

Pressemeldung vom 19.10.2015

KNA stellt sich den Umbrüchen der Medienwelt

„Agenturen gewinnen an Bedeutung“ - Investitionen in Personal und IT-Technik

Die Katholische Nachrichten-Agentur (KNA) rüstet mit Blick auf die Entwicklung der digitalen Medien auf. „Wir freuen uns, dass wir auf eine steigende Nachfrage reagieren können“, sagte Geschäftsführer Theo Mönch-Tegeder in Bonn. „Unsere Dienste werden sowohl innerkirchlich wie auch in der Medienwelt so intensiv genutzt wie nie zuvor.“ Ganz offensichtlich gewinne die Leistung der Nachrichtenagenturen an Bedeutung.

Nach Angaben von Mönch-Tegeder erreicht die KNA etwa drei Viertel der Gesamtauflage der Tagespresse in Deutschland und mehr als 90 Prozent bei den öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehsendern. Auch die Internetportale der meisten großen Medienhäuser nutzen regelmäßig Texte und Bilder der KNA. Die Zahl der von den Kunden verwendeten KNA-Texte sei in den vergangenen zwei Jahren signifikant gestiegen.

Auf die neuen Anforderungen hat die KNA, die sich mehrheitlich im Besitz des katholischen Medienhauses befindet, mit einem umfangreichen Erneuerungsprogramm reagiert. Dabei wird sowohl in Personal als auch in die technische Infrastruktur investiert.

Derzeit wird die Redaktion aufgestockt. In der Bonner Zentrale wird ab 19. Oktober der Schichtbetrieb deutlich ausgeweitet, um vom frühen Morgen bis in den Abend die Kunden mit neuesten Nachrichten bedienen zu können. „Wir passen uns damit den Lesegewohnheiten der digitalen Welt an“, erläuterte Chefredakteur Ludwig Ring-Eifel. Um Lücken im Korrespondentennetz zu schließen, wurden Korrespondentenstellen in Nord- und Südamerika geschaffen. Im Nahbereich wurden neue Korrespondentenstellen für die Bereiche Mittelbayern (Augsburg und Eichstätt), Trier-Luxemburg und Magdeburg-Hannover-Hildesheim eingerichtet.

Das Erneuerungsprogramm war 2013 gestartet mit einer Übernahme des Redaktionssystems der Deutschen Presse-Agentur (dpa) durch die KNA. Mönch-Tegeder: „Damit haben sich unsere Produktionsabläufe vereinfacht und die Nachrichtenflüsse beschleunigt.“ Im Zuge einer Umorganisation des Katholischen Medienhauses in Bonn, in dem die KNA beheimatet ist, wurde die Zuordnung der

KNA-Arbeitseinheiten noch einmal verbessert. „Ziel ist es, unsere Partner in den Redaktionen noch schneller, noch effizienter und inhaltlich noch besser bedienen zu können. Wir stellen uns auf die Anforderungen ein, die unsere Kunden für künftigen Investitionsentscheidungen vorsehen.“

Zu Beginn 2016 soll daher auch die Bildagentur der KNA neu aufgestellt sein. Die Personalstruktur wurde bereits um zusätzliche Qualifikationen angereichert. Derzeit wird die IT-Infrastruktur in diesem Bereich von Grund auf überarbeitet, so dass Recherche-, Such- und Einkaufsfunktionen den Gewohnheiten der Kunden entsprechen.

Der Erneuerungsprozess werde weitergehen, versicherte KNA-Chefredakteur Ring-Eifel: „Da viele unserer Kunden in unterschiedlichen Medienkanälen ausliefern – gedruckt, im Internet, mobil - müssen wir uns ihren Anforderungen immer neu stellen.“ Dazu gehöre, Texte und Bilder in Paketen anzubieten. Für Internetportale wolle KNA zudem fertige „Newsfeeds“ liefern, die ohne weitere Bearbeitung in eine Seite eingebunden werden können.