenturním trhu. Od roku 1900 má oficiální právní formu družstva, které má v současnosti již více jak 1.000 členů. AP má ve více jak 100 zemích světa na 250 regionálních kanceláří a zaměstnává okolo 4.000 spolupracovníků. Německý zpravodajský servis AP sídlil až do roku 2009 v Kolíně nad Rýnem, kdy byl následně převzat německou zpravodajskou agenturou DDP (viz také kapitola 10.1). Fúzí pak vznikla agentura DAPD – Deutscher Auslands-Depeschendienst.¹⁰⁸

10.7 Thomson Reuters

Kanadsko-britská mediální akciová společnost vznikla v roce 2008 fúzí informační služby Thomson a tradiční britské zpravodajské agentury Reuters, která byla původně založena již roku 1851. Až do roku 1971 Reuters úzce spolupracovala s DPA. Poté co v tomto roce zahájila vlastní německý servis, spolupráci s DPA přerušila. Současná nabídka agentury je zaměřena zejména na obchodní zákazníky z oblasti hospodářství a finančních trhů, kde jejím největším konkurentem americká zpravodajská agentura Bloomberg. Dále se ale agentura zaměřuje rovněž na informační služby a softwarové aplikace pro oblasti práva, daní, účetnictví a finančních služeb. Hlavním sídlem agentury je New York.¹⁰⁹

¹⁰⁸ www.ap.org

¹⁰⁹ www.thomsonreuters.com

11 ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo vytvoření komplexního informačního profilu tiskové agentury DPA pomocí zdrojové rešerše zaměřené na vyhledání, sběr, třídění a shrnutí relevantních informací a faktů v dostupných informačních zdrojích. Čtenář tak může získat ucelený přehled o struktuře, činnosti, nabídce a zázemí této agentury. Převážná většina použitých zdrojů, ať již tištěných či elektronických, byla dostupná pouze v německém jazyce, mateřské řeči agentury. Pro provedení rešerše, následného výběru informací a jejich zařazení do přehledové stati tak byl nezbytný paralelní překlad do českého jazyka. K práci jsem využívala rovněž tištěné publikace v českém jazyce, ačkoliv ty nebyly vzhledem k datu svého vzniku příliš obsáhlým a spolehlivým zdrojem informací o DPA, neboť byly často poplatné době, ideologickému ladění autora a odrážely také soudobý stav techniky. Neaktuálnost zde uvedených relevantních informací tak byla často překážkou pro jejich následné uvedení a odcitování. Přesto mi byly mnohdy dobrým vodítkem pro lepší pochopení vývojových a historických kontextů.

Po prozkoumání zdrojů a mnoha konzultacích s paní Ulrike Pyhrr z Oddělení komunikace DPA, které touto cestou ještě jednou děkuji za vstřícnost a maximální podporu, se jako nejspolehlivější a nejaktuálnější nakonec ukázaly elektronické zdroje samotné DPA. Sama agentura totiž vydává v posledních cca 4 letech jen minimum informací v rámci self-promotion v tištěné podobě. Za hlavní zdroj informací o sobě samé tak označuje svůj web [ww.dpa.de](http://www.dpa.de).

Ačkoliv je tento web velmi rozsáhlý a podrobný a i tištěné zdroje, které jsem získala od DPA, byly velmi názorné a aktuální, ne vždy bylo zcela snadné odlišit faktické informace od informací spíše komerčního rázu propagujících produktovou nabídku a služby agentury. Přece jen jsou materiály vydávané samotnou DPA určeny především k její propagaci a nelze očekávat, že by v nich bylo možné najít objektivní poznatky o skutečném fungování agentury, její spolehlivosti, flexibilitě apod. To, jak agentura DPA skutečně funguje v praxi, by vyžadovalo jistě delší zkoumání a hlavně možnost přímé práce s jejími výstupy. Domnívám se však, že tento úkol by dalece přesáhl cíl a účel této bakalářské práce.

Přesto věřím, že se mi podařilo vybrat a prezentovat relevantní a zásadní informace, které naplňují záměr vytyčený v úvodu této práce. Předkládaný text poskytuje svým čtenářům z řad začínajících nebo již praktikujících novinářů, ke kterým se nejen díky jazykové bariéře mnohé informace o této agentuře nedostaly, dostatek informací k tomu, aby získali přehled o fungování a struktuře velké zpravodajské agentury, konkrétně pak DPA. S pomocí získaných poznatků je možné rovněž provádět další hlubší analýzy jednotlivých oblastí jejího působení či srovnání s jinými podobnými subjekty, ať již v českém či mezinárodním kontextu.

12 ANOTACE

<i>Autor:</i>	Mgr. Eva Johnová
<i>Název katedry a fakulty:</i>	Katedra žurnalistiky Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
<i>Název diplomové práce:</i>	Německá tisková agentura DPA
<i>Vedoucí diplomové práce:</i>	Mgr. Tomáš Káňa, PhD. Katedra německého jazyka a literatury Pedagogická fakulta Masarykovy univerzity v Brně
<i>Počet znaků:</i>	77.726
<i>Počet příloh:</i>	4
<i>Počet titulů použité literatury:</i>	18
<i>Klíčová slova:</i>	tisková agentura, zpravodajská agentura, agenturní zpravodajství, DPA, produktová nabídka, organizační struktura, vlastnická struktura, Německo, německý, zpravodajství

Charakteristika diplomové práce:

Cílem předkládané bakalářské práce je vyhledání a shrnutí relevantních informací a faktů k činnosti, organizační a vlastnické struktuře, produktové nabídce a službách Německé tiskové agentury DPA. Rešerše zaměřená na vyhledávání, sběr, třídění a zpracování informací o agentuře DPA v dostupných informačních zdrojích tvoří základ metodiky práce, jejímž cílem je jejich následné utřídění do přehledové stati a vytvoření komplexního informačního profilu této tiskové agentury. Převážná většina relevantních zdrojů je vedena v mateřském jazyce agentury, tedy v němčině. K práci se zdroji a vypracování této bakalářské práce je tedy nutný rovněž překlad těchto zdrojů.

13 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- 1) HARSEIM, Christine; WILKE, Jürgen. *Von der Agentur zur Redaktion : wie Nachrichten gemacht, bewertet und verwendet werden*. Köln : Böhlau Verlag GmbH & Cie., 2000. Nachrichtenproduktion und Nachrichtenangebot der DPA. Mit einem Ausblick auf den Agentur-Vergleich, s. 245. ISBN 3-412-09699-7.
- 2) DEUTSCHE PRESSE-AGENTUR. *Alles über die Nachricht. Das dpa-Handbuch*. Starnberg 2005
- 3) TRUNEČKOVÁ, Ludmila: *Tiskové agentury*, skripta pro posluchače žurnalistiky. Karolinum Praha, 1997.
- 4) HLAVČÁKOVÁ, Svetlana . *Tlačové agentúry vo svete*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1994. 135 s. ISBN 80-223-0776-9.
- 5) BRUNZLOVÁ, Alice: *Jak pracovat s produkcí tiskové agentury*. UK Praha, 1983.
- 6) BRUNZLOVÁ, Alice: *Tiskové agentury současnosti*. UK Praha, 1980.
- 7) BRUNZLOVÁ, Alice; HAŠKOVEC, Slavoj; TRUNEČKOVÁ, Ludmila. *Příklady agenturního zpravodajství*. 1. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1980. 139 s.
- 8) OSVALDOVÁ, Barbora, HALADA, Jan: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Libri Praha, 1999.
- 9) TRUNEČKOVÁ, Ludmila: *Postavení tiskových agentur ve světě*.
- 10) Deutsche Presseagentur GmbH. *Geschäftsbericht 2009 : Výroční zpráva 2009*. Hamburg : DPA, 2010. 94 s.
- 11) Deutsche Presseagentur GmbH. *Geschäftsbericht 2008 : Výroční zpráva 2008*. Hamburg : DPA, 2010. 82 s.
- 12) DPA Deutsche Presse-Agentur GmbH. *Der DPA-Newsroom*. Hamburg : DPA, 2010. 34 s.
- 13) BARTOŠEK, Jaroslav: *Zpravodajství a publicistika*. UP v Olomouci, 2001.
- 14) MENCL, Alexander: *Zdroje žurnalistických informací*, studijní text pro posluchače bakalářského studia žurnalistiky, FF UP Olomouc 2001.
- 15) BAYER, Miloš. *Telekomunikační provoz v praxi tiskové agentury*. Praha : Univerzita Karlova, 1983. 143 s.
- 16) McQUIAL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 1999.
- 17) ERBENOVÁ, Alice. *Historie a současnost ČTK*. Olomouc, 2002. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci.
- 18) KUBÍČKOVÁ, Martina. *Česká tisková kancelář (ČTK)*. Olomouc, 2002. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci.

14 SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

- 1) Deutsche Presse-Agentur GmbH. *Dpa: Deutsche Presse-Agentur* [online]. Hamburg: 2010, 10.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.dpa.de>.
- 2) Thomson Reuters. *Thomson Reuters* [online]. 2010, 12.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.thomsonreuters.com>.
- 3) AP Associated Press. *TheAssociated Press* [online]. 2010, 12.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.ap.org>.
- 4) Agence France-Presse. *AFP Agence France-Presse : a world of difference* [online]. 2010, 12.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.afp.com>.
- 5) DAPD Nachrichtenagentur GmbH. *DAPD - die Nachrichtenagentur* [online]. 2010, 12.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.dapd.de>.
- 6) Evangelischer Pressedienst. *Epd.de Evangelischer Pressedienst* [online]. 2010, 12.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.epd.de>.
- 7) Sport-Informationen-Dienst GmbH & Co. KG. *SID Sport-Informationen-Dienst* [online]. 2010, 12.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.sid.de>.
- 8) KNA Katholische Nachrichten-Agentur GmbH. *KNA - Katholische Nachrichten-Agentur* [online]. 2010, 12.12.2010 [cit. 2010-12-12]. Dostupné z WWW: <www.kna.de>.
- 9) Druck- und Verlagshaus Frankfurt am Main GmbH. *Frankfurter Rundschau* [online]. 2010 [cit. 2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.fr-online.de>.
- 10) EPA European Pressphoto Agency b.v. *EPA European Pressphoto Agency* [online]. Frankfurt n. M.: EPA, 2010 [cit. 2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.epa.eu>.
- 11) AWP Finanznachrichten AG. *AWP Finanznachrichten* [online]. Zürich: AWP, 2010 [cit. 2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.awp.ch>.
- 12) News Aktuell GmbH. *NA News Aktuell* [online]. Hamburg: NA, 2010 [cit. 2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.newsaktuell.de a www.newsaktuell.ch>.
- 13) DPA-AFX Wirtschaftsnachrichten GmbH. *DPA AFX Wirtschaftsnachrichten* [online]. Frankfurt: DPA-AFX, 2010 [cit.2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.dpa-afx.de>.
- 14) MECOM Medien-Communications-Gesellschaft mbH . *MECOM* [online]. Hamburg : MECOM, 2010 [cit. 2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.mecom.de>.
- 15) DPA Picture-Alliance GmbH. *PA Picture Alliance* [online]. Frankfurt nad Mohanem : PA, 2010 [cit. 2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.picture-alliance.com>.
- 16) GMS Global Media Services GmbH. *Global Media Services* [online]. Eschborn : GMS, 2010 [cit. 2010-12-13]. Dostupné z WWW: <www.gms-mediaservices.de>.

15 SEZNAM PŘÍLOH

16	PŘÍLOHY	54
16.1	Kanceláře DPA na území Německa.....	54
16.1.1	<i>Abecední seznam</i>	54
16.1.2	<i>Přehledová mapa</i>	56
16.2	Kanceláře DPA v Evropě – přehledová mapa.....	57
16.3	Kanceláře DPA ve světě– přehledová mapa.....	58
16.4	Orgány společnosti a jejich obsazení.....	59
16.4.1	<i>Dozorčí rada</i>	59
16.4.2	<i>Vedení společnosti.....</i>	60
16.4.3	<i>Vedoucí jednotlivých odborů</i>	61
16.4.4	<i>Šéfredakce</i>	61

16 PŘÍLOHY

16.1 Kanceláře DPA na území Německa

16.1.1 Abecední seznam

Aachen

Arnsberg

Augsburg

Bamberg

Berlin – sídlo kanceláře zpravodajství z hlavního města, centrální redakce, fotografické redakce Berlin, prodejní sekce Východ a DPA audio & video servisu

Bielefeld

Bonn

Braunschweig

Bremen

Bremerhaven

Chemnitz

Cottbus

Darmstadt

Dortmund

Dresden – sídlo zemské kanceláře Sasko

Düsseldorf – sídlo zemské kanceláře Severní Porýní-Vestfálsko, fotografické redakce Severní Porýní-Vestfálsko, prodejní sekce Západ

Emden

Erfurt – sídlo zemské kanceláře Durynsko

Essen

Flensburg

Frankfurt/Main – sídlo zemské kanceláře Hesensko, fotografické redakce Jihozápad a DPA-Sportreport, DPA-Bildzentrale, společnosti picture alliance a prodejní sekce Střed

Frankfurt/Oder

Freiburg/Breisgau

Fulda

Gera

Gießen

Göttingen

Greifswald

Halle/Saa

Hamburg – *sídlo zemské kanceláře Sever pro Hamburg a Šlesvicko-Holštýnsko, fotografické redakce Sever a prodejní sekce Sever*

Hannover – *sídlo zemské kanceláře Dolní Sasko/BrémyKarlsruhe*

Kassel

Kempton

Kiel

Koblenz

Köln

Konstanz

Konstanz, Severní Švýcarsko

Leipzig

Lüneburg

Magdeburg – *sídlo zemské kanceláře Sasko-Anhaltsko*

Mainz – *sídlo zemské kanceláře Porýní-Falc/Sársko*

Mannheim

München – *sídlo zemské kanceláře Bavorsko, fotografické redakce Bavorsko a prodejní sekce Jih*

Münster

Nürnberg

Holzkirchen

Osnabrück

Potsdam – *sídlo zemské kanceláře Berlín/Braniborsko*

Regensburg

Rostock

Saarbrücken

Schwerin – *sídlo zemské kanceláře Meklenbursko-Přední Pomořansko*

Stuttgart – *sídlo zemské kanceláře Jihozápad pro Bádensko-Württembersko a prodejní sekce Jihozápad*

Trier

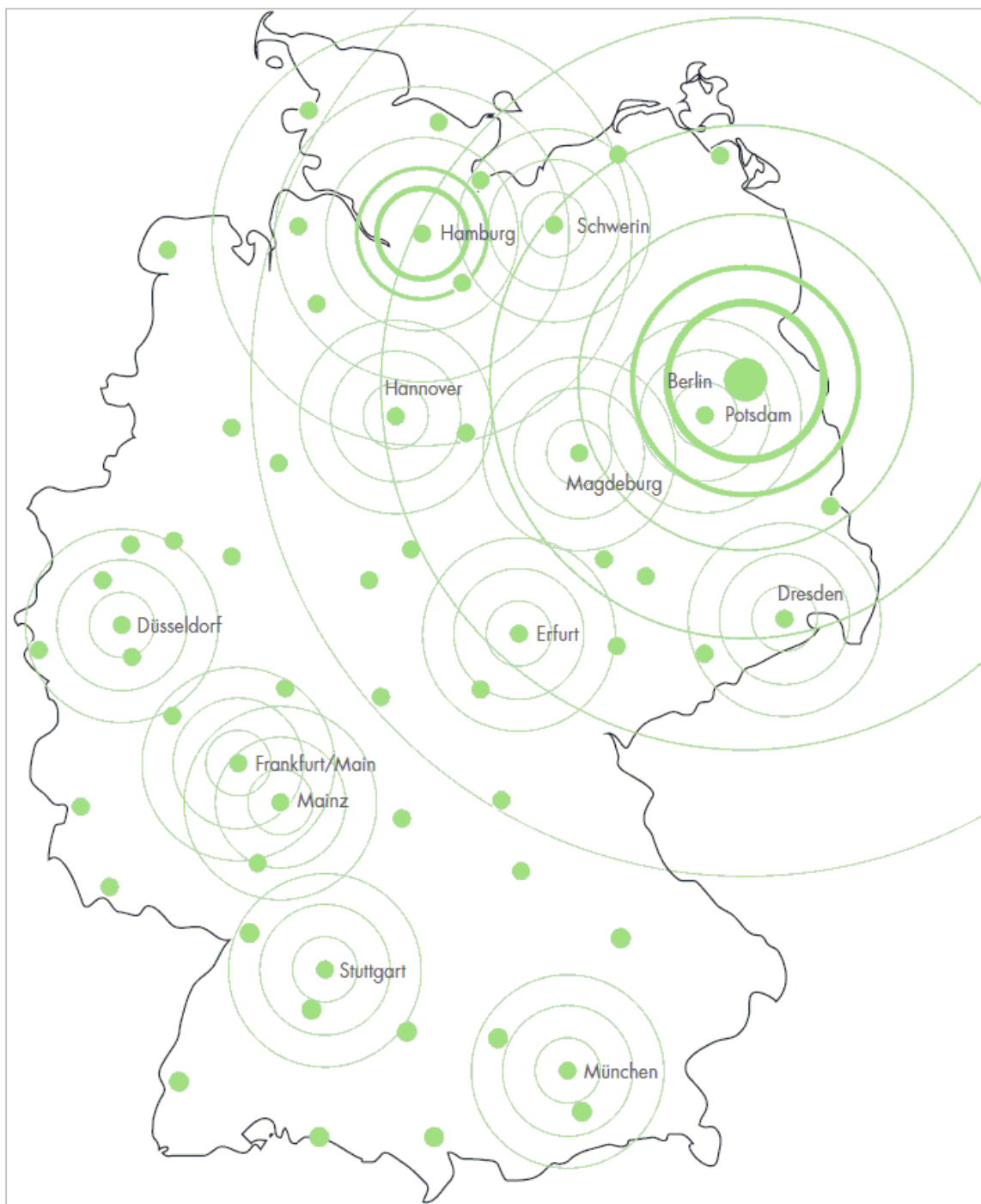
Ulm

St. Peter-Ording

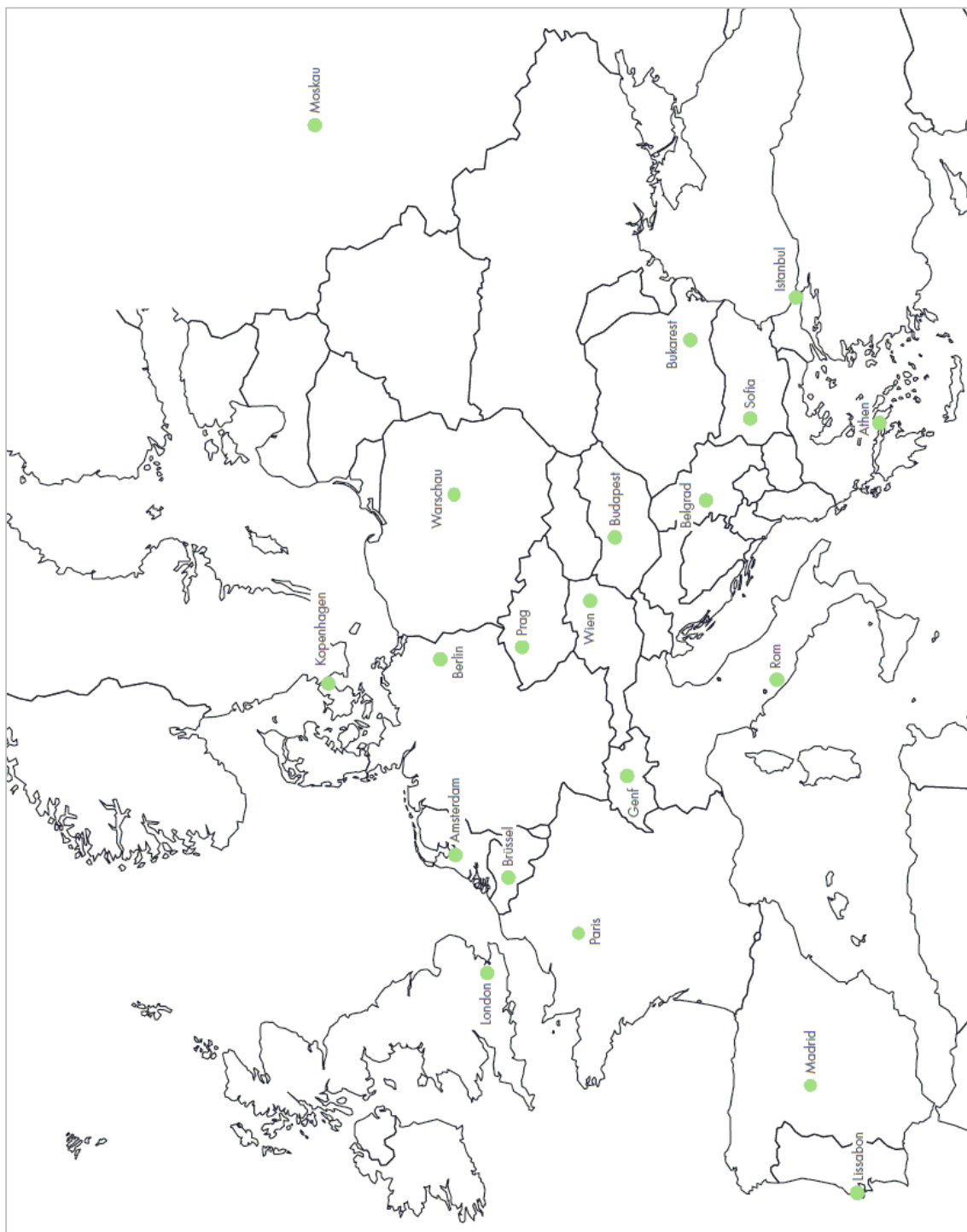
Wiesbaden

Würzburg

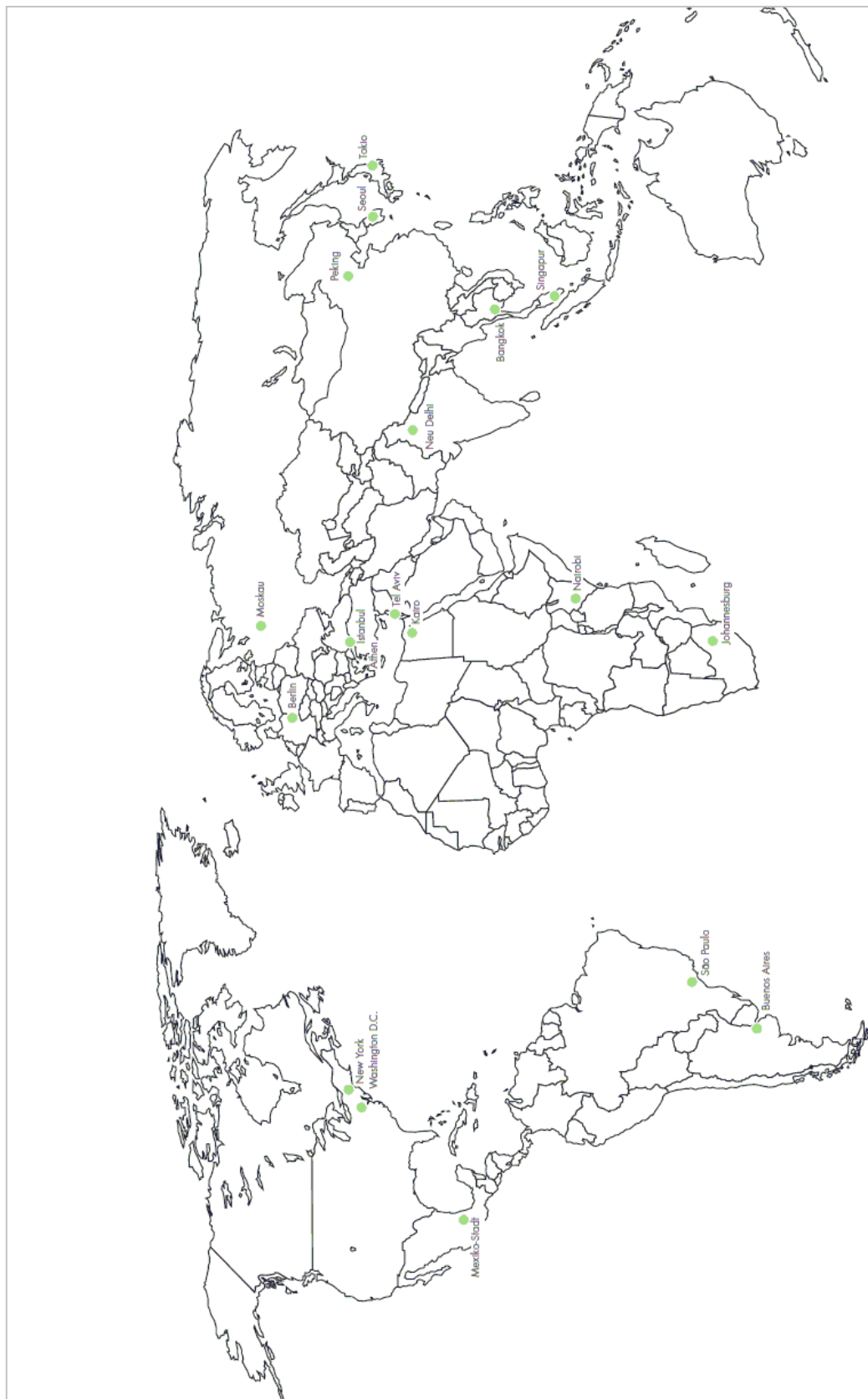
16.1.2 Přehledová mapa



16.2 Kanceláře DPA v Evropě – přehledová mapa



16.3 Kanceláře DPA ve světě – přehledová mapa



16.4 Orgány společnosti a jejich obsazení

16.4.1 Dozorčí rada

Karlheinz Röthemeier, předseda dozorčí rady
jednatel, Wiesbadener Kurier, Wiesbaden

Dr. Laurent Fischer, zástupce předsedy dozorčí rady
jednatel vydavatelství, Nordbayerischer Kurier, Bayreuth

David Brandstätter, zapisovatel
jednatel, Mainpresse Zeitungsverlagsgesellschaft mbh & Co. KG, Würzburg

Bernhard Boll
vydavatel, Solinger Tageblatt GmbH, Solingen

Dr. Peter Frey
šéfredaktor, ZDF, Mainz

Hans-Dieter Hillmoth
jednatel a programový ředitel, Radio/Tele FFH GmbH & Co. Betriebs-KG, Bad Vilbel

Hans Homrighausen
jednatel Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH

Joachim Knuth
programový ředitel rozhlasu, NDR, Hamburg

Dr. Stephan Kolschen
jednatel, Wilhelmshavener Zeitung, Wilhelmshaven

Valdo Lehari jr.
jednatel, Reutlinger Generalanzeiger, Reutlingen

Dr. Holger Paesler

jednatel, Verlagsgruppe Ebner Ulm GmbH & Co. KG, Ulm

Dr. Torsten Rossma

jednatel, N-24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH, Berlin

Achim Twardy

člen představenstva, Gruner + Jahr AG & Co., Hamburg

Dr. Andreas Wiele

člen představenstva Bild-Gruppe und Zeitschriften, Axel Springer AG, Berlin

Otto Wolfgang Bechtle

čestný předseda, nakladatel a vydavatel, Esslinger Zeitung, Esslingen

16.4.2 Vedení společnosti

Malte von Trotha

předseda vedení

Michael Segbers

jednatel

Matthias Mahn

prokurista, vedoucí odboru Personalistika a právo

Andreas Schmidt

prokurista, vedoucí odboru Finance a logistika

16.4.3 Vedoucí jednotlivých odborů

Matthias Mahn

vedoucí odboru Personalistika a právo, prokurista

Andreas Schmidt

vedoucí odboru Finance a logistika, prokurista

Thorsten Matthies

vedoucí odboru Marketing a domácí prodej

Edith Stier-Thompson

vedoucí odboru Marketing a prodej obrazového materiálu

Helge Viehof

vedoucí odboru Technika a informačních technologie

16.4.4 Šéfredakce

Wolfgang Büchner

šéfredaktor

Michael Ludewig

domácí zpravodajství

Dr. Heinz-Rudolf Othmerding

zahraniční zpravodajství

Bernd von Jutrczenka

obrazové zpravodajství