

Editorial

Das andere Wunder von Bern
Aus, vorbei, zu Ende. Die Euro08 in der Schweiz und Österreich ist Geschichte. Drei Wochen lang drehte sich (fast) alles um König Fussball. Es gab Begeisterung und Enttäuschung, Jubel und Trauer, Lachen und Tränen. Die beiden Länder zeigten sich als die gewohnt professionellen Gastgeber – nicht mehr und nicht weniger. Sie überliessen Sieg und Ehre den Gästen. Und es waren auch die Gäste, welche die Euro08 zum Erlebnis machten, zum Beispiel indem sie Bern in Oranje tauchten. Länger als die Sieger werden diese Bilder in Erinnerung bleiben – ein anderes Wunder von Bern.

Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Mitgearbeitet an dieser Ausgabe haben:

Bernard Maissen (SDA); Winfried Kösters (SDA); Esther Käser (SDA); Christian Zingg; (SDA); Peter Lerch (Si); Andrea Menken (na); Christina Mertsch (na); Tomlin Schreiber (AWP); Fritz Reust, MINDS-CH
Koordination: Therese Hirsbrunner; Bilder: Keystone



Leitartikel

Hart am Ball - rund um die Uhr

Der Schweizer Auftritt an der EURO 08 war nach acht Tagen beendet – die SDA hingegen blieb hart am Ball, bis zum Abpfiff des letzten Spiels. Drei Wochen lang, rund um die Uhr.

Als 1960 die erste Fussball-EM in Frankreich ausgetragen wurde, verzichtete die Schweiz auf eine Teilnahme: Dieser Anlass habe sowieso keine Zukunft. 48 Jahre später stieg das Fussballfieber von Bodensee bis Lac Lemman in nie gekannte Dimensionen – die Schweiz lud zusammen mit Österreich zur EURO 2008, dem mittlerweile drittgrössten Sportevent der Welt. Alle Augen waren auf die beiden Gastgeberländer gerichtet – und damit auch auf ihre nationalen Nachrichtenagenturen SDA und APA.

Für beide Agenturen begann der Countdown am 12. Dezember 2002, als der Europäische Fussballverband (UEFA) den Ausrichter des Turniers bestimmte. Zunächst standen politische Debatten und die logistischen Vorbereitungen im Zentrum der Berichterstattung. Die „heisse Phase“ wurde am 2. Dezember 2007 mit der Gruppenauslosung eingeläutet.

Angesichts des grossen Medieninteresses lieferte die SDA bereits ab Dezember Hintergrund-Pakete mit allen möglichen Aspekten des Turniers. Nicht nur „klassische Themen“ wie Sicherheit und Verkehr fanden Eingang in den SDA-Dienst, sondern ebenso kulturelle und wirtschaftliche Aspekte und „soft news“ aller Art.

Für die Endrunde selber verstärkte die SDA-Redaktion in allen Sprachen ihre Dienststrukturen und berichtete rund um die Uhr live. Das erwies sich als gewaltige Herausforderung, denn „der Rest der Welt“ stand ja nicht still. Während Zehntausende Holländer auf dem Bundesplatz ihre Party feierten, hielten die Eidg. Räte ihre Sommersession ab – die SDA hat über beides



ausführlich berichtet.

Bei der Berichterstattung aus allen EURO-Städten und den übrigen, ebenfalls fussballinfizierten Regionen konnte die SDA ihre starke regionale Verankerung ausspielen. Unsere Regionalredaktionen waren beim Fussballfest hautnah dabei. Stimmungsbilder aus den übrigen Landesteilen ergänzten die Berichterstattung. Die Zentrale in Bern koordinierte das Geschehen, lieferte Zusatzgeschichten und verfolgte mit Hilfe von APA die Ereignisse in Österreich.

Die SDA spielte aber auch ihre Unabhängigkeit aus. So fand der SDA-Hintergrund über zensurierte Fernseh-Bilder internationale Beachtung.

Die EURO 2008 ist Geschichte. Und die SDA zieht – ganz nüchtern, wie es sich für eine Agentur geziemt – eine Bilanz in Zahlen: In den drei Sprachdiensten wurden seit 2002 rund 4300 Meldungen zur Fussball-EM verbreitet. Allein im Juni 2008 lieferte die SDA über 1100#News, Reportagen und Hintergründe und ermöglichte den Kunden damit die publizistische Grundversorgung des Anlasses.

Christian Zingg, Ressortleiter Ausland

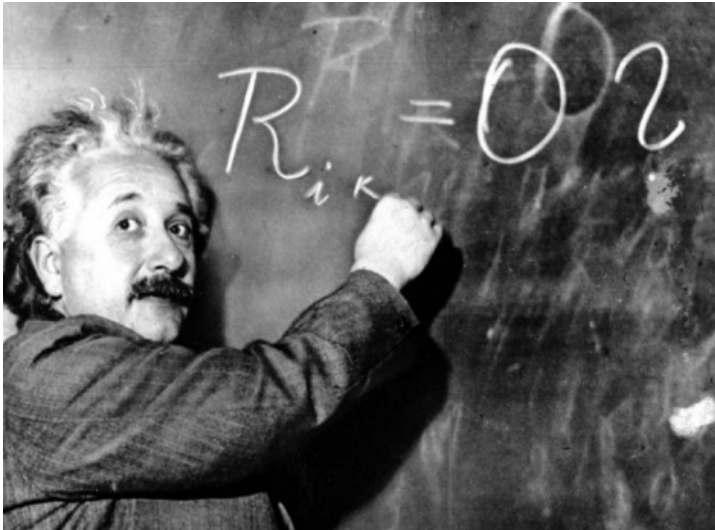


Abb. 1: Physiker Prof. Dr. Albert Einstein, Begründer der Relativitätstheorie

sda

SDA gründet eigene Wissenschaftsredaktion

Wissenschaftsthemen stossen in den Medien auf wachsendes Interesse. Zugleich schlummert in den Schweizer Universitäten ein Potenzial an Themen, die journalistisch aufbereitet einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden sollten.

Seit mehreren Jahren hat die SDA nach Mitteln und Wegen gesucht, um diesem Bedürfnis der Medien gerecht zu werden. Nunmehr ist uns ein Durchbruch gelungen. Im Spätsommer 2008 nimmt die neu geschaffene Wissenschaftsredaktion der nationalen Nachrichtenagentur ihren Betrieb auf.

Der Aufbau der Wissenschaftsredaktion bei der SDA erfolgt in enger Zusammenarbeit mit der Rektorenkonferenz der Schweizer Universitäten (CRUS). Die Finanzierung teilen sich die CRUS und die SDA, wobei die CRUS zwei Drittel der Kosten übernimmt.

Inhaltlich wird der SDA-Wissenschaftsdienst die zentralen Themen aus Wissenschaft und Forschung abbilden. Der Dienst will Fakten darstellen, Themen vertiefen sowie Zusammenhänge und Auswirkungen aufzeigen. Der Denkplatz Schweiz soll dabei im Zentrum stehen.

Zu diesem Zweck wertet die SDA-Wissenschaftsredaktion die Informationen der Schweizer Universitäten und Hochschulen anhand journalistischer Kriterien aus. Die Nachrichtenproduktion erfolgt auf Basis der redaktionellen Richtlinien der SDA.

Die Meldungen aus dem Inland werden ergänzt durch Nachrichten aus dem Ausland. Die Redaktion stützt sich dabei auf internationale Wissenschaftsdienste ab. Im Vordergrund stehen die Angebote der Partneragenturen DPA und AFP, aber auch die Inhalte von Drittanbietern.

Die SDA stellt während der Woche einen laufenden Feed mit Wissenschaftsmeldungen zusammen. An den Wochenenden erfolgt die Berichterstattung je nach Nachrichten-Input. Der Wissenschaftsdienst wird in deutscher und französischer Sprache angeboten.

Die SDA schafft für die Wissenschaftsmeldungen in beiden Sprachen einen eigenen Ressort-Code - swd steht für Schweizer Wissenschaftsdienst und sis für Service suisse d'information scientifique.

Für die SDA-Kunden fallen keine zusätzlichen Kosten an. Die Meldungen werden im SDA-Basisdienst verbreitet. Der Dienst ist allen Medien zugänglich, die den SDA-Dienst abonniert haben. Die SDA steht damit einmal mehr im Dienste ihrer Kunden. Die Kunden erhalten einen Mehrwert ohne zusätzlichen Aufwand.

Winfried Kösters, \n Redaktionsleiter Deutsche Redaktion

sda

Geschäftsbericht 2007

Das Geschäftsjahr 2007 der SDA-Gruppe verlief sehr erfreulich. Sowohl im SDA-Stammhaus wie auch in der zu konsolidierenden Tochtergesellschaft Sportinformation Si AG konnten Betriebs- und Unternehmungsergebnisse erzielt werden, die wiederum deutlich über den budgetierten und den Vorjahreswerten lagen. Gleiches gilt auch für die at-equity zu erfassenden Beteiligungsgesellschaften news aktuell (Schweiz) AG und AG für Wirtschaftspublikationen AWP.

Das Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) konnte um CHF 805'000 auf neu CHF 3'507'000 gesteigert werden, was einer Zunahme um 29.8% (Vorjahr plus 18.6%) entspricht. Das Betriebsergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) resultierte bei CHF 2'422'000, was mehr als einer Verdreifachung des Vorjahreswertes (CHF 707'000) gleichkommt.

Prägendes Ereignis im 2007 war, dass die Angebotspalette um einen Bilderdienst erweitert werden konnte. Im Dezember 2007 konnten gemeinsam mit der österreichischen Nachrichtenagentur APA die Verträge zur Übernahme der Keystone unterzeichnet werden. Nach Abschluss der Transaktionen wird die SDA 40% an Keystone halten. Die Einbindung der Keystone in die SDA-Gruppe hat nun oberste Priorität.

Der Ausblick auf das Geschäftsjahr 2008 ist zuversichtlich, obschon nicht mehr mit so starken Zuwachsraten in Umsatz und Ertrag gerechnet werden darf. Die ersten Monate des neuen Geschäftsjahrs zeigen jedoch, dass man auf Kurs ist. Die Anstrengungen sind weiterhin darauf ausgerichtet, die Kundenbasis zu stabilisieren, weiter auszubauen und durch sinnvolle Strukturen und Nutzung von Synergien die Kosten im Griff zu behalten.

Esther Käser, \n Abteilungsleiterin Finanzen & Controlling



Abb. 1: Letzte Vorbereitungen

Abb. 2: Press Center MPC

Si

Si in Olympia-Form

Der Schlusspfiff der EURO 2008 ist noch kaum verhallt, da geht die Produktion auf Hochtouren für die Sportinformation bereits wieder weiter. Am 8. August (es wurde bewusst der Achte Achte Nullacht gewählt) werden die Olympischen Spiele in Peking mit einer gigantischen Feier eröffnet werden. Bis dorthin bleibt für die Mitarbeiter der Sportnachrichtenagentur kaum Zeit zum Verschnaufen.

Schon vom 21. Juli an wird die Si in den Redaktionen in Zürich und Genf ihren Kunden umfangreiches Vorschau-Material zur Verfügung stellen. Jede der zahlreichen Sportarten, die insgesamt mehr als 300 Medallensätze abwerfen, soll gemäss der ihr in der Schweiz zukommenden Bedeutung vorgestellt werden. Gewichtheben, Taekwondo und Baseball werden dabei deutlich weniger Raum beanspruchen als die Sportarten, in denen die Delegation der Swiss Olympic Association ihre Protagonisten stellt. Erwähnt seien Stars und Hoffnungsträger wie Roger Federer, Fabian Cancellara und Viktor Röhlin.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Si verfügen über eine breite generelle Kenntnis in den wichtigen Sportarten, sie sind andererseits jedoch auch als Fachleute auf einzelne Sportarten spezialisiert. Das Wissen und die Beziehungsnetze ermöglichen der Si eine profunde Berichterstattung mit Hintergrund-Informationen, wie sie die Kundschaft und letztlich auch die Leserinnen und Leser erwarten. Alle Disziplinen der selektionierten Schweizer Athletinnen und Athleten werden vor Ort in Peking (für die Reitsport-Veranstaltungen in Hongkong) von den Si-Leuten eng begleitet werden. Den Redaktionen der Schweizer Zeitungen erlaubt dies, ihre eigenen Reporter auf ausgewählte Schwerpunkt-Themen anzusetzen. Der breite Teppich der Informationen wird von der Si ausgerollt werden.

15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden für die Si in China im Einsatz stehen. Im riesigen Main Press Center (MPC) in Peking wird die Si die schon fast traditionelle Bürogemeinschaft mit Swiss Olympic und den "Swiss Media Meeting Point" unterhalten. Es ist ein beliebter Treff für alle Schweizer Medienleute.

Die Si-Crew in Peking wird der Olympia-Stoff weitgehend selbst abhandeln, die Redaktionen in Zürich und Genf werden durch das übrige Sportgeschehen während Olympia ausgelastet sein. Dank der günstigen Zeitverschiebung von sechs Stunden werden die Si-Kunden das komplette Material täglich bis etwa 18 Uhr bekommen. Daneben wird

die Si auch in den schnellen Medien wie Online und WAP einen umfassenden Service anbieten. Ein permanenter Live Ticker wird das Herzstück dieses Angebots sein. Es ist eine attraktive Mixtur von Liveberichten sowie Kurzzusammenfassungen von Highlights und Vorschauen.

Peter Lerch, Sportinformation Zürich



Abb. 1:

na

Damit die richtigen Meldungen ankommen

Unternehmen, Verbände, Parteien und Behörden arbeiten mit der Journalistendatenbank MEDIAtlas von news aktuell, um ihre Medienverteiler stets aktuell zu halten. Redaktoren, die in ihrem journalistischen Alltag auf aktuelle Medieninformationen angewiesen sind, können sich mit ihren Themenschwerpunkten selbst in den MEDIAtlas eintragen.

Die Angaben in der Datenbank umfassen Kontaktdaten wie Post- und E-Mail-Adresse, Telefon- und Faxnummer. Darüber hinaus bildet der MEDIAtlas Redaktionsprofile ab und führt die Fachgebiete der einzelnen Journalisten auf. So können Mediensprecher und Kommunikationsfachleute ihre Meldungen gezielt auf die Themen der Journalisten und Redaktionen abstimmen. Ein vielköpfiges Rechercheteam aktualisiert laufend die bestehenden Daten und recherchiert regelmässig neue Kontakte. Redaktoren können sich aber auch jederzeit selbst akkreditieren. So erhalten sie genau die Meldungen, die sie interessieren.

Dominik Lauck ist freier Journalist und hat sich kürzlich aus eigener Initiative in den MEDIAtlas eingetragen. Für ihn bietet die Präsenz in der Datenbank mehrere Vorteile: „Dadurch, dass man angeben kann, in welchem Fachgebiet man schreibt oder welche die bevorzugte Belieferungsart ist, erhalten Journalisten nur Presseinformationen aus dem gewünschten Bereich und auf dem jeweils optimalen Weg. Ausserdem sind die Kontaktdaten in einer solchen Datenbank öffentlich sichtbar – ein wichtiges Kriterium, wenn man bei den Pressestellen und PR-Agenturen als Ansprechpartner präsent sein will“, so Lauck weiter.

[Registrierung für Journalisten](#)

[Informationen über den MEDIAtlas](#)

Andrea Menken, Marketing Managerin, news aktuell



Abb. 1: Sportmeldungen auf Mobile Magazines

MINDS-CH

Erfolgsmodell: Mobile Magazines rund um die Fussball-Europameisterschaft

Mobile Magazines, also für mobile Endgeräte konzipierte und aufbereitete News-Formate, stehen neben der Lieferung von massgeschneiderten Inhalten für mobile Endgeräte im Mittelpunkt der geschäftlichen Ausrichtung von MINDS-CH. MINDS-CH nutzte die Gelegenheit, das von ihr bevorzugte Format in der Praxis zu testen.

MINDS-CH hatte von Orange Communications SA den Auftrag erhalten, für die EURO 2008 eine Minisite zu gestalten, die alles sportlich Wissenswerte um den Grossanlass thematisiert. MINDS-CH hat die Seite mit den für die Schweiz lizenzierten Publishing-Tools GoMedia und NewsEditor von MoMac realisiert und ständig aktualisiert.

Die Aufgabe war nicht ganz ohne – erfolgte der Auftrag doch lediglich zwei Monate vor dem Start der Europameisterschaft in der Schweiz und in Österreich. Als komplex erwies sich vor allem die Schnittstellendefinition zwischen Orange World, den zwei involvierten Application Service Providers WMode in Kanada und Mobiletechnics in Biel sowie MoMac in Holland. Eine Knacknuss stellte zudem die von Orange gestellte Bedingung dar, dass vor jeder Webabfrage gecheckt werden musste, ob der Kunde bezugsberechtigt sei. Denn gratis wurde die „Orange World of Football“ nicht geliefert, der Kunde bezahlte 4 Franken für die 4 Wochen Fussball-News.

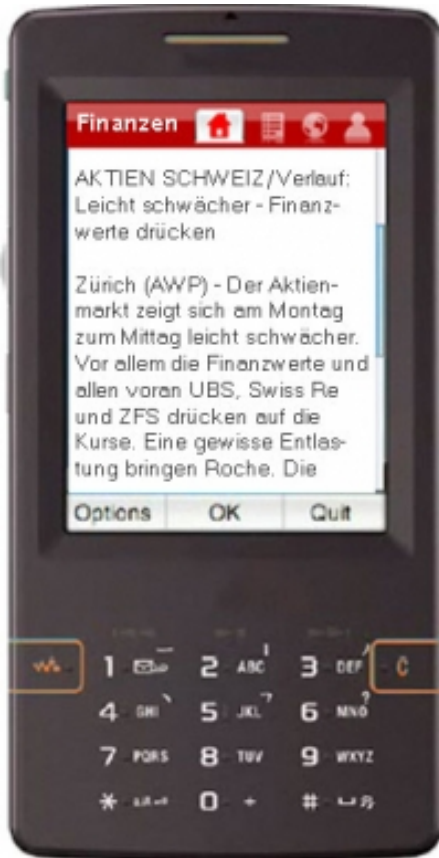
Über 4000 Kunden meldeten sich an, jeden Tag wurden zwischen 10 000 und 15 000 Unique Visitors registriert. Diese erhielten auch etwas für ihr Geld: Match-Telegramme mit ständig aktualisierten Updates zu jeder Bewegung auf dem Platz (Tore, Fouls, gelbe und rote Karten, Auswechslungen), News zu allem, was EURO 2008 betraf, und Tabellen, die sofort nach jeder Runde neu erstellt wurden. Dass das Mobile Magazine in drei Landessprachen produziert wurde, machte die Sache nicht einfacher, bedingte einen beträchtlichen Aufwand und erhöhte gleichzeitig das Fehlerpotenzial.

Ebenfalls aus Anlass der Fussball-Europameisterschaft lancierte der TCS und MINDS-CH ein Mobile Magazine TCS mobile. Rund 600 Personen meldeten sich dafür über SMS an und erhielten den entsprechenden Link über einen so genannten WAP-Push. Selbstverständlich standen bei TCS mobile nicht die sportlichen Fakten im Vordergrund, hier ging es darum, die Endnutzer mit verkehrstechnischen Informationen rund um die EURO 2008 zu versorgen (Stadien, Public Viewings, Parkplätze, Kontaktadressen usw.).

Der Praxistest der MINDS-CH-Mobile-Magazines erwies sich als durchaus erfolgreich. Der Beweis, dass mit interessanten Informationen in endnutzergerechter Form zahlende Kunden zu ihrer Zufriedenheit bedient werden können, ist erbracht. Es gilt in einem nächsten Schritt zu testen, ob

auch ein Mobile Magazine, welches nicht aus Anlass eines Events produziert wird, seine zahlenden Abnehmer findet.

Fritz Reust, Geschäftsführer MINDS-CH



AWP

Mobile Dienste - unterwegs informiert bleiben

Bei unerwarteten Abschiebern, geplatzten Fusionsverhandlungen oder plötzlichen Übernahmen bebt die Börse. Wer in solchen Momenten gerade unterwegs und vom Nachrichtenstrom abgeschnitten ist, hat das Nachsehen.

Handy sei dank kann man inzwischen auch ausserhalb des Büros stets das Neuste aus Wirtschaft und Börse erfahren. AWP-Nachrichten sind auf mobilen Informationsdiensten wie Vodafone-Live (Finanzen) erhältlich. Wer den Dienst einmal genutzt hat, weiss das umfangreiche Angebot zu schätzen. Wie am Internet hat der Leser Zugriff auf sämtliche AWP-Schlagzeilen und kann sich mit einem Klick den gewünschten Artikel anzeigen lassen. Dank grosser Displays sind die Meldungen inzwischen auch komfortabel zu lesen.

Aktive Anleger mit spezifischen Informationsbedürfnissen wünschen sich individuelle Dienste. Sie möchten nur über die für sie relevanten Ereignisse orientiert werden. Die Benachrichtigung soll automatisch erfolgen, sobald eine wichtige Meldung veröffentlicht wird.

AWP bietet solche mobilen Alarmierdienste an: „AWP-SMS-Alert“ und „AWP-Email-Selekt“ schicken die Informationen unverzüglich per SMS oder Email an das Mobiltelefon. Wer sofort über bestimmte Unternehmen, Branchen oder Themen Bescheid wissen möchte, kann sein individuelles Nachrichtenprofil bei AWP hinterlegen. Er wird bei Meldungen, die seinem Profil entsprechen, umgehend per SMS oder Email benachrichtigt.

Beim SMS-Alert erhält der Leser die Schlagzeilen der ausgewählten Meldungen per SMS ausgeliefert. Der Dienst kann speziell in Phasen genutzt werden, in denen kein Zugang zum Firmennetzwerk oder Internet besteht. Sobald man im Büro wieder über die gewohnte Infrastruktur verfügt, deaktiviert man den SMS-Alert. Zusätzlich zu den individuellen Lösungen bietet AWP zurzeit drei Standard-Alerts zur Auswahl: Wer das Kennwort „marktalert“ an die Nummer 911 sendet, erhält die Schlagzeilen zu den im Fokus stehenden CH-Aktien. „tradealert“ informiert täglich über die SMI-Eröffnung sowie auffällige Kursbewegungen von CH-Aktien und „ratingalert“ alarmiert per SMS, sobald Finanzanalysten einen Titel umstufen oder das Kursziel anpassen.

Der Email-Selekt-Service bietet noch detailliertere Informationen. Der Leser erhält die gesamte Meldung als Email realtime auf sein Business-Handy oder Blackberry ausgeliefert. So kann bei unvorhergesehenen Ereignissen sofort reagieren und kommunikative und operationelle Entscheide fällen.

Ob per SMS oder per Email: Personalisierte mobile Informationsdienste bieten Gewähr, auch unterwegs stets informiert zu bleiben. In der schnelllebigen Finanzwelt kommt ihnen bei der Informationsbeschaffung eine immer wichtigere Bedeutung zu.

Abb. 1: Mobile Dienste der AWP - Damit Sie keine wichtige Nachricht verpassen

Tom Schreiber, Leiter Marketing und Sales

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Veranstaltungen, Diskussionen und Mediengespräche professionell moderieren

Eine Veranstaltung steht und fällt mit der Moderation – die Atmosphäre im Saal anregen, die Vorträge, Präsentationen und Diskussionen miteinander verbinden, das Publikum unterhalten – das sind wichtige Aufgaben des Moderators. Doch welche Wirkung haben Worte, Bewegungen und Gesten auf das Publikum? Wie gestaltet man eine Moderation so, dass Redner sowie Teilnehmer umfassend davon profitieren?

Die SDA-Tochter news aktuell veranstaltet dazu den media workshop „Professionell moderieren“ am 18. und 19. August 2008 in Zürich. In dem media workshop lernen Redaktoren, Journalisten oder Verantwortliche für die Unternehmenskommunikation von Medienberater und Publizist Werner Lauff, wie sie als Moderator eine Veranstaltung detailliert planen und strukturiert öffnen, leiten und schliessen. Dabei geht Werner Lauff anhand praktischer Übungen auf den Moderationsstil jedes einzelnen Teilnehmers ein. Das Seminar ist auf maximal zwölf Personen begrenzt. Die Teilnahmegebühr beträgt 1'950,- CHF (zzgl. Mwst.). [Weitere Informationen und Anmeldung.](#)

Alle media workshops in Zürich sind [hier](#) zu finden.

Text- und Bildverbreitungen zu Sommerkonditionen

Wenn Redaktionen in den Ferienwochen unterbesetzt und empfänglich für Anregungen aus den Pressestellen sind, nutzen PR-Profis gerne diese Chance, um ihre Themen zu platzieren. Oft sind es die aussergewöhnlichen Bildideen, die ein Thema hervorragend transportieren und einen Text ins Blatt bringen. Hier setzt der Originalbildservice (obs) von news aktuell an, der druckfähige Bilder und Infografiken in Zusammenarbeit mit Photopress über die Kanäle von Keystone in die Redaktionssysteme schickt. Die SDA-Tochter unterstützt Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen bei der Bild-PR und bietet deshalb auch in diesem Jahr wieder ein Summer Special an. Das Special ist vom 1. Juli bis zum 30. September buchbar. Es beinhaltet eine kombinierte Text- und Bildverbreitung zum Sonderpreis von CHF 800.--. Gegenüber den sonst gültigen Preisen entspricht dies einem Rabatt von 30% Prozent.

Weitere Informationen über das Summer Special sind [hier](#) zu finden.

news aktuell baut Marketing und Backoffice aus

Vier neue Gesichter verstärken das Team von news aktuell. Als Projekt

Managerin Marketing ist Christina Mertsch (29) seit dem 1. Juni 2008 neu im Marketingteam. Zu ihren Aufgaben gehören vor allem der Ausbau der Seminarreihe media workshops, die Vermarktung der Journalistendatenbank MEDIAtlas sowie das Veranstaltungsmanagement. Sonja Gartmann (25) ist seit dem 15. April 2008 neu als Marketing Assistant bei news aktuell. Tatja Vojnovic (37) und Angela Mächler (30) verstärken seit dem 1. April 2008 bzw. 1. Mai 2008 das Backoffice von news aktuell. Zu ihren Aufgaben gehören die Bearbeitung, Codierung und Verbreitung von Medienmitteilungen und Bildern der news aktuell-Kunden an die Medien in der Schweiz und international.

Welche Pressekonferenz findet wo statt?

Der sda-Veranstaltungskalender führt Sie hin!

Seit dem 1. Mai 2008 wird der sda-Veranstaltungskalender per E-Mail im pdf-Format verschickt. Schnell, zuverlässig und aktuell.

Der Veranstaltungskalender informiert 1x pro Woche über eine Zeitspanne von einem Monat über wichtige Termine rund um Pressekonferenzen. Die Ankündigungen decken die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ab. Möchten auch Sie in der ersten Reihe an einer Pressekonferenz sitzen? Wir liefern Ihnen mit dem [Veranstaltungskalender](#) die genauen Termine, und helfen mit, Ihre Agenda zu führen.