



Pressemitteilungen
der action press ag
2021
(fortlaufend)

TASS setzt auf action press

- **Die zentrale staatliche Nachrichtenagentur Russlands sendet ab sofort über action press Videos für nationale und internationale Medienkunden**

Frankfurt am Main/Hamburg, **18. Oktober 2021** - Über die vom Chef der action press international GmbH (Hamburg), Ulli Michel, im Juli 2021 gestartete erste Videodatenbank, auf die Online- und TV-Kunden rund um die Uhr zugreifen können, wird ab sofort aus dem Kreml berichtet. Russlands zentrale staatliche Nachrichtenagentur TASS (Moskau) beliefert action press täglich mit neuesten Filmen über Staatspräsident Wladimir Putin, der russischen Regierung und anderen wichtigen Geschehnissen in Russland.

Erst im September 2021 meldete die action press AG (Frankfurt) die vollständige Übernahme der ddp media GmbH (Hamburg), womit sie mit einer Bilddatenbank von fast 150 Millionen digitalen Assets zu einer der grössten Bildagenturen der Welt aufstieg.

„Wir setzen unser Wachstum mit weiteren Akquisitionen fort“, so Prof. Moritz Hunzinger, CEO der action press AG.

Rückfragen:

- Ulli Michel: ulli.michel@actionpress.de, +49 172 253 73 03
- Prof. Moritz Hunzinger: moritz.hunzinger@actionpress.de, +48 171 60 333 20

Weblinks zu action press:

- <https://www.actionpress.de>
- <https://www.actionpress-ir.de>
- https://de.wikipedia.org/wiki/Action_Press

action press international gmbh
Oehleckerring 9a-13
22419 Hamburg

action press AG
Wielandstr. 3
60318 Frankfurt am Main

ddp media GmbH erweitert die Geschäftsführung mit Ulli Michel und Prof. Moritz Hunzinger

Frankfurt am Main/Hamburg, **14. September 2021** - Nach der vollständigen Übernahme der internationalen Bildagenturgruppe ddp media GmbH (Hamburg) zum 1. August 2021 durch die action press AG (Frankfurt) entsenden die Eigentümer ihre beiden Vorstände Ulli Michel und Prof. Moritz Hunzinger in die Geschäftsführung der neuen Tochtergesellschaft. Gemeinsam mit dem bisherigen geschäftsführenden Gesellschafter Ulf Schmidt-Funke bilden sie das Management von ddp. Ulli Michel wird den Vorsitz der Geschäftsführung von ddp übernehmen: „ddp vergrößert unsere Produktionspalette signifikant, action press etabliert sich stabil im Weltmarkt“. Täglich werden bis zu 50.000 Bilder redaktionell und bestandserhöhend verarbeitet. Zu ddp, deren Name auf den 1971 in Hamburg gegründeten ddp Deutscher Depeschendienst zurückzuführen ist, zählen neben den Unternehmen ddp die Stella Pictures AB (Stockholm), die laif Agentur für Photos & Reportagen GmbH (Köln) sowie die Bildagenturmarken Picture Press, Intertopics und FoodCentrale.

Mit der Übernahme von ddp wuchs die 1970 gegründete action press AG zu einer der größten Bilddatenbanken der Welt. Auf Wachstum setzt die neuformierte Gruppe stark: 1999 erfolgte deren Verkauf an die Hunzinger Information AG (heute infas Holding AG) und von 1999 bis 2004 war Moritz Hunzinger bereits Vorsitzender der Geschäftsführung. Seinerzeit hatte action press hat 6,8 Mio. Fotos, 24 Partneragenturen, 600 Fotografen und war in 20 Ländern vertreten. 2016 veräußerte Hunzingers Nachfolger Menno Smid, CEO der infas Holding AG (Bonn), die Agentur an die britische SilverHub Media Limited. 2018 erwarb Ulli Michel die Gesellschaft. 2020 erfolgte der Kauf der neuen Obergesellschaft action press AG durch Moritz Hunzinger, Ulli Michel wurde hälftig beteiligt. 2021 stieg das Grundkapital der action press AG auf € 22,05 Mio. Dem Einstieg der Deutschen Balaton AG (Heidelberg) folgte die Erstnotiz an der Börse Düsseldorf. Am 9. September 2021 meldete die jetzt in 120 Ländern mit 5.000 Fotografen und 130 Partneragenturen vertretene action press AG einen Rekordbildbestand von 148,8 Millionen Fotos. 2022 sollen die Aktien an der Börse Xetra notiert werden.

Rückfragen:

- Ulli Michel: ulli.michel@actionpress.de, +49 172 253 73 03

- Prof. Moritz Hunzinger: moritz.hunzinger@actionpress.de, +49 171 60 333 20

<https://www.actionpress-ir.de/>

action press international gmbh
Oehleckerring 9a-13
22419 Hamburg

action press AG
Wielandstr. 3
60318 Frankfurt am Main

action press-Bilddatenbank mit starkem Wachstum: nun 146,8 Millionen digitale Assets im Bestand

Frankfurt am Main/Hamburg, **9. September 2021** - Stand heute verzeichnet die action press international GmbH (Hamburg) 72,5 Millionen verschlagwortete Bilder in der Datenbank. Plus dem Bildbestand der ddp media GmbH (Hamburg) von 74,3 Mio. Fotos ergibt sich bei der action press AG (Frankfurt am Main) eine neue Gesamtanzahl von 146,8 Millionen Bildern. Zum Stichtag 1. August 2021 meldete die action press AG 110 Millionen Fotos.

action press, eine der größten Bilddatenbanken der Welt

Am 2. September 2021 informierte die action press AG, eine der größten Bildagenturen der Welt, dass sie 100 % der Anteile von ddp erworben hat. "Wir setzen unser Wachstum nicht nur organisch fort. Bleibt es bei dem seit einem Jahr aufgenommenen neuen Tempo, lösen wir Getty Images als Marktführer neben der chinesischen Konkurrenz bald ab", so Prof. Moritz Hunzinger, CEO der action press AG.

Queries:

- Prof. Moritz Hunzinger: moritz.hunzinger@actionpress.de, +49 171 60 333 20
- Ulli Michel: ulli.michel@actionpress.de, +49 172 253 73 03

<https://www.actionpress-ir.de/>

action press international gmbh
Oehleckerring 9a-13
22419 Hamburg

action press AG
Wielandstr. 3
60318 Frankfurt am Main

action press übernimmt ddp: in Deutschland entsteht eine der größten Bildagenturen der Welt

action press nun mit 110 Millionen digitalen Assets im Bestand, bis zu 50.000 neuen Bildern täglich – 5.000 Fotografen und Videoproduzenten in 120 Ländern – 130 Partneragenturen

Frankfurt am Main/Hamburg, **2. September 2021** - Es ist die zweite Übernahme nach Erwerb des Bildmaterials des kleineren Wettbewerbers face to face GmbH im Februar 2021 und eine der größten im gesamten Wirtschaftszweig der Bilddatenbanken: Die action press AG (Frankfurt am Main), Muttergesellschaft der 1970 in Hamburg gegründeten Medienagentur action press international GmbH, hat heute einen Kaufvertrag über den Erwerb von 100 % der Anteile der ddp Media GmbH (Hamburg) abgeschlossen.

Täglich bearbeitet die Redaktion der gesamten Gruppe nach der Übernahme bis zu 50.000 neue nationale und internationale Fotos und Videos von 5.000 Fotografen und Videoproduzenten sowie von 130 Partneragenturen aus 120 Ländern.

ddp neue Tochtergesellschaft von action press – Synergieeffekte erwartbar

Zur Bildagenturgruppe ddp, deren Name auf den 1971 in Hamburg gegründeten ddp Deutscher Depeschendienst zurückzuführen ist, zählen neben den Unternehmen ddp media GmbH (Hamburg), laif Agentur für Photos & Reportagen GmbH (Köln) und Stella Pictures AB (Stockholm) auch die Bildagenturmarken Picture Press, Intertopics und FoodCentrale.

Mit der Übernahme der nun zu action press AG gehörenden ddp media GmbH erweitert sich das Angebot der action press-Gruppe signifikant. Durch Fotoreportagen und Features aus aller Welt, Studioporträts namhafter Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, hochwertige Reise-, Creative- und Titelproduktionen, Food-Content und Rezeptservice sowie durch die Foto-Syndication für Verlage wie The New York Times, USA today, The Sun, The Times, The Sunday Times, Mondadori Photo, Gruner & Jahr und die Mediengruppe Klambt kann das redaktionelle Leistungsspektrum deutlich ausgebaut werden. Das Management von action press geht davon aus, dass sich bereits im ersten Geschäftsjahr nach Vollzug der Übernahme bedingt durch Synergieeffekte ein positiver Beitrag zum Konzernergebnis ergeben wird.

Globaler Player: action press-Mediengruppe

Längst stößt action press in die Gruppe der Key Player Shutterstock, Getty Images oder Adobe vor. Verlage, Medienunternehmen sowie Corporate-Kunden finden bei der action press-Mediengruppe eine große Themenvielfalt und eine Auswahl an aktuellen Produktionen und Archivmaterial. 110 Millionen Fotos sowie Fotoreportagen und Features aus den Bereichen Entertainment, Politik, Wirtschaft, Adel, Lifestyle, Stockfotografie, Zeitgeschehen und Sport können in den Agenturdatenbanken online recherchiert werden. Die im August 2020 neu aufgestellte action press-Gruppe versteht sich nicht nur als Schnittstelle zwischen Fotografen, Videoproduzenten und

Medienkunden. Sie bietet Verlagen und TV-Sendern auch die Möglichkeit, hauseigene Produktionen weltweit durch ihre Agenturen syndizieren zu lassen. Medienhäuser können redaktionelle Arbeitsprozesse teilweise oder gänzlich outsourcen. Hierbei übernehmen die 55 action press-Redakteure Bildrecherchen, organisieren Auftragsfotoproduktionen und erledigen die Klärung von Bildrechten.

action press syndiziert und verwaltet die Tagesberichterstattungen von bislang 30 deutschen Regionalzeitungen der im Frühjahr 2021 etablierten Regio-Group. Aus Lokalnachrichten, Reportagen, Features und Sportberichten werden Breaking News mit überregionaler Wichtigkeit. Im Juli 2021 stellte action press die erste Videodatenbank den nationalen und internationalen Medienkunden vor. Die Datenbank enthält tausende Videoproduktionen aus den Bereichen Entertainment, News, Lifestyle und Features. Fernsehsender, Onlines und andere Medienunternehmen haben nun die Möglichkeit, rund um die Uhr Videos herunterzuladen und somit Redaktionsschlusszeiten zu erfüllen.

Die Agenturgruppe organisiert zudem nationale und internationale Fotoaufträge, Fotoshootings, Reportagen sowie Videoproduktionen für Unternehmen und bietet Event, Sponsoring-, PR-, Reportage und unternehmensspezifische Auftragsfotografie für den gesamten Corporate-Sektor an.

Der Kaufpreis in Höhe eines mittleren einstelligen Millionenbetrags wird aus vorhandener Liquidität sowie neu aufgenommenem Fremdkapital, das u.a. vom Aktionär Deutsche Balaton AG (Heidelberg) über eine Anleihe zur Verfügung gestellt wird, finanziert.

Die Aktien der action press AG werden seit Mai 2021 im allgemeinen Freiverkehr der Börse Düsseldorf unter der WKN A2TSNU (ISIN DE000A2TSNU7) gehandelt. 2022 sollen die Aktien an der Börse Xetra notiert werden. Das Grundkapital der action press AG beträgt 22,05 Millionen Euro.

Den Vorstand der action press AG bilden Professor Moritz Hunzinger (Frankfurt am Main), der die Mehrheit an action press schon 1999 als Vorstandsvorsitzender der börsennotierten infas Holding AG (vormals Hunzinger Information AG) für 20 Millionen D-Mark erworben hatte und bis zum Jahr 2004 leitete, und Ulli Michel (Hamburg), seit 2010 Geschäftsführer von action press in Hamburg. Hunzinger: „Seit dem ersten Tag liefert action press den Informationsvorsprung. Nach dem Kauf von ddp wird action press nicht nur organisch weiter stark wachsen. Wir evaluieren demnächst unsere digitalen Vermögenswerte und machen wertvolle Fotos als Tokens in digitale Einheiten aufgeschlüsselt als Ganzes oder in Teilen digital handelbar“.

Berater: Heuking Kühn Lüer Wojtek; RA WP StB Prof. Dipl.-Vw. Dr. jur. Heinz-Christian Knoll, mwb fairtrade Wertpapierhandelsbank AG; Notare: FM Notare Funke Mühe;

Rückfragen:

- Prof. Moritz Hunzinger: moritz.hunzinger@actionpress.de, +49 171 60 333 20

- Ulli Michel: ulli.michel@actionpress.de, +49 172 253 73 03

<https://www.actionpress-ir.de/>

action press international gmbh
Oehleckerring 9a-13
22419 Hamburg

action press AG
Wielandstr. 3
60318 Frankfurt am Main

action press - zur Rolle des Bildes

Von WELT-Autor Thomas Kielinger, 2. September 2021

Im Jahre 1865 erschien in London ein Kinderbuch des Autors Lewis Carroll, „Alice in Wonderland“, und dies waren seine ersten Sätze: „Alice war es allmählich leid, neben ihrer Schwester am Bachufer stillzusitzen und nichts zu tun; denn sie hatte wohl ein- oder zweimal einen Blick in das Buch geworfen, in dem ihre Schwester las, aber nirgends waren darin Bilder oder Unterhaltungen abgedruckt – ‚und was für einen Zweck haben schließlich Bücher‘, sagte sich Alice, ‚in denen überhaupt keine Bilder und Unterhaltungen vorkommen?‘“

Was für eine Eröffnung eines Kinderbuches – der kulturelle Zusammenhang der menschlichen Familie auf einen Begriff gebracht: Bilder und Konversation! Wie wunderbar der Autor im Denken des kleinen Mädchens ganz ohne intellektuelle Bemühung eine Grundlage der Zivilisation zur Sprache bringt. Das Bild ist der Spiegel unserer Existenz, die Unterhaltung der Fluss des Lebens. Ja, man kann einen Schritt weiter gehen und sagen: Das Bild ist die Konversation des Menschen mit seiner Welt, und das reproduzierbare Foto macht ihm diese Welt in ihren vielfältigen Veränderungen vertraut. Vom Holzschnitt und der Grafik im Mittelalter, vom Kupferstich über die Radierung, von der Lithographie über die Daguerreotypie bis zur modernen Fotografie: Immer bewegte sich das Auge entlang der technischen Möglichkeiten, um Bild und Bilderwelt inniger zu umarmen und sich anzueignen.

Wobei die Helden unserer Geschichte, die Fotografen, den Malern gegenüber anfänglich ein schlechtes Gewissen hatten bei dem Gedanken, sich von der Idee des Porträts als eines Objekts der Malerei zu verabschieden. Edward Steichen zum Beispiel, ein Großer der frühen Fotokunst, fotografierte sich 1902 in der Pose eines Malers mit Palette und Pinsel, wobei er dem Abzug mit manuellen Eingriffen – dem sogenannten „Gummidruck-Verfahren“ – ein Dämmerlicht verlieh, mit intendierten Unschärfen, die das Ergebnis wie zwischen Foto und Gemälde schwanken ließen. Nicht umsonst sprechen wir von diesen und ähnlichen Versuchen aus jener Frühzeit als der Ära des „Piktorialismus“.

Tatsächlich ist die jeweilige Verbesserung der Abbildtechnik bis zum heutigen massenhaften Downloaden per Smartphone von den Zeitgenossen nicht immer nur begrüßt worden. Als die Einmaligkeit von Gemälden Konkurrenz erhielt durch die Erfindung der Fotografie, traf der dänische Philosoph Søren Kierkegaard eine säuerliche Vorhersage: „Mithilfe der Daguerreotypie wird jetzt jeder sein eigenes Porträt von sich anfertigen lassen, was früher nur der Prominenz möglich war, und außerdem geschieht es so, als würden wir alle gleich aussehen.“ Das war ein Urteil zu einer Zeit, als die frühen bräunlichen Porträt-Fotos in ihrer stereotypen Stillhaltepose durchaus den Eindruck der

Gleichartigkeit hervorriefen, was Kierkegaard in schöner Offenheit als einen Angriff auf das elitäre Prominentenporträt beschrieb.

Immer weniger aber ließ sich der demokratische Charakter der Fotografie leugnen, ihre demokratisierende Kraft, dem Einzelnen seine Einmaligkeit bewusst zu machen und aus der großen Masse des Geschehens den unverwechselbaren Moment hervorzuheben.

Ein kritischer Gedanke sei freilich an dieser Stelle hinzugefügt. Autoritäre politische Systeme, Diktaturen gar, haben schon immer ein raffiniertes Spiel mit der fotografischen Möglichkeit getrieben, den einzelnen Menschen in der Masse untergehen zu lassen. Militärparaden in Moskau, Pjöngjang oder Peking vermitteln auch heute noch das Bild der Massenhaftigkeit als einer Tapete, vor der der Leader sich in seiner dominanten, alle anderen unterdrückenden Rolle profilieren kann. Der Film „Triumph des Willens“ etwa, den Leni Riefenstahl aus Anlass des Nürnberger Reichsparteitages von 1934 inszenierte, unterstrich geradezu das magnetische Bild des Führers vor dem Hintergrund gläubiger Massen.

Zum Glück tendieren die propagandistischen Möglichkeiten der Fotografie in demokratischen Staaten weniger zu politischer Ideologie als zur kommerziellen Reklame als dem A und O ihrer Verführung. Dem kann sich der einzelne Betrachter mit mehr oder weniger Widerstand entziehen. Nicht entziehen aber können wir uns der historischen Bedeutung großer Fotoarchive wie dem der action press, mit ihren 110 Millionen Bildern und dem Zukauf der Bildagenturgruppe ddp, einem Schatz der Erfahrung, des Wissens, des Erinnerens, auf den wir in unserem bildgesättigten Leben zurückgreifen wie auf ein unverzichtbares Vademecum.

Freilich, dies bildgesättigte Leben ist vom Verfall bedroht – die Zeit untergräbt unser Bedürfnis zum Bleiben, zum Dehnen glücklicher Momente. Da kommt der Film, die Fotografie uns zu Hilfe, indem sie die Dauer ins schier Unsterbliche verlängern und zum Augenblick sagen, was Faust sich erhoffte, aber technisch noch nicht erzielte: „Verweile doch, du bist so schön.“ Die Fotografie ist das historisierende Vehikel unserer Nostalgie, sie stiftet Dauer in unserer beschränkten Lebenszeit, sie erlaubt uns, in die Vergangenheit einzutauchen wie in einen Präsenz. Insofern taugen Bildarchive auch zur Forschung, da sie Zeugnis ablegen für abgelebte Welten und ihre gelebten Werte und wir diese studieren können wie eine Gegenwart.

Wir reden heute so viel von den Celebrities, diesen Objekten der allgemeinen Vergötterung. Weiß man noch, dass etwa die Queen, ein lebendes Bild des Unerschöpflichen, zusammen mit ihrer Schwester Margaret ein Licht der Schönheit in den Trübsinn der Nachkriegsjahre warf, mit dem glücklichen

Lächeln der Königskinder? Seite-Eins-Porträts der beiden Prinzessinnen garantierten steigende Auflagen der jeweiligen Illustrierten. Als Bild-Ikone trat ihnen bald Farah Diba zur Seite, die Gattin des persischen Schahs, ehe Hollywood das Terrain der Schönheiten schließlich für sich reklamierte.

Audrey Hepburn mit Rehaue und verlängerter Zigarettenspitze in „Breakfast at Tiffany's“, Marilyn Monroe, deren Kleid sich in „The Seventh Year Itch“ unter dem Luftstoß einer New Yorker Ventilation in die Höhe bläht und die lachende Trägerin wie in einem abgekarteten Komplott erotisch decouvriert: das Wiederbetrachten stiftet über die Zeiten hinweg augenzwinkerndes Erinnern, und auch das gehört zur „Family of Man“ in ihrer bildbestimmten Loyalität zueinander.

Das Foto ist die Einsatzbereitschaft von Geschichte, wir blicken gebannt in ihre Augen, wenn wir Ronald Reagan vor der Berliner Mauer 1987 dem ersten Mann der Sowjetunion zurufen hören: „Mr. Gorbachev, tear down this wall!“ Oder wenn wir Jack Ruby am 23. November 1963 im Polizeigebäude von Dalles in Texas auf den Kennedy-Mörder Lee Harvey Oswald zustürzen sehen, wie er ihn mit einem gezielten Schuss zur Strecke bringt.

Dem Entertainment, dem Sport, den News im Allgemeinen will action press in erster Linie mit ihren überquellenden Beständen dienen. Das umschreitet zentrale Bereiche der menschlichen Familie. Im Entertainment findet der Zeitgenosse den stärksten Auslauf für sein Bedürfnis nach Ablenkung. Aber auch hier liefert uns die Neubetrachtung bestimmter Bilder die Nähe des historischen Augenblicks. Das gilt etwa durchweg von den bejubelten Auftritten der Beatles bis zu dem ikonischen Bild, wo man die „Fabulous Four“ den Fußgängerstreifen der Abbey Road überqueren sieht auf dem Weg ins Studio. Die Fama und der einmalige Moment verbinden sich, auf dem Boden des Entertainments, zu einem Augenblick der Musikgeschichte.

News hingegen sind nicht nur Zufälligkeiten, die der Vulkan des Hier und Heute in die Luft schleudert, sichtlich ohne Steuerung. Der drei Jahre alte Aylan Kurdi, der im September 2015 am Strand von Bodrum in der Türkei tot aufgefunden wurde, war wie ein Weckruf an die bildübersättigte Gegenwart, in der oft das vertrackte Knäuel der Migration als Grund angegeben wird, nicht kraftvoller einzugreifen. Das sind Bilder, die Politik machen, Gleichgültigkeiten zum Einsturz bringen. Ähnliches galt 1984 von dem Foto des annähernd zwölfjährigen afghanischen Mädchens Sharbat Gula, in einem pakistanischen Flüchtlingslager aufgenommen, das uns mit seinen seegrünen Augen noch heute anschaut wie ein Memento der menschlichen Verlassenheit schlechthin.

Den Sport mag man im Kontext des Bildhorizonts als Teil des allgemeinen Entertainments rubrizieren. Wir unterbewerten damit aber, dass auch er zu den

möglichen Aha-Erlebnissen unseres Bewusstseins gehört und der Gesellschaft historische Momente des Mitleidens und Mitfeierns zu beschern vermag. Wer wird je Armin Hary vergessen können, wie er bei den Olympischen Spielen in Rom anno 1960 für die westdeutsche Mannschaft Gold auf der Kurzstrecke 100 Meter holte, eine Distanz, die in den Spielen danach an Jamaika oder die USA fiel wie im Dauerabonnement? Die Bilder von Bern 1954 erinnern uns jedes Mal von Neuem, wie eine gewonnene Fußballweltmeisterschaft dazu beitrug, dass die Deutschen sich wie zurückgekehrt vorkamen in den zivilisierenden Kreis des Homo ludens und seiner Höhenflüge. So wie – umgekehrt – der schultergebeugte Uwe Seeler 1966 den Rasen des Wembley Stadium verließ wie ein geschlagener Kriegsheld. Immer wieder vermag das Bild vom sportlichen Kampf uns zu faszinieren mit seiner mythischen Aura.

Ungewöhnlich, aber weitschauend ist, wie Moritz Hunzinger, neben Ulli Michel der neue CEO der action press AG, eine zusätzliche Serviceleistung des Unternehmens favorisiert, die der Nachfrage nach Bebilderung, wie sie täglich an eine Agentur mit ihren unerschöpflichen Fotomengen herangetragen wird, an entscheidender Stelle entgegenkommt. So offeriert actionpress nicht nur das jeweils gewünschte Foto, sie übernimmt auf Wunsch neben der Bildauswahl auch die Beschriftung von mehreren Seiten eines Magazins, wenn ein Thema nach Zusammengehörigkeit von Bild und Text ruft. Die Bedeutung der durchgehenden Beschriftung von Fotos hat zum ersten Mal Walter Benjamin in seinem bahnbrechenden Essay von 1935 hervorgehoben, „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit.“ Die „frei schwebende Kontemplation“ eines Bildes befriedigt manche Menschen nicht unbedingt – ihnen ist sie „nicht sehr angemessen“, schreibt Benjamin. Bilder „beunruhigen den Betrachter; er fühlt: zu ihnen muss er einen bestimmten Weg suchen. Wegweiser beginnen ihm gleichzeitig die illustrierten Zeitungen aufzustellen. In ihnen ist die Beschriftung zum ersten Mal obligat geworden.“

Es ist nur natürlich, wenn eine Bildagentur mit eigenen geschulten Redakteuren Hilfe anbietet auch bei der textlichen Gestaltung von Bildgeschichten. Das Tempo der Veränderung droht mehr und mehr Kenntnisse zuzuschütten, immer wichtiger wird daher, dass sich der erfahrene Texter findet, der die Hintergründe eines Fotos auszuleuchten weiß und damit der Bildwiedergabe ihre zukommende Treffsicherheit verleiht.

Wir begannen unseren Spaziergang durch die Welt des Bildes mit Alice, die sich gelangweilt fühlt mit einem Buch, aus dem ihre Schwester ihr vorliest – das Buch enthält ja überhaupt keine Bilder und Konversationen! Da erwacht das Mädchen plötzlich aus dem Halbschlaf seiner Langeweile, denn ein Kaninchen mit roten Augen erscheint ihm und lockt Alice hinab in das Kaninchenloch – und die Abenteuer im Wunderland heben an. Letztlich ist auch die Fotografie in ihren

besten Stücken eine Brücke zum Wunderbaren, das wir bei allen Details, aller Präzision der Wiedergabe nie aus dem Auge verlieren dürfen.

Thomas Kielinger

1940 als jüngstes von sechs Kindern in Danzig geboren, studierte Anglistik, Germanistik und Philosophie (M.A.) an den Universitäten Münster und Bochum sowie am University College Cardiff in Wales. 1970 wurde er Feuilleton-Redakteur bei der Tageszeitung „Die Welt“, die ihn später für acht Jahre als US-Korrespondenten nach Washington, D.C. schickte. Anschließend Chefredakteur der Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“, kam er 1998 erneut zur „Welt“, diesmal als Korrespondent in London, wo er seitdem lebt und arbeitet.

Die Universitäten Cardiff und das St. Mary College, London, erhoben ihn jeweils zum Honorary Fellow, der Buckingham Palast ehrte ihn mit dem Titel eines Ehrenoffiziers des Order of the British Empire (OBE), die Bundesrepublik mit dem Verdienstkreuz Erster Klasse. Für seine journalistische Arbeit erhielt er den Theodor-Wolff-Preis sowie den Carlo-Schmid-Preis.

Kielinger ist Erfolgsautor verschiedener Bücher zur britischen Geschichte, darunter Biografien über Elizabeth II. und Elizabeth I., während seine Lebensbeschreibung Winston Churchills zu einem Bestseller geworden ist.

- https://de.wikipedia.org/wiki/Thomas_Kielinger
- https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_Kielinger

Funke Mediengruppe tritt dem Regionalpresse-Netzwerk von action press bei

Hamburg, **13. Juli 2021** – Die Funke Mediengruppe vermarktet mit sofortiger Wirkung ihren regionalen Bild- und Video-Content über die „Regio-Group“, dem Regionalpresse-Netzwerk der action press international gmbh (Hamburg). action press international gmbh gehört zur action press AG (Frankfurt am Main).

Zur Funke Mediengruppe gehören 13 große deutsche Regionalzeitungen aus mehreren Bundesländern. Darunter die WAZ, die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung, die Westfälische Rundschau, die Thüringer Allgemeine (Erfurt), die Braunschweiger Zeitung, das Hamburger Abendblatt und die Berliner Morgenpost. Die tagesaktuellen Foto- und Videoproduktionen der Funke-Regionalzeitungen werden fortan von action press beworben und vertrieben. Damit stehen sie einem breiten Kundenkreis von Fernsehstationen und Verlagshäusern im In- und Ausland zur Verfügung. Das Regionalpresse-Netzwerk „Regio-Group“ von action press besteht mittlerweile aus 25 bundesweit ansässigen Regionalzeitungen und kann durch den Zugewinn des Mediencontents der Funke Mediengruppe weiter an Fahrt aufnehmen.

Die action press AG, deren Stammhaus 1970 gegründet wurde und die in 120 Ländern aktiv ist, baut ihr Portfolio weiter aus und erschließt sich mit den Regionalinhalten neue Märkte. Seit August 2020 leiten der bisherige Chef, Ulli Michel, und Professor Moritz Hunzinger (Frankfurt am Main) die action press AG gemeinsam. Täglich werden bis zu 18.000 Fotos von 3.700 Fotografen und 50 Partneragenturen aus 120 Ländern bearbeitet und nach höchsten redaktionellen Standards verschlagwortet. Mit 50 Millionen Fotos ist action press eine der größten Bilddatenbanken der Welt. Das Grundkapital der action press AG beträgt 22,05 Millionen Euro.

WKN: A2TSNU
ISIN: DE000A2TSNU7
LEI 5299002Y37DNOIMBMX46

Rückfragen:

- Ulli Michel: ulli.michel@actionpress.de, +49 172 253 73 03
- Prof. Moritz Hunzinger: moritz.hunzinger@actionpress.de, +49 171 60 333 20

Weblinks zu action press:

- <https://www.actionpress.de>
- https://de.wikipedia.org/wiki/Action_Press

action press international gmbh
Oehleckerring 9a-13
22419 Hamburg

action press AG
Wielandstraße 3
60318 Frankfurt am Main

action press AG: erfolgreiches Listing an der Börse Düsseldorf Erster Kurs: EUR 2,20
27. Mai 2021

DGAP-News: action press AG / Schlagwort(e): Börsengang
action press AG: erfolgreiches Listing an der Börse Düsseldorf Erster Kurs:
EUR 2,20

Frankfurt am Main, 27. Mai 2021. Die Aktien der action press AG (Frankfurt am Main) werden ab sofort im allgemeinen Freiverkehr der Börse Düsseldorf unter der WKN A2TSNU (ISIN DE000A2TSNU7) gehandelt. Zum Handelsstart wurde ein Kurs von EUR 2,20 festgestellt.

Seit 51 Jahren ist action press im deutschen Medienmarkt vertreten und hat sich in dieser Zeit auch international als führende Bildagentur etabliert. Weltweit gehört action press längst zu den größten Bilddatenbanken. Täglich bearbeitet action press zwischen 14.000 und 18.000 Fotos von 3.700 Fotografen und 50 Partneragenturen aus 120 Ländern.

Den Vorstand der action press AG bilden Professor Moritz Hunzinger (Frankfurt am Main) und Ulli Michel (Hamburg).

27.05.2021 Veröffentlichung einer Corporate News/Finanznachricht,
übermittelt durch DGAP - ein Service der EQS Group AG.
Für den Inhalt der Mitteilung ist der Emittent / Herausgeber verantwortlich.

Die DGAP Distributionsservices umfassen gesetzliche Meldepflichten,
Corporate News/Finanznachrichten und Pressemitteilungen.
Medienarchiv unter <http://www.dgap.de>

Sprache: Deutsch
Unternehmen: action press AG
Wielandstr. 3
60318 Frankfurt am Main
Deutschland
Telefon: +49 (0)69-15200320
E-Mail: moritz.hunzinger@actionpress.de
Internet: <https://www.actionpress-ir.de/>
ISIN: DE000A2TSNU7
WKN: A2TSNU
Börsen: Freiverkehr in Düsseldorf
EQS News ID: 1201656

Ende der Mitteilung DGAP News-Service

Ein Bild wie ein Krimi:

Diana Spencers TV-Interview aus 1995 wird enttarnt.

Essay von Thomas Kielinger, OBE zum 60. Geburtstag (1. Juli 2021)

Die Bilder kommen als Flut daher, wir öffnen morgens unsere mobilen Plattformen, um uns an den Bildern zu orientieren, was sich geändert hat im globalen Dorf. Das ist nicht nur metaphorisch gemeint, als Neugier auf die jüngsten Nachrichten. Die Schnelligkeit der elektronischen Übermittlung macht uns auch zu Zaungästen entlegendster Bilder vom aktuellen Zeitgeschehen, von einem Vulkanausbruch im östlichen Congo, Waldbränden in Kalifornien oder den Zerstörungen im Nahostkonflikt. Immer mehr wird das Bild zu *dem* Kommunikationsmittel der „family of man“, und ein Schatz an Bilder wie ihn die action press anbietet, unterstützt unser Gefühl, wir kennen uns aus in der Welt und der Zeitgeschichte.

Aber wie steht es um das Bild und seine Wirkung wirklich? Gewiss, wir können uns in den Anblick eines Bildes vertiefen und unser Gefühl, wo nötig, bis zum Mitgefühl steigern. Aber es bleibt ein Rätsel um jedes Abbild, und nicht umsonst mahnt das Alte Testament den Menschen, du sollst Dir kein Bildnis machen von Jahwe, deinem Gott. Auch nicht von einem anderen Menschen, wenn wir's genau nehmen. Denn uns ein Bild machen wäre wie ein Eingriff in seine Rätselhaftigkeit, eine Verletzung seiner tiefen Würde.

Trotzdem halten wir uns nicht daran. Denn zum Wohlgefühl in unserer Haut gehört auch das Gefühl, wir kennen die Menschen um uns, auch die anderen, die Pappenheimer, wie wir es manchmal zungeschnalzend formulieren. In einer von Bertold Brechts „Geschichtern vom Herrn Keuner“, wird dieser Herr Keuner gefragt: „Was tun Sie, wenn Sie einen Menschen lieben?“ „Ich mache einen Entwurf von ihm“, sagte Herr Keuner, „und Sorge, dass er ihm ähnlich wird.“ „Wer? Der Entwurf?“ „Nein“, sagte Herr Keuner, „der Mensch.“ Genau: Wir machen uns ein Bild vom anderen Menschen und gehen heimlich davon aus, dass wir uns nicht geirrt haben, dass der oder die Andere diesem unseren Dafürhalten entspricht. Sich vertraut fühlen im Leben heißt eben auch, vertraut zu sein mit den Bildern, die wir von anderen Menschen in uns tragen, sowohl von

ihrem fotografischen Abbild wie auch von dem Bild, das wir uns von ihnen machen.

Ein falsches Bild dominierte die Schlagzeilen um Lady Di

Und hier rückt Lady Di ins Bild, die unvergessene Prinzessin von Wales, Diana Spencer, die erste Ehefrau von Prinz Charles, dem britischen Thronfolger. Ihr Tod, ihr Schicksal erschütterten einst eine ganze Welt. Aber was zuletzt ans Licht getreten ist, erschüttert uns heute erneut, weil es uns vor Augen führt, wie wenig wir manchmal den Bildern trauen dürfen, die wir uns von einem bestimmten Moment der Geschichte machen und von der zentralen Figur darin, in diesem Fall der Prinzessin von Wales.

Ein ungeheurer Medienskandal ist durch einen offiziellen Untersuchungsbericht enthüllt worden, ein Skandal nicht etwa begangen von den üblichen Verdächtigen, den Tabloids, dem Boulevard, den Leichtgeschürzten des publizistischen Gewerbes. Nein, niemand anderes als die BBC, der Heilige Gral von Vertrauenswürdigkeit, hatte sich an der unglücklichen Diana gleichsam vergangen: Martin Bashir, junge 33 Jahre alt und Reporter der BBC, hatte sich mit allen Tricks der Hinterlist in das Vertrauen der Prinzessin eingeschmeichelt und sie im November 1995 zu einem Fernseh-Interview überredet, das Geschichte machen sollte.

Darin schüttete Diana ihre Verachtung für den Hof und seine Machenschaften gegen sie aus. Wie grausam sie sich behandelt fühlte in dem Labyrinth fehlender ehelicher Liebe: „Es gab Drei in unserer Ehe. Es war also ein bißchen eng“. Und Charles, ihren noch-Ehemann und künftigen König, qualifizierte sie rundum als untauglich ab für den Thron. Seither hatte die Welt ein Bild von Diana als dem Inbegriff verschmähter Liebe, immer wieder wurde das englische Dichterwort zitiert: „Die Hölle kennt keinen schlimmeren Furor als eine verschmähte Ehefrau“. Manipulatives Verhalten warf man Diana vor, die ihrererseits, wie ihr Mann schon ein Jahr zuvor, sich zum Ehebruch bekannte.

Das Bild aus dem Interview, Dianas Rehaugen, tränenumflort, schien den strafenden Engel zu verbergen, der den TV-Auftritt zum Anlass

nahm, sich an ihren Gegnern zu rächen. Kurzum: Kein gutes Bild einer Frau, die ansonsten viele Sympathien auf ihrer Seite wusste.

Jetzt aber erfahren wir: Das geschilderte Bild wurde von dem Reporter hervorgekitzelt, heraufbeschworen, durch gezielte Gespräche, die er im Voraus mit Diana führte, und in denen er Lügen über Lügen auftischte über angebliche royale Komplotte gegen sie, und wie der Hof und ihr Mann sie offenbar loswerden wollten und sie auf Schritt und Tritt verfolgten und abhören ließen. So wie Sexualtäter ihre oft jungen Opfer „groomen“ und vertrauensselig machen, so unterminierte Martin Bashir die letzte Stabilität der 34jährigen Diana und machte sie gefügig für das Gift, das er in sie hineinräufelte. Entsprechend wuchsen bei ihr Ingrimm und Rache, und der TV-Auftritt kam ihr gerade recht.

Aber er war Fake, so fake wie das Bild einer ringsum austeilenden überreizten Frau. Die Vorgespräche zwischen Diana und dem Reporter hätten nie sein dürfen, denn sie schufen den Anlass für eine Interview und seine traurige charakterliche Entblößung. Auch die Ehe zwischen Charles und Diana war nun endgültig unheilbar zerrissen, keine Versöhnung mehr denkbar, sodass die Queen sich bemüßigt fühlte, beiden die Scheidung zu empfehlen.

Winston Churchill und die Rätselhaftigkeit der Bilder

26 Jahre sind vergangen, ehe die Wahrheit über das legendäre BBC-Interview mit Diana Spencer ans Tageslicht gelangt ist und wir begreifen, wie der Mensch in seiner Gutgläubigkeit missbraucht, in seiner tiefen Würde verletzt werden kann.

Dies Beispiel zeigt mir, wie zurückhaltend wir urteilen müssen in der Welt der Bilder, in der wir leben, denn es herrscht oft ein Widerspruch zwischen Oberfläche und Hintergrund, und es kann lange dauern, 26 Jahre in diesem Fall, ehe die Wahrheit, das wirkliche Abbild entschlüsselt wird.

Prof. Moritz Hunzinger und Ulli Michel, die Chefs der an der Düsseldorfer Börse gelisteten action press AG, werden wissen, dass sie nicht nur über einen faszinierenden Fundus an Bildern verfügen,

sondern auch über ein Reservoir an potenziellen Geheimnissen, die uns jeden Tag mit neuen Enthüllungen überraschen können.

Mir fällt immer ein, wie Churchill sich in einer Radioansprache im September 1939, als England und Frankreich Deutschland gerade den Krieg erklärt hatte, Gedanken machte über Moskau, und wo die Sowjetunion überhaupt stünde in all dem Tumult, als Vertragspartner des deutschen Diktators, der sie damals war. Churchill konnte sich einfach kein Bild von der sowjetischen Position machen – das Land komme ihm vor wie ein „riddle inside an enigma wrapped in a mystery“, „ein Rätsel innerhalb eines Enigmas, das in ein Geheimnis eingewickelt ist.“ Sein Genie spielte gerne mit dem Reichtum sprachlicher Ausdrucksformen. Dabei traf er den Nagel auf den Kopf, was uns bei einem Bild oft entgeht: ein Rätsel, ein Enigma, ein Geheimnis.

Thomas Kielinger für action press
2. Juni 2021

Thomas Kielinger

1940 als jüngstes von sechs Kindern in Danzig geboren, studierte Anglistik, Germanistik und Philosophie (M.A.) an den Universitäten Münster und Bochum sowie am University College Cardiff in Wales. 1970 wurde er Feuilleton-Redakteur bei der Tageszeitung „Die Welt“, die ihn später für acht Jahre als US-Korrespondenten nach Washington, D.C. schickte. Anschließend Chefredakteur der Wochenzeitung „Rheinischer Merkur“, kam er 1998 erneut zur „Welt“, diesmal als Korrespondent in London, wo er seitdem lebt und arbeitet.

Die Universitäten Cardiff und das St. Mary College, London, erhoben ihn jeweils zum Honorary Fellow, der Buckingham Palast ehrte ihn mit dem Titel eines Ehrenoffiziers des Order of the British Empire (OBE), die Bundesrepublik mit dem Verdienstkreuz Erster Klasse. Für seine journalistische Arbeit erhielt er den Theodor-Wolff-Preis sowie den Carlo-Schmid-Preis.

Kielinger ist Erfolgsautor verschiedener Bücher zur britischen Geschichte, darunter Biografien über Elizabeth II. und Elizabeth I., während seine Lebensbeschreibung Winston Churchills zu einem Bestseller geworden ist.

- https://de.wikipedia.org/wiki/Thomas_Kielinger
- https://en.wikipedia.org/wiki/Thomas_Kielinger