



Foto: Johannes Simon

<http://papst2006.ddp.de>

Nachrichtenagentur startet neue Plattform zur Bildvermarktung

Die Planungen für den Papstbesuch vom 9. bis 14. September laufen auf Hochtouren – nicht nur in Bayern: Bei ddp ist mit dem Ende der Fußball-WM die Vorbereitungsarbeit ange- laufen.

Die Agentur berichtet über alle wichtigen Termine, bietet ihren Kunden aber vor allem mehrmals wöchentlich eigene Geschichten in Wort und Bild an. Features und Interviews stimmen auf den Besuch ein, geben

einen Blick hinter die Kulissen oder lenken ihn auf interessante Randaspekte. Während des Besuchs wird ddp an allen Stationen präsent sein und dafür sorgen, dass Sie und Ihre Leser, Hörer und Zuschauer keinen

Im umfangreichen Bildarchiv von ddp – und auf der Plattform zum Papstbesuch – finden Kunden Motive von der Papstwahl und vom Weltjugendtag 2005, dem Osterfest 2006 in Rom und

wichtigen Moment verpassen.

Bildkunden der Agentur profitieren dabei von einer neuen Plattform: Auf der Webseite „papst2006.ddp.de“ finden sie stets aktuelle Fotos; Hinweismails

dem Besuch Benedikts XVI. in Polen. Darüber hinaus bietet die Agentur biografisches Fotomaterial und eine Vielzahl an Bildern von den Lebensstationen und Wirkungsstätten an.

informieren schnell und zuverlässig über neues Material. Erstmals hat ddp diese Plattform zur Fußball-WM geschaltet, um gerade Kunden außerhalb des Tageszeitungsmarktes besser zu bedienen. Künftig wird die Agentur alle für Bildkunden wichtigen Ereignisse in dieser Weise auf einer eigenen Plattform herausstellen.

Kontakt:
ddp-Bildverkauf
[030] 23 12 22 -20/21/22
archiv@ddp.de

Liebe Leserinnen, liebe Leser!

ddp kann auf eine erfreuliche Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr 2006 zurückblicken. Bei anhaltend steigenden Umsätzen erreichten wir ein ausgeglichenes EBITDA. Gerade die beiden im Vertrieb nach vorne gestellten Produkte, die Landesdienste und der Bilderdienst, übertrafen die Erwartungen

Zum 1. August hat ddp den in Hamburg ansässigen Foto- verlag defd/pwe von der

Verlagsgruppe Milchstrasse erworben. Unter den Marken ddp, colourpress.com, defd und a-life bieten wir jetzt einen Bestand von mehr als 1,5 Millionen Bildern zu verschiedenen Themenwelten an und intensivieren durch verbesserte Datenbankzugänge – wie etwa event- orientierte Webshops und spezifische Produktangebote – die Kundenansprache.

Mit dieser Ausgabe haben wir die „depesche“ dem

neuen Corporate Design von ddp angepasst. Neu ist auch die Rubrik „ddp-Köpfe“, in der wir Mitarbeiter aus allen Bereichen des Hauses vorstellen werden. Damit Sie sehen, wer bei uns für Sie im Einsatz ist.

ddp-Geschäftsführer Dr. Matthias Schulze





ddp-Köpfe

Blau-Weiß ohne Klischees

Ulrich Meyer, Leiter Landesbüro Bayern

Es hat schon Vorteile, wenn man in Bayern aus Bayern kommt. Als gebürtiger Münchner leitet Ulrich Meyer seit fast zwei Jahren das ddp-Landesbüro. Der 36-jährige Diplom-Politologe hat zwar auch Wurzeln im Rheinland, aber wenn er auf Urbayern trifft, bricht sich die bairische Mundart beinahe unaufhaltsam Bahn. Da kommt dann schon mal das im Rest der Republik so berüchtigte „Mir san mir“ auf. Doch gerade dieses besondere Lebensgefühl der Bayern, Franken und Schwaben versucht das ddp-Team zu transportieren. Der Freistaat, wie er wirklich ist, zwischen Hightech und Ursprünglichkeit, zwischen Postkartenidyll und Amigoaffären – aber ohne Klischees. So besitzt der Landesdienstchef Meyer denn auch weder Lederhose noch Gamsbart. Aber seit der Inaugurationsfeier für Benedikt XVI. auf dem Petersplatz schmückt zumindest eine vom „bayerischen Papst“ gesegnete Rautenflagge sein Büro.

Impressum

ddp depesche
Der Newsletter für Kunden und Partner von ddp

Ausgabe 10, August 2006

Herausgeber: ddp Deutscher Depeschendienst GmbH, Panoramastraße 1a, 10178 Berlin

Redaktion: Martin Gutheil, Leiter Unternehmenskommunikation
Telefon [030] 231 22 - 215
Mail: martin.gutheil@ddp.de

Fußball-WM für ddp ein Erfolg

Die Fußball-WM in Deutschland: für Fans ein rauschendes Fest, für Journalisten Ausnahmezustand. 22 ddp-Fotografen haben alle Spiele und das Drumherum im Bild festgehalten – mit großem Erfolg.

„Wir wurden super gedruckt, die Zeitungen waren voll von unseren Bildern“, sagt Dirk von Borstel, Leiter der ddp-Bilderdienste und stellvertretender Chefredakteur. Nicht nur, dass ddp rund um die WM im Schnitt täglich 500 Fotos produziert hat und damit so viele wie kaum eine andere Agentur auf dem deutschen Markt – vor allem der Blick auf das Geschehen am Rand und das Gespür für den besonderen Augenblick wurden von Redaktionen gelobt.

Äußerst erfolgreich war auch der Auslandsvertrieb: Über die dänische ddp-Tochter colourpress.com gingen die Bilder in 23 Länder, darunter bis nach China.



Fotos: Johannes Eisele (2), Jochen Lübke, Odd Andersen



ddp-Kolumne: Raum für Argumente

Nachrichtenagenturen können naturgemäß wenig zur Debattenkultur beitragen, Kommentare sind nicht ihr Geschäft. In der „Kolumne der Woche“ gibt ddp jedoch Argumenten Raum. Seit einigen Monaten kommen

darin politische Akteure ausführlich zu Wort.

Klaus Wowereit, Edmund Stoiber, Christian Wulff, Reinhard Bütikofer, Jürgen Rüttgers und Katrin Göring-Eckardt – um nur einige zu nennen – haben ihr Thema selbst

gewählt und sind der einen Regel gefolgt: Grobe Parteipolitik ist verboten. Die Texte gehen in die Tiefe, klingen in eigenem Ton. Die Kolumnen werden wiederum als Nachricht ausgewertet – in ddp-Meldungen zur

Debatte, mit fundierter Substanz.

Die „Kolumne der Woche“ sendet ddp samstags um 10 Uhr im Wortlaut und als Wiederholung sonntags; samstags gegen 5 Uhr eine nachrichtliche Vorabmeldung.

Fundsachen: Meldung xvmo16 vom 03.08.06, 14:07:04 Uhr

(ddp-Extra) Falscher Bär als Spanner

Aachen (ddp). Ein Unbekannter in einem Bärenkostüm soll in der Nähe von Aachen ein Liebespaar beobachtet haben. Die Polizei habe aber keinen Beweis für den son-

derbaren Vorfall, sagte ein Sprecher am Donnerstag.

Das Paar habe auf einer Wiese gelegen und die Romantik des klaren Sternenhimmels genos-

sen. Dabei bemerkte es aus einem Gebüsch merkwürdige Geräusche. Beim Näherkommen sahen sie eine Gestalt in einem Bärenkostüm, die sich nach ihrer Entde-

ckung langsam in die Dunkelheit trollte. Die skeptischen Beamten untersuchten die Wiese, fanden aber keine Hinweise auf bärenähnliche Gestalten.