

Editorial

\n \n

Good news!\n \n

Die Kunden sind mit der Leistung der sda nach wie vor sehr\n zufrieden. Das zeigt die diesjährige Kundenumfrage. Die Befürchtungen und Unkenrufe,\n wonach die sda nach dem Schliessen des Schweizer Ablegers der amerikanischen AP\n qualitativ nachlassen werde, haben sich nicht bestätigt. Die Redaktorinnen und\n Redaktoren, die täglich mit unseren Diensten arbeiten, bestätigen, dass wir unverändert\n zuverlässig, rasch und umfassend berichten. Dieses Zeugnis freut uns. Es belohnt\n die Redaktion für den täglichen grossen Einsatz und ist Ansporn, auf dem eingeschlagenen\n Weg weiterzugehen. Wir wollen auf neue Trends reagieren und unsere Diensteln entsprechend weiter entwickeln. Das Ergebnis der Kundenumfrage war für uns «good\n news». \n \n

Wir haben auch «good news» für unsere Kunden. Die sda wird\n die Preise für den Basisdienst ein weiteres Jahr nicht erhöhen. Sie trägt damit\n dem schwierigen Umfeld, in dem sich unsere Medienkunden befinden, Rechnung. Wir\n bleiben damit auch in Bezug auf die Preise – die letzte Anpassung erfolgte 2005 – ein verlässlicher Partner für unsere Besitzer und Kunden. Das ist für eine\n Branche, die sich wohl im grössten Umbruch der Geschichte befindet, auf jeden Fall «good news». \n \n

Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Mitgearbeitet an dieser Ausgabe haben:

Bernard\n Maissen\n (sda); Winfried Kösters (sda); Béat Grossenbacher (sda); Peter Lerch \n (Si); Andrea Menken und Janine Dobler (news aktuell); Thomas Peterhans (AWP); Christina Tonitto (Keystone)

Koordination: Therese Hirsbrunner und Dania Ammann (sda)



Leitartikel

Kunden geben dem sda-Dienst gute Noten

sda-Kundenumfrage 2012

Die sda-Kunden sind mit den Leistungen ihrer Nachrichtenagentur nach wie vor zufrieden. Das geht aus der jüngsten Kundenumfrage hervor, die die sda im Jahr 2012 durchgeführt hat. Hier und dort geäusserte Befürchtungen, die Qualität des sda-Dienstes könnte sich nach Schliessung der AP Schweiz verschlechtern, haben sich nicht bewahrheitet. Die sda bleibt ein zuverlässiger Partner. Mehrere Kunden haben sich für die gute Zusammenarbeit bedankt.

Insgesamt haben 51 Kunden an der Umfrage teilgenommen. Die Rücklaufquote betrug knapp 50 Prozent. Dabei ist zu beachten, dass einzelne Medienhäuser mit mehreren Sparten (Print, Online, Radio, TV) unter einem Dach summarisch geantwortet haben. Je 18 Tageszeitungen und Radiostationen haben uns ihr Feedback zukommen lassen. Hinzu kamen sieben Blätter, die im Wochenrhythmus publizieren, vier Fernseh-Stationen sowie drei Internet-Portale.

Trotz der Sparmassnahmen in den Jahren 2009/2010, die zu einem Personalabbau von rund 10 Prozent sowie zur Schliessung von zwei Regionalredaktionen führten, hat die sda die Kundenzufriedenheit gegenüber der letzten Umfrage vom Frühjahr 2010 nochmals leicht steigern können. Über alle Ressorts (Inland/Ausland/Wirtschaft/Vermischtes) und Sprachen hinweg liegen die Noten auf einer Skala von 1 (ungenügend) bis 10 (sehr gut) im Schnitt zwischen 7,0 und 8,3. Der erstmals einbezogene Kultur-Dienst bekommt die Note 7.

Die höchsten Noten erhält die sda punkto Zuverlässigkeit. Fortschritte gegenüber früheren Jahren sind ferner bei der Geschwindigkeit festzustellen.

Die Bemühungen der letzten Jahre, das Tempo mit Flashes, Eilmeldungen und Übersichten zu steigern, haben die Kunden bemerkt. Den Umfang der Berichterstattung halten die meisten Kunden während der Woche für angemessen. Bei den Ausland- und vermischten Meldungen ist der Umfang dagegen eher zu klein. Zu dünn sei der Dienst auch am Wochenende. Sprachlich und stilistisch habe die sda in den letzten Jahren zwar zugelegt. Sie könne sich aber noch weiter verbessern.

Als ausgezeichnet mit Noten von 8 bis 9 beurteilen die sda-Kunden die Berichterstattung über die eidgenössischen Wahlen 2011. Die Höchstnoten erhalten hier die Abdeckung des Wahlsonntags vom 23. Oktober 2011 sowie die Bundesratswahlen vom 14. Dezember 2011. Doch auch die Vorpapiere während des Wahlkampfes und die Berichterstattung in den Wochen nach den eidgenössischen Wahlen fanden bei den Kunden Anklang.

Exemplarisch herausgegriffen haben wir ferner die Berichterstattung der sda beim Car-Unglück im Wallis vom 13. März 2012. Auch hier haben die Kunden der sda eine ausgezeichnete Leistung bescheinigt. Das galt für den deutsch- wie für den französischsprachigen Dienst. «Sehr zuverlässig» und «Von Anfang an sehr gut abgedeckt» – so lauteten zwei Kommentare der Kunden. Die regionale Verankerung der sda zahlt sich aus.

Mit einer Gesamtnote 7 schneidet der sda-Online-Dienst gut ab. Hier ist gerade das Kriterium Geschwindigkeit sehr wichtig. Trotz des guten Gesamtergebnisses bemängeln einige Kunden, dass es auffallend viele Flüchtigkeitsfehler gibt. Auch sei es hin und wieder zu ärgerlichen Verwechslungen bei Bildern gekommen. Kritisiert wird ferner die Flut von Updates. Die sda hat auf die Kritik reagiert und ihr Online-Handbuch entsprechend überarbeitet. Mit der Integration der Online- in die Auslandsredaktion per 1. Januar 2013 führt die sda ihre Online-Redaktion künftig stärker an die Qualitätsstandards des Basisdienstes heran.

Schliesslich hat die sda in ihrer Umfrage 2012 das Interesse der Kunden an Zusatzangeboten ausgelotet. Dabei hat sich gezeigt, dass Live-Ticker für Online-Newsportale einem grossen Bedürfnis (21 positive Rückmeldungen) entsprechen. Ferner haben Lokalradio-Stationen und Newsportale grosses Interesse (22 positive Rückmeldungen) an O-Tönen bekundet, wie sie bereits die Sportinformation bei wichtigen Anlässen anbietet. Ein ausgebauter People-Dienst (16 Interessenten), Videos (13 Interessenten) und Twitter-Alerts inklusive eines Links auf die Originalmeldung (17 Interessenten) stossen ebenfalls auf reges Interesse.

Beim Thema Fertigseiten sind die Kundenwünsche gespalten. Während nur vier Kunden Fertigseiten zur Tagesaktualität (Inland-, Ausland-, Wirtschaft- und vermischte Seiten) wünschen, ist die Nachfrage nach themenspezifischen Fertigseiten (13 Interessenten) sehr viel grösser. Nur fünf Kunden haben Interesse an einem bezahlten Dienst für die Beobachtung von sozialen Netzwerken und Internet-Seiten durch die sda. Immerhin 17 Kunden würden sich eine gemeinsame Plattform mit der sda wünschen, um darüber

Informationen zur Planung von Terminen und Notizen über laufende Ereignisse auszutauschen.

Winfried Kösters, stv. Chefredaktor sda



Abb. 1: Dieter Zetsche CEO Daimler AG (rechts) im Gespräch mit CEO Martin Winterkorn Volkswagen, am Auto salomonischer Senf – in einem Mercedes-Benz mit Multimedia-System

sda Nachrichten

sda liefert Ticker-Meldungen für Mercedes

«news on board» – Nachrichten und Fotos aus Politik, Wirtschaft, Sport und Unterhaltung lassen sich künftig direkt im Auto abrufen. Die deutsche Nachrichtenagentur dapd hat einen langjährigen Vertrag mit der Daimler AG zur Lieferung dieser Services abgeschlossen. Mit von der Partie ist die sda, die Schweizer Nachrichten für «news on board» zuliefert.

Bereits seit 2011 verfügen Autos der Marke Mercedes-Benz über ein Multimedia-System, das den Zugriff auf das Internet und Web-basierte Dienste erlaubt. Dieses Angebot wird nun ergänzt durch aktuelle Tickermeldungen, die aus Schlagzeilen, Texten und Bildern bestehen. Mit dem System sollen weltweit mehrere Millionen Mercedes ausgestattet werden.

Die dapd International Service hat für das Produkt «news on board» bilaterale Verträge mit Kooperationspartnern in 22 Ländern abgeschlossen. Die Partner bieten Nachrichten in 28 Sprachen an. Zu den dapd-Partnern gehören neben AP und sda unter anderem auch ANP (Niederlande), ANSA (Italien), RIA Novosti (Russland), Kyodo (Japan) und Yonhap (Südkorea).

Winfried Kösters, stv. Chefredaktor sda



Abb. 1: OK-Präsident Lord Sebastian Coe

Abb. 2: «swiss olympic team» Unterkunft

Sportinformation Si

Am olympischen Puls

Für viele Sportjournalistinnen und -journalisten, selbst für solche mit jahrzehntelanger Erfahrung, waren die Olympischen Sommerspiele in London das grösste Erlebnis ihrer beruflichen Laufbahn. Stimmungsvoll, perfekt organisiert, angereichert mit dem Augenzwinkern des britischen Humors. Alle vor den Spielen geäusserten Bedenken haben sich als unbegründet erwiesen. Das Verkehrschaos in der Millionenmetropole ist ebenso ausgeblieben wie Terroranschläge. Die Organisatoren unter OK-Präsident Lord Sebastian Coe haben ganze Arbeit geleistet, und noch ein bisschen mehr.

So war es denn auch für die Reporter der Sportinformation Si AG mehr Vergnügen als Pflicht, vom grössten Sportanlass zu berichten. Die Si-Delegation hatte sich schon lange vor den Spielen für ein zentral gelegenes Hotel an der Tottenham Court Road entschieden, von dem aus die weit verstreuten Stadien und Austragungsorte mit dem öffentlichen Verkehr gut erreichbar sein sollten. Auch die Kolleginnen und Kollegen des Tages-Anzeigers und der Neuen Zürcher Zeitung logierten in diesem Hotel.

Die Wahl erwies sich alsbald als vortrefflich. Trotz dem dichten Wettkampfkalender und zahlreicher Überschneidungen war die Si bei nahezu allen Einsätzen mit Schweizer Beteiligung vor Ort – sei es im Hyde Park bei Radrennen und Triathlon, im mondänen Olympia-Park bei den Leichtathleten, den Schwimmern oder den BMX-Artisten, im beeindruckenden «Excel»-Komplex bei Fechtern, Judokas und Ringern, im Reitsport-Stadion von Greenwich und bei Roger Federers unvergesslichen Auftritten in Wimbledon.

Für einmal verzichtete die Si darauf, ihre mannigfaltigen Dienstleistungen (u.a. Basisdienst, Onlinedienst, SMS, Liveticker, O-Töne) gänzlich am Olympia-Ort zu produzieren. Einiges davon, namentlich der Onlinedienst, wurde während der 16 Wettkampftage von der Homecrew in Zürich erledigt. Dies wiederum ermöglichte den Reportern, sich vor Ort auf die Hauptberichterstattung, auf Vorschauen, Interviews und Zusatz-Stories zu konzentrieren. Nicht zu kurz kamen auch die Radiokunden. Die Si-Reporter waren in der Lage, von praktisch allen Schweizer Highlights O-Töne zu produzieren. Aus rechtlichen Gründen durften sie dies nicht innerhalb des Olympia-Geländes tun. Sehr wohl aber ausserhalb – so etwa am allgemeinen Treffpunkt «House of Switzerland» in der Nähe der London Bridge. Dort liessen sich alle erfolgreichen Schweizer Athletinnen und Athleten feiern – und natürlich auch interviewen.

Peter Lerch, Chefredaktor Sportinformation Si AG

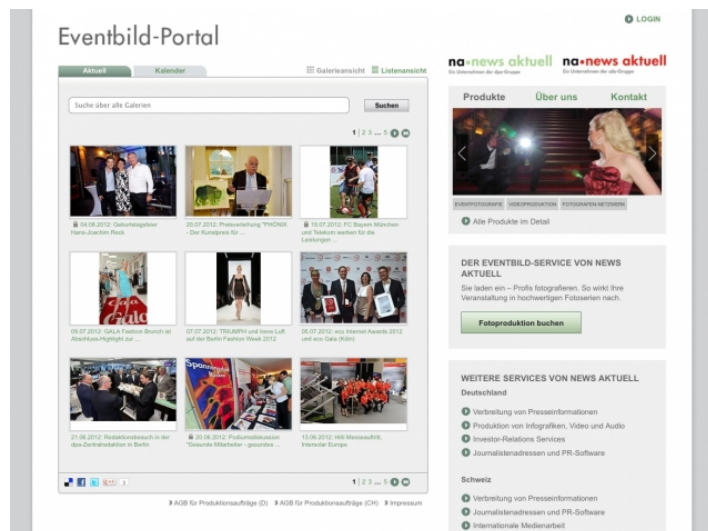


Abb. 1: Das Eventbild-Portal von news aktuell

news aktuell

Neuer Bild-Service: news aktuell startet «ots.Eventbild»

Vor wenigen Wochen startete news aktuell den neuen Bild-Service «ots.Eventbild». Erfahrene Presse- und Eventfotografen setzen Medienkonferenzen, Kundenveranstaltungen, Mitarbeiter-Events und andere Unternehmensanlässe ins Bild. ots.Eventbild richtet sich an Unternehmen und Agenturen, die Veranstaltungen umfassend dokumentieren wollen.

news aktuell berät die Kunden, vermittelt die Fotografen, bereitet das Fotomaterial mediengerecht auf und veröffentlicht die Bilder im Eventbildportal.ch. Dort stehen die Bilder inklusive Bildlegende in einer Fotogalerie bereit. Die Bildrechte gehen für alle PR-Zwecke an den Auftraggeber über. Auf Wunsch verbreitet news aktuell ausgewählte Bilder plus Medienmitteilung an Medien und Öffentlichkeit.

Neben herkömmlichen Medienmitteilungen sind visuelle Inhalte heute unverzichtbar für eine erfolgreiche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Medien benötigen mehr denn je gute Bilder, um ihre Leser emotional zu erreichen und für ihre Inhalte zu interessieren. Dieser Entwicklung trägt news aktuell mit ots.Eventbild Rechnung.

Bereits seit dem Jahr 2000 gehört die Verbreitung von Bildern zu unserem Kerngeschäft. Jetzt wollen wir diese Erfahrung mit dem Know-how professioneller Fotografen bündeln und unsere Kunden schon vor dem Aussand fotografisch begleiten», erläutert news aktuell-Geschäftsführer Hardy Jäggi. «Mit ots.Eventbild können unsere Kunden die Highlights ihrer Veranstaltung in einem hochwertigen Portal präsentieren – mit wenig Aufwand und zu einem fairen Preis.»

Janine Dobler, news aktuell

AWP

sda/AWP Multimedia produziert Medieninhalte nach Mass

sda und AWP gründen eine gemeinsame Corporate-Publishing-Gesellschaft

«sda/AWP Multimedia» ist das neue Corporate-Publishing-Unternehmen der beiden Nachrichtenagenturen sda und AWP. Im Kundenauftrag produzieren wir journalistische Produkte, die inhaltlich und formal auf Zielgruppen und -märkte zugeschnitten sind. Dabei steht der journalistische Anspruch an erster Stelle. Aktualität und Professionalität: Das sind die Grundsätze, nach denen sda/AWP Multimedia arbeitet.

Die Redaktoren der neuen Einheit sda/AWP Multimedia verfassen im Kundenauftrag exklusive Inhalte zu den vom Kunden gewünschten Themen. Zudem werden Inhalte aus dem riesigen Content-Pool der sda und AWP so aufbereitet, dass diese den Kundenbedürfnissen passgenau entsprechen. Zusätzlich gewährleistet ein umfangreiches Experten-Netzwerk für jede journalistische Aufgabe kompetente Autoren. Für Grafiken, Bilder und Videos stehen uns mit Keystone und Keystone/AWP Video starke Partner zur Seite.

Nicht nur inhaltlich, auch formal richten sich unsere Produkte an den Wünschen unserer Kunden aus. Das können digitale Formate wie elektronische Newsletter oder Webseiten sein, aber auch ganz klassische Printprodukte wie Fachzeitschriften, Broschüren, Kundenmagazine oder Mitarbeiterzeitungen. Ob digital oder gedruckt: sda/AWP Multimedia deckt alle medialen Kanäle ab.

Dank journalistischer Kompetenz, kombiniert mit gestalterischer Kreativität, erhalten unsere Kunden exakt das Kommunikationsmittel, das für ihre Zwecke am besten geeignet ist. Und das auf höchstem Niveau: journalistisch, gestalterisch und technologisch. Alles aus einer Hand: Wir beraten, konzipieren und produzieren. Gegebenenfalls übernehmen wir auch die Distribution.

Mit sda/AWP Multimedia gehen die beiden Nachrichtenagenturen sda und AWP neue Wege: Noch stärker als bisher stehen Anforderungen und Bedürfnisse von Kunden im Zentrum. Dank dem Team von sda/AWP Multimedia können unsere Kunden künftig multimedial vom Know-how, von der journalistischen Professionalität, den ausgezeichneten Kontakten sowie vom umfangreichen Content-Pool der beiden Agenturen profitieren.

Thomas Peterhans, sda/AWP Multimedia

Vier neue regionale Naturparks

Pärke von nationaler Bedeutung



Quelle: Netzwerk Schweizer Pärke, BAFU

sda

Abb. 1:

KEYSTONE

KEYGrafik ab 2013

Komplexe Zusammenhänge einfach darstellen, Informationen auf das Wesentliche reduzieren: Infografiken nehmen in der Medien- und Kommunikationswelt einen immer höheren Stellenwert ein. Sie sind als professionelles Illustrationselement für Zeitungen, Fachpublikationen, Kundenzeitschriften, Bücher und Präsentationen für Firmen oder Schulen unverzichtbar. Sachinformationen wie Funktionsweisen, Ortslagen, Zahlenreihen oder Grössenverhältnisse werden in Form von grafischen Elementen übersichtlicher dargestellt, als dies ein Text oder ein Bild zu leisten vermag.

KEYSTONE übernimmt ab 2013 von der sda die Produktion und den Vertrieb von Infografiken. Mit der Produktlinie **KEYGrafik** erweitert KEYSTONE ihr visuelles Angebot um ein zeitgemässes Qualitätsprodukt. Die Infografiken werden auf die für KEYSTONE typische Schweizer Sicht abgestimmt und greifen Themen aus dem In- und Ausland auf. Mit **KEYGrafik** bietet KEYSTONE vier verschiedene Produkte an: **News**, **Hintergrund**, **interaktive Grafik** sowie **Auftragsgrafik**. Die Infografiken werden den Medien im Print-, Online- und Mobilebereich im Abonnement zur Verfügung gestellt und sind sowohl in Deutsch als auch in Französisch zu beziehen.

Im Bereich **News** werden aktuelle Schweizer Themen aus der Wirtschaft, Politik, dem Sport und Vermischtes aufbereitet und grafisch auf den Punkt gebracht. Neben nationalen Inhalten werden auch internationale Themen aufgenommen und auf eine Schweizer Perspektive angepasst. Im Bereich **Hintergrund** werden grafische Visualisierungen angeboten, die durch detaillierte Informationen und umfangreiche Zusammenhänge eine Vertiefung ermöglichen.

Interaktive Grafik ergänzt die neue Produktlinie mit multimedialen Applikationen für Online- und Mobile-Anwendungen. Top-Themen aus den Bereichen Sport, Wissen, historische Ereignisse und Politik werden als interaktive Grafiken visualisiert. Der User kann sich damit auf spielerische Weise durch komplexe Inhalte mit Grafiken, Bildern und Texten durchklicken.

Mit der **Auftragsgrafik** profitiert der Kunde von massgeschneiderten Infografiken. Jedes Thema kann grafisch umgesetzt und auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt werden. KEYSTONE Infografik bietet Beratung und

liefert die optische Umsetzung gemäss den Vorstellungen und dem jeweiligen Corporate Design des Kunden.

Die neue Produktlinie *KEYGrafik* soll für qualitativ hochstehende Illustration stehen. Dabei sind inhaltlich klare und grafisch einfache Umsetzungen ebenso wichtig wie Aktualität, Geschwindigkeit und Relevanz der Inhalte.

Wir haben uns vorgenommen, Infografik bis auf die Frontseiten Ihrer Kommunikationsträger zu bringen!

Für weitere Informationen schreiben Sie eine Mail an marketing@keystone.ch.

Christina Tonitto, Keystone

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Award Social Media geht an «the french job by Maurice Lacroix»

Die Kampagne «the french job by Maurice Lacroix» hat den diesjährigen «Award Social Media» gewonnen. Auf dem zweiten und dem dritten Platz folgen die J.S. Bachstiftung und das Hotel Seedamm Plaza. Die Preisverleihung fand im Rahmen des Award Corporate Communications am 6. September in Zürich statt. news aktuell ist Preissponsor des Award Social Media.

Insgesamt 42 Kampagnen haben Schweizer Unternehmen und PR-Agenturen für den Award Social Media eingereicht. 7'200 Personen nahmen am Publikumsvoting via Facebook teil. Nach der Premiere im vergangenen Jahr vergab die Fachjury des Award Corporate Communications den Kategorie-Preis Award Social Media bereits zum zweiten Mal.

Folgen Sie uns und unseren Projekten auf [Facebook](#) und [Twitter](#).

news aktuell zeigt beste PR-Bilder an der SuisseEMEX'12

An der diesjährigen SuisseEMEX präsentierte news aktuell die besten Motive des «PR-Bild Award 2012». Am Stand von news aktuell konnten Messebesucher direkt ihre Stimme für die Sieger des diesjährigen Branchenwettbewerbs abgeben.

Rund 300 Kommunikationsfachleute besuchten den Stand von news aktuell und wählten die besten PR-Bilder 2012. Sieben Plakate zeigten auf Malstaffeleien die 70 besten PR-Bilder aus der Schweiz, Deutschland und Österreich. Am letzten Messetag verlost news aktuell unter allen Abstimmungsteilnehmern einen Brunch für zwei Personen im Prime Tower.

Die Abstimmung zum PR-Bild Award endete am 16. September. Am 8. Oktober gibt news aktuell den Gesamt-Sieger sowie die sieben Kategorie-Gewinner bekannt.

Alle Informationen zum PR-Bild Award 2012