

# Vor 75 Jahren nahm die APA ihren Betrieb auf

**Am 1. September 1946 liefen die ersten APA-Meldungen über den Nachrichten-Ticker. Heute verbreitet die APA im Tagesschnitt rund 500 Meldungen in allen Formaten.**

Wien, 1. September 2021 – Vor 75 Jahren wurde die APA – Austria Presse Agentur gegründet: **Am 1. September 1946 nahm die Nachrichtenagentur ihren Betrieb auf.** Die allererste Meldung wurde im Wirtschaftsressort ausgegeben. Damals wurden Nachrichten noch über endlose Streifen des sogenannten Hell-Schreibers an die Medien des Landes verteilt, heute werden APA-News in „Realtime“ via Computer und Smartphones verbreitet.

Aus der APA wurde der führende elektronische Informationsprovider des Landes. Die Geschichte der APA-„Vorläuferinnen“ begann freilich schon in der Monarchie. 1849 gründete Joseph Tuvora mit der „Österreichischen Correspondenz“ die erste Nachrichtenagentur in Österreich, die als privates Unternehmen dennoch weitgehend unter staatlichem Einfluss stand. 1859 wurde die „Österreichische Correspondenz“ in das „k.k. Telegraphen Korrespondenz Büro“ umgewandelt. Dieses Konstrukt sollte bis 1922 existieren. Die Agentur stand ebenso wie das Nachfolgeunternehmen „Amtliche Nachrichtenstelle“ (ANA) unter staatlicher Leitung. Die ANA wurde in den Jahren 1938 bis 1945 in die „Zweigstelle Wien“ des in Berlin ansässigen „Deutschen Nachrichten Büros“ umgewandelt und für Nazi-Propagandazwecke missbraucht.

**1946 erfolgte auf Initiative der Alliierten die Gründung der Austria Presse Agentur als privatwirtschaftliche Genossenschaft im Eigentum der Tageszeitungen.** Zur Unabhängigkeit der APA kam es damals nur auf „Druck von außen“, nämlich seitens der Alliierten gemeinsam mit den Nachrich-

tenagenturen Reuters und AP. Die österreichische Regierung war damals gegen eine unabhängige Nachrichtenagentur. **Die APA ist heute eine von weltweit nur rund 20 bis 25 unabhängigen Nachrichtenagenturen**, der große Rest befindet sich unter staatlicher Kontrolle.

Am 1. September 1946 nahm die APA im Gebäude der Wiener Börse die Arbeit auf. Zu Beginn verfügte die Agentur über eine Auslands-, eine Inlands-, eine Wirtschafts- und eine Sportredaktion. Andere Themenkreise wurden zunächst „mitbehandelt“. Die Kulturredaktion entstand 1957, ein eigenes Chronikressort gibt es seit 1983. Die Bildredaktion wurde 1985 ins Leben gerufen, die Grafik erblickte als eigenes Ressort 1994 das Licht der Welt.

Von 1970 bis 2005 war die APA im Internationalen Pressezentrum in der Gunoldstraße 14 in Wien-Döbling untergebracht. **Im August 2005 erfolgte der Umzug in einen der modernsten und größten Newsrooms Kontinentaleuropas an den Naschmarkt in Wien-Mariahilf.** Im Corona-Jahr 2020 transferierte die APA viele ihrer Leistungen ins Digitale. Wegen der Zunahme von Fake News wurde der Bereich Faktencheck gestärkt.

Während in der Anfangszeit das Tagesaufkommen bei rund 100 bis 150 Meldungen lag, werden 75 Jahre später **täglich an die 500 Meldungen, mehr als 1.000 Fotos sowie zahlreiche Videos und Infografiken** zu Themen aus Österreich und der Welt produziert. Die APA stellt mit ihren Nachrichten und multimedialen Angeboten Tageszeitungen, Radio und Fernsehen, aber auch Online-Diensten und Zeitschriften sowie politischen Organisationen und Wirtschaftsunternehmen den Rohstoff für deren tägliche Arbeit zur Verfügung. **Sie erbringt damit für die österreichische Gesellschaft eine zentrale Infrastrukturleistung auf dem Sektor der Information.** Die APA erfüllt diese Aufgabe nach den Grundsätzen Zuverlässigkeit, Schnelligkeit und Ausgewogenheit und hat damit die Funktion eines „Public Service“, weil der Anspruch erhoben wird, zuverlässig, objektiv, umfassend und zeitnah zu berichten. In privatem Auftrag wird eine „öffentliche Aufgabe“ erfüllt.

Die gesamte APA-Gruppe besteht mittlerweile nicht nur aus mehr als 500 ständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sondern auch aus mehre-

ren erfolgreichen Tochter-Unternehmen: APA-OTS und APA-DeFacto treten am Markt seit 2019 gemeinsam als APA-Comm auf. Darüber hinaus existieren die Tochterunternehmen APA-IT, IT-Supporter der österreichischen Nachrichtenagentur sowie zahlreicher weiterer (Medien-)Unternehmen, die Bildagentur APA-PictureDesk und der international erfolgreiche CMS- und Portal-Hersteller Gentics Software. Dazu kommt eine 30-Prozent-Beteiligung an der Schweizer Nachrichtenagentur KEYSTONE-SDA-ATS AG, womit die APA größter Aktionär ist.

Neben der Arbeit im Nachrichtenjournalismus fungiert die APA als **Anbieter von Datenbanken** – vom APA-Basisdienst über internationale Nachrichtenagenturen, Zeitungen und Zeitschriften aus Österreich, Deutschland, der Schweiz bis zu den wichtigsten ORF-Nachrichtensendungen sowie relevanten Web- und Social Media-Inhalten – und ist damit auch eines der größten **Medienbeobachtungsunternehmen** des Landes. Mit dem OTS Originaltext-Service als größtem heimischen **Verbreiter von multimedialen Presseaussendungen** bietet die APA darüber hinaus eine Plattform für den öffentlichen Diskurs. 2017 startete die von der APA betriebene Austria Videoplattform (AVP) als professionelle Drehscheibe für den **Austausch von News-Videos** heimischer Medienhäuser. Angeboten werden weiters **innovative technische Dienstleistungen**.

Genossenschaftler bzw. Eigentümer sind die österreichische Tageszeitungen „Kurier“, „Kleine Zeitung“, „Österreich“, „Oberösterreichische Nachrichten“, „Salzburger Nachrichten“, „Der Standard“, „Tiroler Tageszeitung“, „Die Presse“, „Vorarlberger Nachrichten“, „Neues Volksblatt“, „Neue Vorarlberger Tageszeitung“, „Wiener Zeitung“ sowie der ORF. Durch das Genossenschaftsprinzip trägt die APA zur Medienvielfalt in Österreich bei. Die APA erwirtschaftete 2020 einen Umsatz von 67,81 Millionen Euro. Das Konzernergebnis (EGT) betrug 3,72 Millionen Euro.

## APA im Jubiläumsjahr: Digitalstrategie und Unabhängigkeit

Wie zur Gründung wird auch im Jubiläumsjahr das Wertesystem Verlässlichkeit, Schnelligkeit, Ausgewogenheit sowie Transparenz und Unabhängigkeit hochgehalten. Eine Digitalstrategie soll den Weg in die Zukunft weisen.

Kaum ein Ereignis wirkte sich seit Bestehen der APA so stark auf deren Geschicke aus wie die Coronapandemie. Clemens Pig, geschäftsführender Vorstand der APA, erachtet sie als „Durchstartknopf“ für die Digitalisierung. „Als redaktionelles und technologisches Infrastruktur-Unternehmen kommt der APA in dieser lang andauernden Ausnahmesituation eine ganz spezifische Rolle zu: als **Innovations- und Digitalhub für die Medien- und Kommunikationsindustrie in Österreich**; und als Grundversorger der Medien mit ‚true und unbiased news‘“, meinte er im Gespräch mit der APA. Wie das Unternehmen diese Aufgaben bewältigt habe, mache ihn stolz: „Wir haben eindrucksvoll bewiesen, dass die APA aus publizistischer Sicht ein wesentliches Werkzeug der österreichischen Demokratie ist und aus unternehmerischer Sicht ein unverzichtbares Werkzeug der Medien.“

Auch wenn die APA als „Schweizer Messer in der Medien-Digitalisierung“ prinzipiell gut aufgestellt sei, müsse man sich mit einer **Digitalstrategie mit den Schwerpunkten Digital Workplace, Digital Platforms und Digital Business** weiterentwickeln, um die sich deutlich wandelnde Mediennutzung gut bewältigen zu können. Derzeit wolle man noch besser verstehen, wie Userinnen und User Medien im digitalen Raum nutzen. „Wesentlicher Hebel dafür kann das Thema Daten sein. Wir wollen ein gemeinsames Verständnis am Medienmarkt für das Datenthema“, so Pig.

Alle Unter-30-Jährigen in der APA wolle man zudem mit Führungskräften zusammenbringen, um zuzuhören und die Bedürfnisse junger Mediennutzerinnen und -nutzer zu verstehen. Denn auch wenn die APA kein Opa mit Rauschebart ist, ist sie auch kein Berufsjugendlicher mit Sneakers.

„Ich würde sagen, die APA ist eine schicke Anfangsvierzigerin – selbstbewusst und sich ihrer Stärken bewusst, zugleich durchaus veränderungswillig“, skizzierte Geschäftsführerin Karin Thiller.

Derzeit wird an einer **modernen Newsplattform für den professionellen Kommunikationsmarkt** gearbeitet, die alle Inhalte der APA umfasst und mobil optimiert ausspielt. Zudem entwickelt die Nachrichtenagentur gemeinsam mit Österreichs Medien eine **Log-in-Allianz**, die es ermöglichen soll, mit einer User-ID Inhalte medienübergreifend zu nutzen. Die Digitalstrategie befasst sich auch mit der eigenen täglichen Arbeit. **„Viele derzeit noch manuelle Arbeitsschritte werden auf absehbare Zeit KI-unterstützt oder (teil-)automatisiert ablaufen.** Diese Themen werden uns noch lange begleiten. Zum Glück sind wir in der Agentur Marathonläuferinnen und -läufer“, sagte Pig. Ebenfalls Thema bleibe die Diversität im Unternehmen, „um die Vielfalt der Gesellschaft abzubilden“, meinte Thiller.

Dass die APA als eine von nur rund 20 weltweit unabhängigen Nachrichtenagenturen als „unabhängiger Leuchtturm“ gesehen werde, sei wichtiger denn je. „Auf überhitzten Kommunikationsmärkten, wo es so viele Plattformen, Meinungen und Polarisierungen gibt, steigt die Notwendigkeit einer unabhängigen Nachrichtenagentur“, so Pig und verweist auf redaktionelle Innovationen wie die zuletzt vom International Fact Checking Network (IFCN) zertifizierte Verification-Abteilung der APA.

„Richtige, glaubwürdige und vertrauenswürdige Information ist seit der Gründung 1946 unser Kerngeschäft und die DNA unserer journalistischen Arbeit“, erklärte APA-Chefredakteur Johannes Bruckenberger anlässlich des Jubiläums. „„True and unbiased news‘ war das hehre Ziel, das uns unsere Gründungshelfer Reuters und AP mit auf den Weg gaben. Weniger pathetisch ausgedrückt bedeutet es die **objektive Suche nach den Fakten und der bestmöglichen Version der Wahrheit.** Im Zeitalter der Desinformation ist diese Aufgabe wichtiger denn je“, findet Bruckenberger.

Die Antwort auf Desinformation und Parteilichkeit könne nur der Fokus auf journalistische Tugenden sein. „Abstand halten, nicht vereinnahmen lassen. Faktenbasierte Recherchen unparteilich einordnen – check, re-

check, double-check. Wesentliches vom Unwesentlichen trennen. Unbotmäßigen Interventionen nicht nachgeben, aber transparent und angstfrei mit eigenen falschen Einschätzungen und Fehlern umgehen.“ Dort, wo sie unabhängig vom Staat agieren können, sicherten sie den „free flow of information“. Eine Aufgabe, die nach Ansicht des Chefredakteurs nie endet. „Die liberale Demokratie braucht unabhängige Medien mehr denn je – als Gegengewicht zur Desinformation und letzte gesellschaftliche Klammer für eine polarisierte Öffentlichkeit. **Eine freie Presse braucht unabhängige Nachrichtenagenturen wie die APA.**“

75

### **Rückfragehinweis**

Petra Haller

Unternehmenssprecherin,  
Leiterin Unternehmenskommunikation

APA – Austria Presse Agentur

+43 1 360 60-5710

[petra.haller@apa.at](mailto:petra.haller@apa.at)

Laimgrubengasse 10

1060 Wien

**Presseinformation „Rückblick & APA heute“** – digital abrufbar unter  
[www.apa.at/presse-75](http://www.apa.at/presse-75)