

Editorial

Verlässlicher Partner

Erdbeben, Tsunami und Atomkatastrophe haben für einen enormen „News-Hunger“ gesorgt. In einer solchen Situation spielen Nachrichtenagenturen eine entscheidende Rolle. Sie informieren rasch, zuverlässig, glaubwürdig und vollständig.

Die SDA hat zur Katastrophe in Japan vom 11. bis zum 25. März pro Sprache rund 900 Meldungen in den Dienst gegeben. Möglichst alle Aspekte in Japan wurden beleuchtet, aber auch die Auswirkungen und Diskussionen in der Schweiz journalistisch bearbeitet. Neben der aktuellen Berichterstattung boten wir eine breite Palette an Einordnung, Hintergrund und Sidelines. Gleichzeitig haben wir auch alle anderen Themen im In- und Ausland, die vorübergehend aus dem Newsfokus gerieten, aufmerksam verfolgt. Als verlässlicher Partner unserer Kunden – in allen Situationen.

Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Mitgearbeitet an dieser Ausgabe haben:

Bernard Maissen (SDA); Winfried Kösters (SDA); B  t Grossenbacher (SDA); Peter Lerch (Si); Michel Aeberhard (SDA-IT); Janine Dobler (na); Sandra Donat (Keystone); Dagmar Morawitz (AWP)
Koordination: Therese Hirsbrunner



Leitartikel

Eidgenössische Wahlen 2011 – SDA spielt ihre Trümpfe aus

Die Vorbereitungen für die eidgenössischen Wahlen 2011 laufen auf Hochtouren – in den Parteizentralen, aber auch bei der SDA. Die Wahlen von National- und Ständerat sind für die nationale Nachrichtenagentur der Höhepunkt des Jahres. Die Berichterstattung hat bereits begonnen und wird in den nächsten Wochen und Monaten intensiviert. Die Planung für den Wahltag selbst ist in Vorbereitung. Sie ist ein wichtiger Baustein für den Erfolg. Das gilt auch für die Berichterstattung im Anschluss an die Wahlen.

Die SDA wird einmal mehr ihre Trümpfe ausspielen können. Dank ihrer breiten Verankerung in den Kantonen ist die SDA in der Lage, ihren Kunden einen umfassenden Überblick aus allen Regionen zu bieten. Unser Netz umfasst total 13 Regionalredaktionen, die deutschsprachig mit 33 Personen, franz  sischsprachig mit 19 Personen und italienischsprachig mit 2 Personen besetzt sind. Die SDA übernimmt für die Schweizer Medien einen wichtigen Teil der Hintergrundarbeit, die im Rahmen der eidgenössischen Wahlen zu leisten ist.

Hintergrundberichte

Vor, während und nach den eidgenössischen Wahlen wird die SDA ihren Kunden zahlreiche Hintergrundberichte übermitteln. Erste Stimmungstests liefern die kantonalen Urnengänge; wir werden sie mit Analysen aus der nationalen Optik begleiten. Statistische Daten rund um die eidgenössischen Wahlen werden wir akribisch auswerten – Stichwort Data Mining. Dazu nur einige Beispiele: Frauen- und M  nneranteile, alte und neue Gesichter, junge und alte Kandidaturen.

Ferner wird die SDA im Vorfeld der eidgenössischen Wahlen mit den



Präsidenten der sieben wichtigsten Parteien Gespräche führen und deren Aussagen in Meldungen einfließen lassen. Die Wahllisten, der Einsatz von Facebook und Twitter oder die Wahlkampfmittel der Parteien sind weitere Themen, die die Kunden von der SDA in den nächsten Monaten erwarten dürfen.

Am 23. Oktober und an den ersten Tagen nach den eidgenössischen Wahlen wird die SDA ihre Personalressourcen auf das wichtigste Ereignis des Jahres fokussieren. Trends, Analysen, Hintergrundberichte, Presseschauen und Chronologien werden das Angebot abrunden. Es folgen die zweiten Wahlgänge für den Ständerat sowie – als Paukenschlag zum Jahresende – am 14. Dezember die voraussichtlich sehr spannende Gesamterneuerungswahl des Bundesrates.

Themen-Channel

Die SDA liefert den Kunden nicht nur einen umfassenden Nachrichtenteppich zu diesem Grossereignis. Weitere neue Dienstleistungen kommen hinzu. So codiert die SDA-Redaktion sämtliche Meldungen rund um die eidgenössischen Wahlen bereits seit längerer Zeit und fortlaufend mit einem speziellen Code. Dank dieser Codierung ist es der SDA möglich, einen Themen-Channel Wahlen zu generieren. Dieser Channel kann auch von Parteien, Organisationen oder Politikern und Politikerinnen zu einem attraktiven Preis abonniert werden.

Animierte Online-Grafik

Ab April bietet die SDA eine animierte Grafik mit einem Newsticker und laufend aktualisierten Umfrageresultaten an. Am Wahltag selbst aktualisieren wir die Grafik laufend mit allen kantonalen Ergebnissen der National- und Ständeratswahlen. Die Grafik zeigt die Wähleranteile sowie die Sitzgewinne und -verluste der Parteien auf nationaler Ebene und pro Kanton. Dargestellt werden ferner die gewählten Ständeräte respektive die Kandidaten und Kandidatinnen, die in den zweiten Wahlgang müssen.

Fertigseiten mit Resultaten und Köpfen

Die SDA produziert am Montag nach dem Wahlsonntag, sobald sämtliche Ergebnisse vorliegen, eine Doppelseite mit Grafiken über die neue Zusammensetzung des Parlaments. Die Grafiken zeigen die Wähleranteile der Parteien, die Sitzverteilung und weitere Informationen. Ausserdem plant die SDA eine Doppelseite mit den Köpfen sämtlicher Parlamentarier und Parlamentarierinnen, die im neu gewählten Parlament einen Sitz erobert haben. Zu jedem Kopf stellen wir den Namen, die Partei und den Kanton, den der Parlamentarier oder die Parlamentarierin vertritt.

All diese Aktivitäten zeigen, dass sich die Kunden im eidgenössischen Wahljahr 2011 auf die SDA verlassen können. Wir sind für das wichtigste Ereignis des Jahres gerüstet. Und wir freuen uns auf ein spannendes Finale.



Winfried Kösters, stv. Chefredaktor SDA

Abb. 1: Das Bundeshaus in Bern aus einer etwas
anderen Perspektive
Abb. 2: Wer wird im Herbst den drei Eidgenossen
entgegengehen?

sda

Woche der Medien in der Schule – SDA vorne dabei

Der Kreislauf der Information – so lautet das Thema der 8. Woche der Medien in den Schulen der französisch- und italienischsprachigen Schweiz vom 28. März bis zum 1. April. Dieser rote Faden passt wie angegossen zu einer Nachrichtenagentur. Dem Projekt seit Anfangszeiten verbunden, beteiligt sich die SDA dieses Jahr auf zwei Arten. Zusammen mit der Sportinformation liefert sie Nachrichten für einen Wettbewerb um die Frontseiten. Zum anderen ist die SDA Gegenstand eines detaillierten pädagogischen Katalogs.

Rund 500 Klassen beteiligen sich an der Ausgabe 2011. Organisiert wird der Anlass von der interkantonalen Erziehungsdirektorenkonferenz der Westschweiz und des Tessins (CIIP). Presse, Radio, Fernsehen und Internet-Sites sind am Projekt beteiligt. Jede Lehrkraft entscheidet frei über die dem Projekt gewidmete Zeit. Im Lauf der Medienwoche werden unter anderem 10'000 Zeitungsexemplare an die Schulen geliefert.

Keystone ebenfalls mit von der Partie

Die SDA ist seit dem Beginn der Aktion im Frühling 2004 als Partnerin beteiligt. Jedes Jahr liefert sie der CIIP alle mit der Signatur „sda“ oder „si“ verbreiteten Meldungen der 24 Stunden eines bestimmten Tages. Dieses Material benutzen die Klassen, die sich am Wettbewerb um die Frontseite beteiligen. Der Wettbewerb richtet sich an 7- bis 20jährige.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verfügen so über alle Elemente eines ganzen Tages, mit denen sie die Titelseite einer selbstgeschaffenen Zeitung füllen können: Meldungen, aktuelle Fotos der Bildagentur Keystone, Karikaturen sowie von den Klassen selbstgeschriebene Texte oder Kommentare.

Alles wissen über die SDA

Insgesamt stehen den Lehrpersonen 40 verschiedene Aktivitäten zur Verfügung. Dieses Jahr dem Thema Informationskreislauf gewidmet, findet sich der gesamte pädagogische Katalog auf der folgenden Website:

<http://www.e-media.ch>

Unter den Neuigkeiten 2011 ist eine speziell den Nachrichtenagenturen gewidmet, konkret der SDA. Anvisiert wird eine Zielgruppe zwischen 12 und 20 Jahren. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können das wenig und zuweilen schlecht bekannte Universum der Agentur kennenlernen: Das Universum der strengen redaktionellen Regeln, der ökonomischen Grundlagen für das Funktionieren einer Agentur, der Organisation der Redaktion und vieles mehr.

Der Lehrkatalog hält ein Angebot bereit, das vom Ausrechnen des Abonnementspreises für ein Medium über die geographische Verteilung der SDA-Büros mittels Google Maps bis hin zur Identifikation der Quellen für eine bestimmte Nachricht reicht.

Sogar Erwachsene können dabei etwas lernen. Ein kleiner Blick auf die Website von e-media lohnt sich.

Béat Grossenbacher, stellvertretender Chefredaktor

\n \n



Abb. 1: Didier Cuche lässt seinen rechten Ski im Zielraum den bekannten Salto schlagen ...
Abb. 2: und wird für einen weiteren Weltcup-Triumph gefeiert

Si Zügig und informativ

In den Redaktionen der Sportinformation in Zürich und Genf sind 35 Sportjournalistinnen und -journalisten tätig. Das Wissen und Können dieser Fachleute ermöglicht nicht zuletzt einen erstklassigen Service für die Kunden von Si Online.

\n \n \n \n

Didier Cuche schiesst über die Ziellinie, lässt seinen rechten Ski im Zielraum den bekannten Salto schlagen und wird für einen weiteren Weltcuptriumph gefeiert. Dies ist ein Ereignis, über das sich die Schweizer Sportfans nicht allein an den Fernsehschirmen ins Bild setzen lassen wollen. Sie rufen die einschlägigen Websites auf, von denen sie wissen, dass sie an schnelle, korrekte und umfassende Informationen gelangen.

Im Zeitalter der vielen neuen Medien deckt die Sportinformation dieses offensichtliche Bedürfnis ab. Wenn sich Didier Cuche auf Schultern tragen lässt, ist auch ein Si-Mitarbeiter aus dem Ressort Ski alpin im Zielraum. Er sammelt Stimmung und Stimmen, die er später in der Wärme des Medienzentrums zum gewohnten Basisdienst-Bericht für die Printkunden verarbeiten wird. Der Reporter ist aber nicht allein. Aus dem Büro in Zürich wird er von einem weiteren Mitarbeiter des Skiressorts kräftig unterstützt. Dieser „Betreuer“, wie er im Jargon der Si genannt wird, zieht während und unmittelbar nach dem Rennen alle relevanten Statistiken zu Rate. Innerhalb weniger Minuten verfasst er einen Text von bis zu 2400 Zeichen, reichert diesen mit passenden Bildern an und publiziert ihn im Online-Dienst. Wenige Sekunden danach ist der Bericht für die User auf den Websites verfügbar. Sie entnehmen ihm sämtliche wichtigen und interessanten Fakten bis hin zu schmucken Details: Was bedeutet hinter Cuches Sieg ein 7. Platz für Patrick Küng? Wie lange schon war Ambrosi Hoffmann nicht mehr unter die ersten 10 gekommen? Zügig und informativ – besser geht es nicht.

Die Si lässt selbstverständlich nicht nur im Skirennsport die Muskeln spielen. Auch in allen anderen Sportarten, aus denen die User in kurzer Zeit alles wissen wollen, sind gut dokumentierte Fachleute für die „schnellen Dienste“ am Werk: im Fussball, im Eishockey, im Tennis, in der Formel 1, im Rad, in der Leichtathletik usw. Ganz ausgeprägt kommt die Kompetenz der Si-Journalisten jeweils während Olympischen Spielen zum Tragen.

Peter Lerch, Chefredaktor Sportinformation * * *\n\n\n\n\n\n\n\n\n\n



Abb. 1: Eine Auswahl von Büchern aus dem
hep-Bildungsverlag

SDA-Informatik

Neue Kunden sprechen der SDA Informatik AG ihr Vertrauen aus

Ein wesentliches Ziel der SDA Informatik AG (SDA-IT) ist das Erbringen von IT-Dienstleistungen am Drittmarkt ausserhalb der SDA-Gruppe. Inzwischen ist knapp ein Jahr vergangen, seit die SDA-IT operativ am 1.5.2010 gestartet ist. Mit Freude konnte der Geschäftsführer Michel Aeberhard am 23. März 2011 dem Verwaltungsrat mitteilen, dass sich bereits zwei Unternehmen entschieden haben, zusammen mit der jungen Firma eine Partnerschaft einzugehen.

Neue Kunden für die SDA Informatik AG

Ende 2010 hat sich die Firma SMD (Schweizerische Mediendatenbank AG) entschlossen, ihre gesamte Infrastruktur beim bisherigen Betreiber abzubauen und sie in das Rechenzentrum der SDA-IT in Bern zu verschieben. In zwei minutiös geplanten und effizient durchgeführten Aktionen wurde die IT-Infrastruktur gemeinsam mit der SMD abgebaut, transportiert und im geschützten Rahmen bei der SDA-IT wieder aufgebaut. Mit Stolz konnte am Ende dieser Schritte festgestellt werden, dass eine unterbrechungsfreie Produktion trotz Zügelaktion möglich war, dass die Kunden der SMD keine negativen Auswirkungen spürten und dass heute die gesamte Infrastruktur unter Kontrolle der SDA-IT einwandfrei funktioniert. Die SDA-IT bietet der SMD neben dem kompletten Housing (Betrieb der IT-Infrastruktur) eine umfassende Beratung und Mithilfe bei der Erneuerung und Optimierung der Informatik. Diese ist übrigens ganz im Besitz der SMD verblieben.

Im Januar 2011 fand ein Schulterschluss zwischen der jungen und dynamischen hep verlag ag und der SDA-IT statt. Nachdem hep in eine Grössenordnung gekommen war, wo ihre IT professionell betreut werden musste, hat sie sich nach einem vertrauenswürdigen Partner umgeschaut und sich entschieden, die komplette Informatik an die SDA-IT zu übertragen. Bereits setzen die Mitarbeiter von hep erste Incidents ab und zeigen sich erfreut ob der guten Dienstleistung, die sie erfahren. Um die historisch gewachsene, aber tadellose Infrastruktur zu standardisieren, finden regelmässig Optimierungs-Workshops statt. Geplant ist in Kürze der Umzug der Server von hep in das SDA-IT-Rechenzentrum. Besonders gefragt sind bei hep die Arbeitsplatzbetreuung vor Ort, ein funktionierendes Helpdesk und die Aufrechterhaltung der IT-Infrastruktur auf dem gewohnten Top-Niveau. Dass hep zudem langfristig von den günstigen Kommunikationskosten profitieren kann, ist in diesem Zusammenhang sicher ein willkommener Zusatzeffekt.

Welche Gründe waren ausschlaggebend für die neuen Firmen?

Obwohl die von SDA-IT angebotenen Dienstleistungen bei beiden Kunden komplett unterschiedlich sind, werden in Gesprächen mit den Verantwortlichen jeweils die gleichen Gründe und Argumente für den Wechsel zu SDA-IT genannt:

\n

\n *Die SDA-IT kann glaubhaft aufzeigen, dass sie über grosse Kenntnisse der Medienbranche, von deren Sprache und deren Bedürfnissen verfügt und dass\n sie dieses Wissen tagtäglich in ihrer eigenen Arbeit anwendet und\n umsetzt.\n *Herausgestrichen werden der Pragmatismus, die Flexibilität und die\n Unkompliziertheit der SDA-IT. Wo sich unsere Mitbewerber hinter\n komplexen SLAs verstecken und stark formalisierte Abläufe verlangen,\n bietet die SDA-IT Hand zu einfachen, aber wirkungsvollen Lösungen –\n immer im Sinne des Kunden.\n *Letztlich kann SDA-IT ein sehr gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis ausweisen. Trotz Pragmatismus werden solide, gute und vor allem nachhaltige\n IT-Dienstleistungen zu konkurrenzfähigen und fairen Preisen geboten.\n

\n All diese Gründe führen letztlich dazu, dass sich die junge Tochter von SDA und APA über den Neukundenzugang freuen darf.

Michel Aeberhard, Geschäftsführer SDA-IT

na

Weiterbildung in der Firma: Inhouse-Seminare zu PR- und Marketingthemen

Die SDA-Tochter news aktuell baut ihr Angebot für die firmeninterne Weiterbildung aus. news aktuell konzipiert dabei individuelle Inhouse-Seminare entlang den Bedürfnissen der Kommunikationsabteilungen. Einen besonderen Schwerpunkt im Angebot bilden Themen rund um die Kommunikation im Social Web.

Soziale Netzwerke wachsen rasant. Blogs, Facebook und Twitter stehen bei PR- und Marketingverantwortlichen seit längerem im Mittelpunkt des Interesses. Der Umgang mit dem Social Web will allerdings gelernt sein. Wer Facebook + Co. in seine Online-Strategie integriert, muss die Chancen und Gefahren kennen, die die Präsenz auf diesen Plattformen mit sich bringt. Auf Fragen, wie man mit Online-Feedback umgeht oder wie man Social Media mit den klassischen Kommunikationsaktivitäten verknüpft, müssen PR-Verantwortliche heute Antworten parat haben.

news aktuell fokussiert neben dem bisherigen Weiterbildungsangebot verstärkt auf Inhouse-Schulungen, die solchen Fragestellungen nachgehen. Mitarbeiter aus Kommunikationsabteilungen, Medienstellen und Agenturen setzen sich in massgeschneiderten, firmeninternen Seminaren mit aktuellen Themen aus PR und Marketing auseinander. Sie machen sich vertraut mit neuen Disziplinen in der Online-Kommunikation und im Marketing. Die Teilnehmenden erfahren alles, was sie über Social Media und mobile Kommunikation wissen müssen.

Die Referenten sind Experten mit jahrelanger Berufserfahrung, die für eine ausgewogene Mischung aus Theorie und Praxis sorgen und das notwendige Know-how vermitteln.

Das Weiterbildungsangebot von news aktuell:

Seit dem Jahr 2001 haben über 9000 Kommunikationsfachleute und Führungskräfte an den Seminaren von news aktuell in der Schweiz und in Deutschland teilgenommen. Die media workshops bieten rund 60 Themen zu Public Relations, Marketing und persönlichem Erfolgsmanagement. Kleine Seminargruppen und hochkarätige Referenten sichern den Lernerfolg und eine individuelle Betreuung der Teilnehmenden.

Das gesamte Programm 2011: www.media-workshop.ch

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer, news aktuell (Schweiz) AG
@font-face {\n font-family: "Arial";\n } @font-face {\n font-family: "Times";\n } @font-face {\n font-family: "Cambria";\n } @font-face {\n font-family: "Futura";\n } p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal {\n margin: 0cm 0cm 0.0001pt; font-size: 12pt; font-family: "Times New

Roman"; }a:link, span.MsoHyperlink { color: blue; text-decoration: underline; }a:visited, span.MsoHyperlinkFollowed { color: purple; text-decoration: underline; }p { margin: 0cm 0cm 0.0001pt; font-size: 10pt; font-family: "Times New Roman"; }div.Section1 { page: Section1; }

AWP

Zinsprognose: Experten uneins über Zeitpunkt für SNB-Zinsschritt

Die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat in ihrem jüngsten Statement ein optimistischeres Bild der heimischen Wirtschaftsentwicklung gezeichnet und die Inflationsprognose leicht angehoben. Die Wirtschaft wächst und auch die Aussichten sind solide, so dass durchaus Spielraum für eine leichte Straffung der Geldpolitik bestünde. Wäre da nicht das leidige Übel des starken Schweizer Frankens, der die Währungshüter bisher an einer Zinserhöhung hindert. Die Experten der jüngsten AWP-Zinsprognose sind sich auch weiterhin uneins, wann genau die SNB nun den ersten Schritt wagen wird.

„Die SNB will schon lange die Zinsen erhöhen, aber der starke Franken spricht dagegen“, sagte Sarasin-Ökonom Philipp Bärtschi. In der Eurokrise habe es aber zuletzt etwas Entspannung gegeben, somit könne sich der Franken abschwächen und es sollte für die SNB die Möglichkeit einer Erhöhung geben. Im Fokus steht entsprechend auch der laufende EU-Gipfel. „Der erwartete Zinsschritt der EZB im April ist ebenfalls ein Türöffner“, so Bärtschi, der ebenfalls wie die ZKB eine Zinsanhebung im Juni erwartet.

Auch die UBS sieht bereits im Juni den ersten Zinsschritt. „Die jüngsten Wirtschaftsdaten zeigen, dass die Auswirkungen des starken Frankens auf die Exporte weniger gravierend sind als befürchtet. Dies erlaubt es der SNB, ihre Geldpolitik vermehrt an den Bedürfnissen der Binnenwirtschaft auszurichten“, schreibt Caesar Lack. Die jüngsten BIP-Schätzungen, anhaltend positive Vorlaufindikatoren und robuste Wachstumsraten der Geldmengen und Kredite lassen den Experten auf eine Festigung des Aufschwungs in der Binnenwirtschaft schliessen.

„Um eine Überhitzung der Binnenwirtschaft und des Immobilienmarktes zu vermeiden und die Preisstabilität zu gewährleisten, sind höhere Zinsen notwendig“, so Lack weiter. Ein Risiko für den baldigen Zinsschritt sieht der UBS-Ökonom in einem nochmals deutlichen Anstieg des Frankens oder einem Rückzieher der EZB. Dann könne es sein, dass die SNB erst in der zweiten Jahreshälfte mit einer Normalisierung der Zinsen beginne.

ZINSERHÖHUNG RICHTUNG JAHRESENDE

Die Citigroup macht indes in den jüngsten Aussagen der Währungshüter von Mitte März zwei wichtige Faktoren aus, die einen Hinweis auf den Zeitpunkt einer Zinserhöhung liefern können. „Zum einen zeigt sich, dass die SNB noch

Zeit hat, bevor es zu Inflationsrisiken kommt“, so Analyst Michael Saunders. Zum anderen sei die SNB trotz einer Erhöhung ihrer Wachstumsprognosen für 2011 weiterhin besorgt über die Frankenstärke.

„Mit den hohen Unsicherheiten durch die Katastrophe in Japan und die Unruhen in Nordafrika hat der Franken wieder zugelegt. Auch wenn die SNB davon ausgeht, dass die Geldpolitik gestrafft werden muss, gibt es keine Not für einen unmittelbaren Zinsschritt“, schreibt der Citi-Experte. Er rechnet daher erst Richtung Jahresende, möglicherweise im dritten Quartal, mit einer ersten Erhöhung.

Die Credit Suisse sieht ebenfalls keine Eile für die Währungshüter. „Auch wenn das Statement im Vergleich zu früheren Aussagen etwas optimistischer war, sieht es nicht so aus, als ob die SNB im Eiltempo nun die Zinsen erhöhen will“, heisst es von Fabian Heller. Die Notenbank dürfte auf einen deutlich niedrigeren Frankenkurs gegen den Euro warten.

Allerdings könne die Wahrscheinlichkeit für eine frühere Zinserhöhung ansteigen, wenn der Franken deutlich abwerten würde, ergänzt CS-Kollege Karsten Linowski. „In diesem Zusammenhang werden die nächsten EZB-Sitzungen und vor allem die Reaktion der Devisenmärkte wichtig“, sagt er.

SNB DÜRFTE STILLHALTEN

Auch wenn das Risiko einer früheren Zinserhöhung zugenommen hat, geht die VP Bank weiterhin von einer Anhebung erst im kommenden Jahr aus. „Der hohe Auslastungsgrad der Schweizer Wirtschaft, die erfreuliche Situation am Arbeitsmarkt und die steigenden Mieten sprechen für eine Zinserhöhung; der starke Franken und die niedrige Inflation von 0,5% dagegen. Die SNB dürfte daher noch länger stillhalten“, vermutet Chefökonom Jörg Zeuner.

Die EZB lasse kaum Zweifel an einer Zinserhöhung in den nächsten Monaten, was den Spielraum auch für die SNB erhöhen würde. „Sie kommt aber zu früh, Enttäuschungspotenzial ist vorhanden“, so Zeuner. Die Ereignisse in Japan könnten allerdings den Fahrplan der EZB verzögern. Ohne eine Zinserhöhung in Europa würde ein Schritt der Schweizer Notenbank den Franken noch weiter stärken – zum Leidwesen der Exportwirtschaft, wie der VP-Bank-Experte betont.

Nachfolgend eine Übersicht der Zinserwartungen:

\n
n
\
n
3
-
M
o
n
at
s-
L
i
b
o
r

(
%
)
(
a
k
t
u
el
l:
0,
1
8
)

\ \n \n in 3 Monaten

n

\ \n \n 0,25

h \n \n 0,30

h \n \n 0,50

h \n \n 0,60

h \n \n

h,

h

h

h

h

h

h

h

h

h

h

h

h

g
e
E
i
d
g
e
n
o
s
s
e
n
(
%
)
(
a
k
t
u
el
l:
1,
8
1
)

\ \n \n
n
\ \n \n 1,90
h
h
h
E
S
0

r
a
si
n

\n\n 2,00
n
\n
n
2,
5

0

\
n
\
n
U

B
S

\ \n \n 2,05
n
\
n
2,

3
5

\
n
\
n

V
P
B
a
n
k

\ \n \n 2,00
n
\
n

2,
1
5

\
n
\

n
Z
K
B

\ \n \n 2,20
n
\

n
2,
9
0

\n

Erster Zinsschritt SNB:

\n \n frühestens Q3 2011

h \n \n Dezember 2011

h \n \n Juni 2011

h \n \n Juni 2011

h \n \n \n erst 2012

h \n \n Juni 2011

h

h

h FOKUS SPEZIAL von Dagmar Morawitz

h

h Hinweis: FOKUS SPEZIAL erscheint jeweils am Donnerstag im Dienst von „AWP Premium“

h

n

k



Abb. 1: Das World Press Photo des Jahres 2010 stammt von der südafrikanischen Fotografin Jodi Bieber und zeigt die verstümmelte Afghanin Bibi Aisha.

KEYSTONE

Ein Bild geht um die Welt

Das World Press Photo des Jahres 2010 ist das Porträt der verstümmelten afghanischen jungen Frau Bibi Aisha, das von der südafrikanischen Fotografin Jodi Bieber aufgenommen wurde. Keystone präsentiert die prämierten Bilder der World Press Photo 11 in einer Ausstellung vom 13. Mai bis 5. Juni 2011 im Papiersaal in Sihlcity, Zürich.

Das World Press Photo of the Year 2010 stammt von der Südafrikanerin Jodi Bieber, die dieses Jahr zum neunten Mal den World Press Photo Award in Empfang nehmen darf. Das eindrucksvolle Siegerbild, das im Auftrag für das „Time Magazine“ entstanden ist und im August 2010 auf der Titelseite erschien, gewann in der Kategorie „Portraits Singles“ den ersten Preis. Es zeigt die 18jährige verstümmelte Bibi Aisha aus der Provinz Oruzgan, Afghanistan. Sie floh aus dem Haus ihres gewalttätigen Ehemannes und dessen Familie und wurde dafür auf grausame Art mit Gesichtsverstümmelung bestraft. Die junge Afghanin überlebt und findet Hilfe bei einer US-Militärbasis. Heute lebt Bibi Aisha in den USA. Ihr Gesicht ist teilweise wiederhergestellt worden.

Eine internationale 19köpfige Jury prämierte die besten Bilder in 9 Kategorien aus 108'059 Vorschlägen von 5847 Fotografen, eingereicht aus 125 Ländern. Das schockierende und längst weltberühmte Foto sei ein „unglaublich starkes Bild, das eine eindrucksvolle Botschaft aussendet“, hiess es zur Begründung der Auszeichnung. „Jeder Betrachter erfasst sofort, was es ausdrückt und bedeutet“, sagte der Juryvorsitzende David Burnett. Der World Press Photo Contest wurde 1955 in Amsterdam gegründet und gilt weltweit als bedeutendster Wettbewerb für Pressefotografie.

Die Wanderausstellung mit den prämierten Werken wird in rund 100 Städten in weltweit 45 Ländern gezeigt. Keystone holt die Ausstellung World Press Photo zum vierten Mal nach Zürich als einer der ersten Stationen der weltweiten Tournee. Während der Ausstellung finden Veranstaltungen statt sowie Führungen unter der Leitung von Nicole Aeby, Studienleiterin Fotografie an der Schweizer Journalistenschule MAZ, sowie Lea Truffer, Picture Editor bei Keystone.

Das Bild in der öffentlichen Diskussion

Keystone ist grundsätzlich bestrebt, das Thema Bild der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. So bestehen Kooperationen mit ewz.selection, der Plattform für professionelle, zeitgenössische Fotografie, oder der Fotostiftung Schweiz, die sich für die Erhaltung, Erforschung und Vermittlung von Fotografie einsetzt. Diese und weitere Partnerschaften ermöglichen es Keystone, den interdisziplinären Dialog zu fördern und laufend die Diskussion rund ums Thema Bild anzuregen.

So bildet die World-Press-Photo-Ausstellung in diesem Jahr den Rahmen von zwei weiteren spannenden Veranstaltungen: Am Mittwoch, 18. Mai, präsentiert Keystone Emphas.is, ein neues Portal, das Finanzierungsmöglichkeiten für hochwertigen Fotojournalismus schafft. Und am 28. Mai findet anlässlich der ersten Fotonacht 2011 eine Bildersoiree mit Nina Berman statt, jener Fotografin, die 2007 mit ihrem Hochzeitsporträt eines im Irakkrieg verwundeten Fotografen und seiner Braut einen World Press Photo Award gewann. \n

Infos über die Ausstellung\n

<http://www.keystone.ch/Exhibition.do#wpp>\n

\n

Zu den Bildern\n

<http://www.keystone.ch/EditorialLightbox.do?lightboxOid=966906>\n \n

Sandra Donat, Keystone

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Natalia Diggelmann neu im news aktuell-Team

Natalia Diggelmann (28 Jahre) ist seit dem 17. Januar als Seminarkoordinatorin bei news aktuell tätig. Zu ihren Aufgaben gehören die Planung und Organisation von media workshops und Inhouse-Seminaren, die Vermarktung des Seminarangebots sowie der Ausbau der Kundenbindung. Natalia Diggelmann ist diplomierte Übersetzerin und war zwei Jahre in einem Sprachendienstleistungs-unternehmen in Zürich tätig. Durch ihr Studium hat Natalia viele Auslandsaufenthalte und Austauschsemester absolviert und zählt das Reisen auch heute zu ihrem grössten Hobby.

media workshops bei news aktuell

Leserorientiertes Schreiben wird immer komplizierter: Schon immer galt es, zwischen PR- und Marketing-Texten zu unterscheiden. Im Zeitalter des Internets müssen Kommunikationsfachkräfte zusätzlich entscheiden, ob die Texte fürs Web oder für Print bestimmt sind. Je nachdem sind andere Schreibstile und Richtlinien massgebend. Ein weiterer Stolperstein sind die immer aufs neue angepassten Regeln der Korrespondenz. Floskelhafte Konservensätze statt charmanter Klartext sind weit verbreitet.

\n \n \n \n

Wie PR- und Marketingfachleute erfolgreich auf der Klaviatur der Textmöglichkeiten spielen, zeigen folgende media workshops in Zürich:\n \n \n \n

Professionelle Marketingtexte\n \n \n \n

4. April 2011

\n \n

Schreib- und Redigierwerkstatt\n \n

7./8. April 2011 \n \n \n \n

Neue Wege der Korrespondenz\n \n \n \n

15. April 2011

\n \n

Texten für Websites\n \n 19. \n Mai 2011

Alle Themen und Termine 2011

Kontakt: Janine Dobler, Projektmanagerin Marketing, news aktuell

Neuerungen im Marketing-Team

Am 1. Februar trat Dania Ammann (29) in der Marketingabteilung die Nachfolge von Fabienne Leuenberger an. Die neue Mitarbeiterin im Produktmanagement und Verkauf hat nach der Matura die Ausbildung zur Tourismusfachfrau (HF) an der Internationalen Schule für Touristik in Zürich absolviert. Anschliessend arbeitete sie während vier Jahren bei der Reisebürovereinigung Swiss Travel Association of Retailers, erst in der Funktion als Assistentin des Präsidenten, dann als Chief Member Relations und zuletzt als Marketing & Sales Manager. Danach wechselte sie ins Marketing der Firma Umbrella Organisation AG.