

Editorial

Egal ob man nach dem Maya-Kalender oder doch nach dem gregorianischen geht – jetzt ist wieder Zeit, Bilanz zu ziehen. Für die Medien geht ein intensives, spannendes und herausforderndes Jahr zu Ende. Ein Jahr, das der ganzen Branche sehr deutlich vor Augen geführt hat, dass man mitten in einem Transformationsprozess steckt. Wo genau die Reise hingeht, weiss wohl niemand, aber dass man sich rasch auf den Weg machen sollte, ist allen klar.

Auch die sda wird sich wandeln und verändern, um den Herausforderungen der neuen Medienwelt gerecht zu werden. Dabei will sie aber ihre Qualitäten und die Einzigartigkeit bewahren. Wir freuen uns, gemeinsam mit unseren Kunden diese Reise zu unternehmen, und werden Sie regelmässig mit Reiseberichten auf dem Laufenden halten.

Wir wünschen frohe Festtage und ein glückliches und erfolgreiches 2013.

Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Mitgearbeitet an dieser Ausgabe haben:

Bernard Maissen (sda); Winfried Kösters (sda); B  t Grossenbacher (sda); Peter Lerch (Si); Janine Dobler (news aktuell); Charlie Fehrenbach (AWP); Anina Bakshi (Keystone)

Koordination: Therese Hirsbrunner und Dania Ammann (sda)



Leitartikel

sda-Redaktion gibt sich Regeln für Social Media

Social Media haben den Journalismus in den letzten Jahren stark beeinflusst.

Twitter und Facebook gehören heute in den Redaktionen von Zeitungen, Radio, Fernsehen und Internetportalen zum Alltag. Die sda in ihrer Funktion als Nachrichten-Grossist verbreitet selbst keine Meldungen über Social Media.

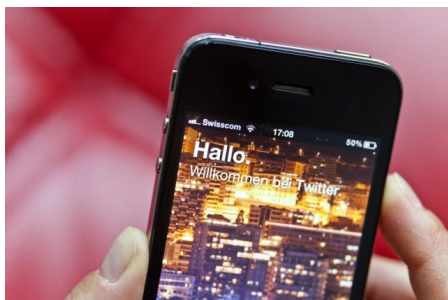
Das heisst nicht, dass die sda-Redaktion Tweets und andere Einträge in der weiten Welt der Social Media nicht nutzt. So stand das Jahr 2012 im Zeichen der Sensibilisierung der ganzen sda-Redaktion für die neuen Medien. Im Rahmen einer Weiterbildung haben uns Social-Media-Spezialisten in die Welt der sozialen Netzwerke eingeführt. Der journalistische Nutzen stand dabei im Zentrum.

Die neuen Medien sind für die sda im übrigen alles andere als neu. Bereits seit Jahren ist im sda-Handbuch ein Kapitel zum «citizen journalism» zu finden. Mit der gezielten Nutzung von Twitter und Facebook hat die Agentur die nächste Etappe auf dem Weg in die Medienzukunft beschritten.

Seit Frühjahr 2012 verfügt die sda über Richtlinien für Social Media. Eine Arbeitsgruppe, der Mitglieder der Chefredaktion, der Kader und der Redaktion angehörten, hat diese Grundsätze erarbeitet. In einem ersten Teil ist festgelegt, wie sda-Redaktorinnen und -Redaktoren Social Media als Informationsquelle nutzen können. Ein zweiter Teil beschreibt, wie sda-Mitarbeitende sich privat in sozialen Netzwerken verhalten sollten. Die Nachrichtenagenturen AFP, APA und Belga haben ähnliche Richtlinien.

Hinter der Initiative der sda verbirgt sich folgende Philosophie: Social Media bieten Chancen – Zugang zu neuen Informationsquellen – und Risiken – Verbreitung von Falschinformationen – zugleich. Scheuklappen sind nicht





angebracht. Der gesunde Menschenverstand sollte bei der Nutzung von Social Media im Zentrum stehen. Das gilt im Übrigen für alle Meldungen, die die sda-Redaktion selektiert und in den Dienst gibt.

Mit anderen Worten: den Grundsatz der Zuverlässigkeit setzen wir auch bei den neuen Medien nicht aufs Spiel. Nachrichten, die über Social Media verbreitet worden sind, unterliegen den gleichen Regeln wie alle anderen Meldungen auch. Wir lassen uns die Fakten bestätigen. Eine Ausnahme machen wir bei Aussagen von Personen, deren Konten verifiziert sind.

So übernehmen wir Aussagen von Persönlichkeiten auf deren Twitter-Account ohne Gegencheck in unseren Dienst. Wenn also Abt Martin Werlen vom Kloster Einsiedeln kurz vor seinem Unfall twitterte, er gehe nun Badminton spielen, so übernahmen wir dies direkt in unseren Dienst. Das gleiche galt für den Genfer Parlamentarier Carlo Sommaruga, der sich zur Demission von SVP-Nationalrat Peter Spuhler via neue Medien äusserte.

Die Verhaltensregeln für die Kommunikation von sda-Mitarbeitenden in sozialen Netzwerken zielen in eine ähnliche Richtung. Die sda-Chefredaktion ermuntert die Redaktorinnen und Redaktoren, Social Media zu nutzen und sich bei Interesse aktiv daran zu beteiligen. Zugleich appellieren wir an die Mitarbeitenden, den gesunden Menschenverstand walten zu lassen und die übliche Zurückhaltung von Journalisten bei öffentlichen Stellungnahmen zu beachten.

Bei aller Offenheit für die neuen Medien gilt doch der Grundsatz, dass der sda-Nachrichtendienst und damit die Kunden unverrückbar Priorität haben. Wir verbreiten keine sda-Meldungen über Twitter. Dagegen ist es unseren Mitarbeitenden erlaubt, in ihren Tweets einen Link auf sda-Meldungen zu setzen, die auf Nachrichtenportalen veröffentlicht wurden.

Anders als Weltagenturen wie die AFP ist es der sda aufgrund knapper Personalressourcen nicht möglich, mit einem kleinen Team soziale Netzwerke täglich systematisch auszuwerten und selber Accounts zu betreiben. Es bleibt bei der punktuellen Nutzung dieser Medien bei wichtigen Ereignissen.

Um es mit den Worten von François Bougon, Redaktor bei der französischen Tageszeitung «Le Monde» und ehemaliger AFP-Journalist, auf den Punkt zu bringen: «Ein Journalist, der seinen Beruf ernst nimmt, kommt an den sozialen Netzwerken nicht mehr vorbei.»

Béat Grossenbacher, stv. Chefredaktor sda

Abb. 1: Facebook

Abb. 2: Twitter

sda Nachrichten

Interview mit Meinrad Buholzer



Du hattest am 5. März 1973 deinen ersten Arbeitstag bei der sda. Damals warst du 25 Jahre jung. Nach knapp 40 Jahren sda gehst du in Pension. Was sind die Gründe für diese erfreulich lange Firmentreue? Hat dich ein Wechsel nie gereizt?

Als ich bei der sda angefangen habe, gab ich mir zwei bis vier Jahre bei der Agentur. Aber erstens kommt es anders und zweitens als man denkt. Dass mich ein Wechsel nie gereizt hätte, kann ich nicht sagen, aber mir wurden die Alternativen wegfusioniert. Als ich als Journalist begann, gab es in Luzern vier Tageszeitungen, heute gibt es nur noch eine. Elektronische Medien liegen mir nicht, meine Kompetenz liegt im Schreiben. Und aus familiären Gründen wollte ich nicht allzu viel Zeit mit Pendeln verbringen oder den Wohnsitz in eine andere Region verlegen. Neben diesen äusseren gab es aber auch sda-spezifische Gründe: Ich entdeckte die «verborgenen» Reize des Agenturjournalismus: dass man aus der Anonymität heraus besser beobachten kann als auf exponierten Plätzen; dass die Berichterstattung der Agentur sehr wohl die Wahrnehmung einer Region beeinflussen kann. Zudem liess mir die sda Spielraum bei der Arbeitsorganisation – immer unter der Voraussetzung, dass wir hier unsere Aufgabe erfüllten und die erwarteten Leistungen erbrachten. Das ist eine Qualität, die ich schätze und die zu meiner Treue beigetragen hat.

Du warst stets in der Regionalredaktion Luzern der sda tätig. Seit 1975 leitest du dieses Büro. Wie hast du diese Zeit erlebt?



Es war eine Zeit grossen Wandels. Die Zentralschweiz war damals in ihrem Selbstverständnis und auch in ihrer Wahrnehmung von aussen eine geschlossene Region, konservativ und katholisch dominiert. Doch dieses Bild, das schon damals nicht ganz der Realität entsprach, bekam bald schon Risse. Zwar hat die Region, was die interkantonale Zusammenarbeit betrifft, Pionierarbeit geleistet und viel erreicht. Immer stärker machte sich aber der Wettbewerb unter den Kantonen bemerkbar. Sie wurden zu Konkurrenten. Heute weht ein kälterer Wind. Der Zusammenhalt ist nur noch sehr locker und von den Eigeninteressen geprägt. Je nach Problem und Interessenlage sucht man die Verbündeten auch ausserhalb der Region. Früher wurden Konflikte eher unter dem Deckel gehalten, heute werden sie ausgetragen, manchmal ohne Rücksicht auf Kollateralschäden.

Was waren die herausragenden Ereignisse, über die du in dieser Zeit als Korrespondent berichten durftest? Was hat dich persönlich am meisten berührt?

Leider überschattet ein Ereignis alle andern: das Attentat im Zuger Kantonsrat von 2001. Es war ein Zufall, dass ich an diesem Tag nicht im Parlament sass, sondern im Büro in Luzern. Die berufliche Herausforderung

Abb. 1: Meinrad Buholzer

Abb. 2: Meinrad Buholzer hatte stets den Überblick über Luzern

nahm mich vorerst völlig in Anspruch, ich «funktionierte» professionell. Erst mit einer gewissen Verzögerung wurde mir das Ausmass dieser Tat bewusst.

Weltweite Resonanz fand auch unsere Berichterstattung über den Brand der Kapellbrücke. Nachdem ich als Journalist schon über diverse Brände berichtet hatte, nahm ich an, dass mich so ein Brand, bei dem niemand zu Schaden kam, nicht mehr sehr erschüttert. Aber als ich dann die verkohlten Reste in der Reuss stehen sah, tat es mir doch leid um die Brücke.

Beeindruckt hat mich die Landsgemeinde Obwalden von 1982, die den amtierenden Präsidenten des Ständerates abgewählt hat. Das war eine unerwartete, überraschende Lektion in Volksherrschaft.

Die Medienlandschaft war in den letzten Jahren einem grossen Wandel unterworfen. Wie siehst du die Medienentwicklung? Was hat sich zum Positiven gewandelt? Was bereitet dir Mühe?

Die Arbeit, die ich heute mache, ist nicht zu vergleichen mit der Arbeit in den siebziger Jahren. Es ist ein anderer Job. Abgesehen von der im Vergleich zur heutigen Hektik geradezu idyllischen Bedächtigkeit: Wir warteten, überspitzt gesagt, bis wieder etwas passierte oder bis die Post kam. Diese Zeit ist endgültig vorbei. Heute arbeiten wir viel aktiver, schneller, effizienter. Dazu beigetragen haben, technisch bedingt, die zunehmende Beschleunigung und die Ausweitung des Informationsbedürfnisses und des Informationsangebotes bis hin zur Unüberschaubarkeit der Social Media. Aber auch die Aufrüstung der Kommunikationsbranche.

Früher waren Medienmitteilungen und Medienkonferenzen Mangelware, heute herrscht Überfluss. Früher hat man uns einen Knochen hingeworfen, und wir mussten schauen, ob noch ein wenig Fleisch daran zu finden war. Heute wirft man uns die Knochen in rauen Mengen nach und ertränkt sie in einer PR-Sauce, damit es nach mehr aussieht. Aber manchmal habe ich den Eindruck, dass noch weniger Fleisch dran ist als an dem einzelnen, abgenagten Knochen von früher. Und trotz oder gerade wegen der Zunahme von Medien- und Kommunikationsstellen: Es ist manchmal schwieriger, an die relevanten Fakten heranzukommen. Die früheren *niet* oder *no comment* waren klar, unmissverständlich und auf ihre Art transparent. Inzwischen sind Kenntnisse über Kommunikation, Vernebelungsstrategien und Verkaufspsychologie Allgemeingut geworden.

Zur Frage nach dem Positiven: Die Arbeit ist professioneller geworden. Der Journalismus ist, wenngleich oft kritisiert und zu Recht hinterfragt, selbstverständlicher geworden. Unsere Texte sind lesbarer, lebendiger. Mühe habe ich mit der Effekthascherei, mit dem Aufbauschen, die immer mehr um sich greifen – wenn die Nachrichtenmoderatoren wichtiger werden als die Nachrichten. Auf Kosten von Fakten, Hintergründen, von fundiertem Wissen. Wenig anfangen kann ich mit den Social Media, die mir wie eine nochmalige Pontenzierung des medialen Schaumschlagens erscheinen. Es interessiert mich nicht, ob eine Moderatorin am Morgen das Eis von der Autoscheibe kratzen

muss. In dieser Hinsicht bin ich froh, dass ich die Kurve noch rechtzeitig gekriegt habe und mich verabschieden darf.

Auch vor der sda hat der Wandel nicht halt gemacht. Die Ansprüche an eine Nachrichtenagentur sind in den letzten Jahren gestiegen. Die Kunden verlangen heute hohes Tempo, attraktiv aufbereitete Berichte, vertiefte Recherchen, Analysen und Hintergründe. Wie siehst du die Zukunft der sda?

Prognosen sind schwierig, vor allem wenn sie die Zukunft betreffen. Sagte Mark Twain. Oder Karl Valentin. In der Medienbranche scheitert man zwangsläufig schon an der Halbwertszeit von Prognosen. Was ich zur sda sagen kann: dass sie die Stürme der letzten Jahr erstaunlich gut gemeistert, die Klippen umfahren hat. Aber die mediale See bleibt stürmisch. Doch das weiss die Führung der sda besser als ich. Nach meiner Einschätzung braucht es in der Flut der Informationen und Pseudo-Informationen eine klare, verlässliche Selektion, die das Wesentliche vom Unwesentlichen trennt. Dafür ist die sda zweifellos prädestiniert. Aber in diesem Fall bin ich Partei und ist meine Argumentation agenturgeprägt.

Am 1. Januar 2013 beginnt für dich ein neues Kapitel: der Ruhestand. Welche Pläne hast du?

Ich habe bewusst keine konkreten Pläne. Wie schon 1973: Es kommt sowieso immer anders. Natürlich werde ich reisen, lesen, mich bewegen. Aber das sagen alle anders auch. Und das reicht natürlich nicht. Ich glaube nicht, dass das Gefühl immerwährender Ferien befriedigend ist. Mir ist klar, dass ich neue Strukturen suchen, erarbeiten muss, um den Alltag zu gestalten. Das ist meine Herausforderung in den kommenden Monaten. Und ich stelle mir das sehr interessant vor.

Welche Botschaft würdest du jüngeren Kollegen und Kolleginnen mit auf den Weg geben?

Für Botschaften und Ratschläge bin ich der Falsche. Ich kann nur weitergeben, was mir bei der Arbeit als Journalist ein Anliegen war: der Versuch, immer wieder Distanz zu gewinnen zur Arbeit und diese zu hinterfragen. Nach Feierabend drei Schritte zurücktreten und sich fragen: Was mache ich überhaupt? Zu welchem Zweck? Und zu welchem Nutzen? Und ich versuchte, die Arbeit als Journalist ernst und wichtig zu nehmen, aber nicht zu wichtig.

Winfried Kösters, stv. Chefredaktor



Abb. 1: Fussball-Nati beim Training vor einem Freundschaftsspiel

Sportinformation Si

Das Jo-Jo des Weltsports

Die Si vor dem – scheinbar – ruhigen 2013

Wer in der Redaktion der Sportinformation tätig ist, dem wird allerspätestens nach zwei Jahren bewusst: Sportjahr ist nicht gleich Sportjahr. Es gibt gerade und ungerade Jahrzahlen – und genau hierin liegt der markante Unterschied. Für die Sportnachrichtenagentur bringen jeweils die geraden Jahre ein gerüttelt Mass an zusätzlichem Aufwand. Denn – so will es der unverrückbare Kalender des Weltsports – in diesen Jahren finden jeweils zwei der ganz grossen Kisten statt: Olympische Spiele und Fussball-Weltmeisterschaften respektive Europameisterschaften.

Ein solches reich befrachtetes Jahr hat die Si gerade hinter sich gebracht. Mit schönem Erfolg, wie die Feedbacks von Kunden sowohl nach der Fussball-EURO in Polen und der Ukraine als auch nach den Olympischen Spielen in London gezeigt haben. Die Berichterstattung über das fussballerische Gipfeltreffen war nicht gerade «einfach». Denn es ist immer leichter, täglich ein Füllhorn an interessanten Storys zusammenzubringen, wenn die Schweizer Nationalmannschaft mitspielt. Dennoch haben unsere Reporter vor Ort viel Interessantes – oftmals gleichwohl mit einem Schweizer Bezug – zusammengetragen. Fraglos intensiver und für die gesamte Si-Redaktion belastender waren die gut zwei Wochen der Sommerspiele Ende Juli und Anfang August. Im Unterschied zu früheren Spielen hatte sich die Si entschieden, einen Grossteil der Olympia-Produktion in allen Diensten (Basisdienst, Online, Sport164 etc.) in Zürich zu belassen. Die insgesamt zwölf Redaktoren vor Ort – zehn von Si Zürich, zwei von Si Genf – konnten sich vorwiegend auf ihre Einsätze rund um die über 100köpfige Schweizer Olympia-Delegation kümmern.

Und nun 2013? Die aufwendigen, minutiösen Planungsarbeiten für die absoluten Grossanlässe entfallen. Die Si-Redaktion wird weit gleichmässiger beansprucht werden. Das ungerade Jahr erlaubt es auch, Freitage- und Ferienguthaben abzubauen, die sich durch die grössere Belastung während 2012 angehäuft haben. Die einzelnen Redaktorinnen und Redaktoren werden auch eine grössere Freiheit haben, ihre Ferien zur Jahreszeit nach ihrer Wahl zu beziehen, nachdem während der alles absorbierenden Sommerspiele in London notwendigerweise eine «Feriensperre» verhängt worden ist.

An journalistischen Herausforderungen wird es im nächsten Jahr gleichwohl nicht fehlen. Erwähnt seien die alpinen

Ski-Weltmeisterschaften im Februar in Schladming, die nordischen Ski-WM gleich anschliessend im Val di Fiemme, die Eishockey-WM vom Mai in Schweden oder die Fortsetzung der WM-Qualifikation der Fussball-Nati. Langweilig wird es in der Si nie.

Peter Lerch, Chefredaktor Sportinformation Zürich

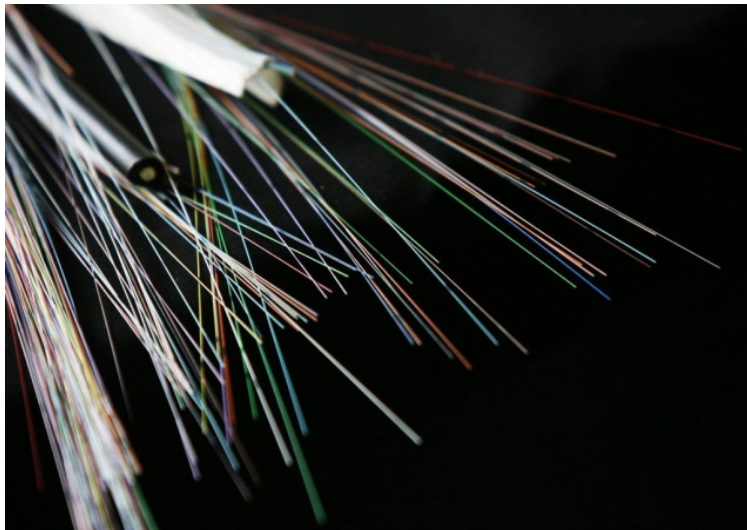


Abb. 1: Glasfaser

sda Informatik

Stabilität durch die sda Informatik AG

In den letzten beiden Jahren hat die sda Informatik AG viel in ihre Infrastruktur investiert, um die Sicherheit und die Stabilität laufend zu verbessern. Neben den externen Kunden betreuen wir vor allem die sda-Gruppe (sda/Si) und garantieren eine sichere Auslieferung der täglichen News-Feeds rund um die Uhr. Die Medienlandschaft verändert sich in grossen Schritten in Richtung Multimedia. Das Resultat sind immer grössere Datenmengen, die transportiert werden müssen. Das Nutzerverhalten unserer Kunden im «Online-Bereich» verändert sich zudem in die Richtung, dass News immer schneller ausgeliefert werden müssen. Die Übermittlung wird also immer anspruchsvoller und zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für unsere internen und externen Kunden.

So haben wir letztes Jahr entschieden, ein eigenes, geschlossenes Netz aufzubauen und zwischen Bern und Zürich eine höchst leistungsfähige und redundante Verbindung aufzubauen. Diese Verbindung stellt im Sinn das technische Rückgrat der sda Informatik AG dar. Sie ist Garant für eine sehr schnelle Datenübertragung zwischen den beiden Hauptstandorten Bern und Zürich und zu den notwendigen – eigenen – Rechenzentren. Sie ist als Ring aufgebaut – verfügt also über zwei unabhängige Schenkel, dies falls sich mal eine unbeabsichtigte Beschädigung eines Lichtleiters einstellen sollte.

Das eigene WAN-Netzwerk der sda Informatik AG besteht aus einem Lichtleiter (Darkfiber) zwischen Bern und Zürich. Wir sind die einzigen Nutzer dieses Lichtleiters, verfügen also über die gesamte Kapazität und Bandbreite, was uns auf Jahre hinaus unabhängig macht und garantiert, dass die sda-Gruppe und all die externen Kunden über phantastische Übertragungswerte verfügen. So übertragen wir heute die Daten konstant mit einer Bandbreite von 1 Gbit/s. Über zwei separate, unabhängige Punkte gehen wir zudem mit je 100 Mbit/s ins Internet raus (bzw. empfangen die Informationen aus dem Internet). Diese beiden Punkte sind geografisch getrennt und mit verschiedenen Providern abgedeckt, so dass auch hier das Maximum an Verfügbarkeit und Sicherheit gewährleistet ist.

Da die sda Informatik AG nicht die gesamte Palette der IT-Fachkenntnisse anbieten will, haben wir uns mit einem lokalen und potenten Partner zusammengetan. Dieser Partner betreut uns rund um die Uhr, beobachtet laufend die Netze und ist sofort zur Stelle, sollte irgendwo ein Problem mit der Übertragung im WAN auftreten. Der Besitz des eigenen WAN-Netzes hat der sda Informatik AG einen willkommenen Nebeneffekt eingebracht. Wir können uns

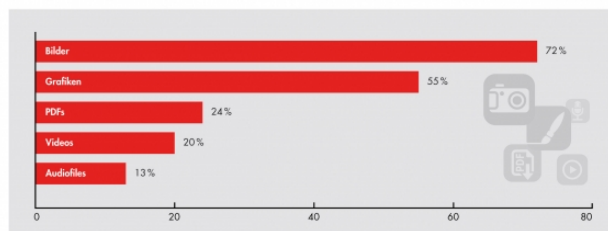
heute offiziell als selbständiger Provider bezeichnen und verfügen über einen eigenen AS-Nummernkreis. Das ist in der heutigen IT-Welt durchaus keine Selbstverständlichkeit, und wir sind zu Recht stolz auf diesen Effekt.

Analog zum konsequenten Ausbau dieses Ringes wird die sda Informatik AG ihre Infrastruktur permanent auf einem optimalen technischen Stand halten und – wo sinnvoll – eigenständig betreiben. Dies, weil wir unseren Kunden ermöglichen wollen, ihr Geschäftsmodell zu realisieren.

Michel Aeberhard, Geschäftsführer sda Informatik AG

Journalisten wünschen sich mehr Bilder

Medienmitteilungen mit visuellen Elementen erhöhen die Abdruckchancen, da sie den Journalisten mehr Möglichkeiten für die Berichterstattung bieten. Die Redaktoren wünschen sich vor allem mehr Bilder und Grafiken von den PR-Verantwortlichen.



Journalistenumfrage 07/2012, news aktuell (Schweiz) AG
Teilnehmende: 410 Journalisten tagesaktueller Medien in der Schweiz

www.newsaktuell.ch **na•news aktuell**
Ein Unternehmen der sda-Gruppe

Abb. 1: Journalistenumfrage 2012

news aktuell

Umfrage von news aktuell: Journalisten wünschen sich mehr PR-Bilder

Die Redaktionen von tagesaktuellen Medien wünschen sich mehr Bilder von den PR-Verantwortlichen. Dies ergab eine Umfrage der sda-Tochter news aktuell. 410 Medienschaffende aus Zeitung, Radio und Fernsehen in der Schweiz beantworteten die Fragen zu ihrer Arbeit mit Medienmitteilungen und PR-Bildern.

72 Prozent der befragten Journalisten möchten zu einer Medienmitteilung auch Bilder erhalten. Mehr als jeder zweite Journalist (55 Prozent) möchte auch gleich die passende Grafik dazu. Weiterhin nannten die Befragten PDFs, Videos und Audiofiles als wünschenswertes Begleitmaterial zu einer Medienmitteilung.

Auch auf die viel diskutierte Frage, welches der beste Verbreitungsweg für Medienmitteilungen ist, gibt die Umfrage Antwort: der Agenturticker. Im Gegensatz zur E-Mail könnten die Meldungen im Redaktionssystem schneller bearbeitet werden und seien direkt in den Redaktions-Workflow integriert. Die Meldungen seien spamfrei und enthielten keine unsicheren Attachments. Zudem würden die persönlichen Mailboxen der Redaktoren entlastet.

Die Umfrageergebnisse basieren auf einer Internetbefragung, die news aktuell kürzlich in den Redaktionen von tagesaktuellen Medien in der Schweiz durchgeführt hat. news aktuell befragt in regelmässigen Abständen Medienschaffende zu ihren Anforderungen im Umgang mit PR-Material.

Janine Dobler, news aktuell

AWP

Ausblick Anlagejahr 2013: Weiter hohe Risiken, aber bessere Ausgangslage als im Vorjahr

Der Ausblick auf das Börsenjahr 2013 ist wie üblich mit vielen Fragezeichen gespickt. Insgesamt scheinen die Risiken aber geringer und die Zuversicht der Analysten und Ökonomen grösser als vor einem Jahr. So erwarten denn die meisten der Auguren für das kommende Jahr trotz aller Unsicherheiten eine positive Entwicklung der Aktienmärkte.

Im auslaufenden Jahr 2012 haben sich die Befürchtungen eines nervösen und volatilen Handelsverlaufs zumindest für das erste Semester bestätigt. Nachdem die EZB aber die Märkte im Frühsommer hatte davon überzeugen können, dass der Euro durch alle Böden hindurch verteidigt und auch Griechenland nicht fallengelassen werde, ging es, ausgehend vom Jahrestiefpunkt von Anfang Juni – von kleinen Rücksetzern abgesehen –, nur noch nach oben. Das Sommer- wurde übergangslos zum Jahresend rally, was dem schweizerischen Leitindex SMI ein Jahresplus bis dato von rund 17 % einbrachte.

Aktuell wird in Börsenkreisen darauf hingewiesen, dass die Märkte überkauft seien und es deshalb jederzeit zu Rückschlägen kommen könne. Insgesamt wird die Bewertung der Aktien aber noch immer als attraktiv angesehen und als die Anlagekategorie mit den grössten Chancen. Begründet wird dies unter anderem mit dem weiterhin extrem tiefen Zinsniveau mit gar negativen Realzinsen oder mit der vorhandenen Überschussliquidität.

Weiterhin wird die Politik die Musik am Börsenparkett mitbestimmen. Das grosse Thema zum Jahresende ist das Haushaltsbudget der USA. Gelingt es nicht, das «Fiscal Cliff» mit den automatischen Steuererhöhungen und gleichzeitigen Ausgabenkürzungen zu umschiffen, dürfte das Wachstum in den USA im kommenden Jahr einen empfindlichen Dämpfer erleiden. Unter den Marktexperten herrscht aber die Einschätzung vor, dass sich die Demokraten und Republikaner nur schon aus Eigeninteresse – und wenn auch zeitlich knapp – zu einem tragfähigen Kompromiss durchringen werden.

Konjunkturell dürften sich die USA demnach weiterhin solid entwickeln, und auch aus Asien sollten weitere Wachstumsimpulse kommen, nachdem China die Talsohle – bei einem BIP-Wachstum von noch immer über 7 % – offenbar durchschritten hat.

Das Sorgenkind der Weltkonjunktur bleibt Europa mit den bekannten Problemstaaten im Süden. Die meisten Ökonomen erwarten dennoch im Anschluss an die aktuelle leichte Rezession eine Rückkehr in die Wachstumszone im zweiten Semester. Die Prognosen für das BIP-Wachstum in der Schweiz bewegen sich mehrheitlich im Rahmen zwischen 1 und 1,5 %. Dies entspricht beispielsweise auch der jüngsten Vorhersage der SNB. Etwas pessimistisch zeigt sich in dieser Hinsicht Julius Bär: Die Bank sieht für die Schweiz beim Wachstum im Jahr 2013 lediglich eine «solide schwarze Null».

Dass Aktien weiterhin gefragt bleiben dürften, wird unter anderem auch damit erklärt, dass die Investoren im aktuellen Umfeld mehr Risiken eingehen müssten, nur schon um die Kaufkraft zu erhalten. «Verglichen mit Anleihen und Geldmarktanlagen, machen Aktien einen sehr überzeugenden Eindruck», heisst es beispielsweise in einem Ausblick von Rothschild Wealth Management. Aber nicht nur relativ, sondern auch absolut gesehen, seien viele Aktienanlagen vielversprechend. Die Aktien internationaler Spitzenunternehmen seien fair bewertet und würden gute Dividenden zahlen, so das Institut.

Und UBS Wealth Management schreibt im CIO-Bericht für das kommende Jahr, Aktien seien attraktiv bewertet, wobei insbesondere Europa und die Schwellenländer langfristig gute Möglichkeiten böten. US-Aktien verfügen gemäss diesem Bericht über ein Aufwärtspotential von 25 bis 30 %, wobei hier ein Anlagehorizont von zwei bis drei Jahren als Ausgangslage genommen wird. Aktien aus Europa und den Schwellenländern würden überdies noch attraktiver erscheinen.

Die amerikanische Bank Morgan Stanley sieht gemäss ihrer Europa-Strategie Ausblick 2013 ein zweistelliges Wachstum für Aktien im Bereich des Möglichen. Auf zwölf Monate gesehen, habe der Aktienindex MSCI Europe ein Aufwärtspotential von rund 10 %, so die US-Bank.

Die meisten Banken weisen in ihren Anlagestrategien darauf hin, dass das Anlagejahr zwar erneut schwierig werde, dass man aber mit gezielt ausgesuchten Titeln durchaus gute Möglichkeiten habe. Das Hauptaugenmerk bei diesen Aktien sollte auf einer starken, weltweit diversifizierten Marktposition sowie auf einer soliden und nachhaltigen Dividendenausschüttung liegen.

Charlie Fehrenbach, awp



Abb. 1: Markus Gygax, Chef der Schweizer Luftwaffe, stellt den schwedischen Demonstrations-Kampfjet JAS 39 Gripen vor. Die Begleiter sind: Bundesrätin Eveline Widmer-Schlumpf, Ueli Maurer, Didier Burkhalter, Simonetta Sommaruga und Alain Berset (v.l.n.r.) vor einer Bahnfahrt zwischen Sedrun und Erstfeld auf der noch unfertigen Neat-Alptransit-Bahnlinie am 5. Sept. 2012, in Sedrun.

KEYSTONE

Die Bilder des Jahres 2012

Jahresrückblick in Bildern

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Neues sda-Online-TopNews-Angebot

Das Angebot richtet sich an Unternehmen, welche sda-Onlinemeldungen auf ihrer Website publizieren wollen und weniger als 5000 UCs Reichweite haben. Der Dienst enthält bis 15 Meldungen der Prioritäten 2+3 täglich. Als weitere Neuerung wurde ein Pauschaltarif NationalNews für Hotelnewsletter eingeführt.

sda-English: Die sda stellt per Ende 2012 den Pilotversuch mit englischsprachigen Meldungen wieder ein. Trotz der unbestrittenen Qualität des Dienstes konnten in den vergangenen Monaten nicht genug Kunden akquiriert werden, um den Dienst rentabel betreiben zu können.

sda-Infografik: Noch bis Ende 2012 wird die sda Infografiken produzieren. Ab Januar 2013 übernimmt die sda-Tochter Keystone die Produktion von Infografiken. Für weiterführende Informationen steht Keystone unter Telefon 044 200 13 13 respektive unter der E-Mail-Adresse press@keystone.ch gerne zur Verfügung.

Neuerungen im Team der AWP Finanznachrichten und der SDA/AWP Multimedia

Mit **André Lehmann** (36) hat im Dezember ein neuer Kollege im französischsprachigen Redaktionsteam seine Stelle angetreten. André schrieb zuvor während sechs Jahren für die Nachrichtenagentur Agence France-Presse (AFP), davon fünf Jahre als Korrespondent in der Schweiz. Unter anderem ist er auch regelmässiger Gast beim Schweizer Radio DRS4. Im Laufe des ersten Semesters 2013 wird André die Co-Leitung in der französischsprachigen AWP-Redaktion übernehmen.

Roland Schäfli (44) amtiert neu auch als Chefredaktor von SDA/AWP Multimedia, der neuen Corporate-Publishing-Gesellschaft der beiden Nachrichtenagenturen sda und AWP Finanznachrichten. Im Kundenauftrag produziert SDA/AWP Multimedia journalistische Produkte, die inhaltlich und formal auf Zielgruppen und -märkte zugeschnitten sind. Zudem führt Roland Schäfli wie bisher schon als Chefredaktor auch das Gemeinschaftsunternehmen Keystone/AWP Video. Diese Videoagentur wird gemeinsam betrieben von AWP und Keystone. Sie produziert Webvideos aus den Bereichen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

Thomas Peterhans (38) ist seit August als erster Mitarbeiter zur neuen Corporate-Publishing-Einheit SDA/AWP Multimedia gestossen. Als Multimedia-Redaktor erstellt und konzipiert er Layout und Inhalte für kundenspezifische Publikationen wie elektronische Newsletter, Webseiten

oder klassische Printprodukte wie Fachzeitschriften, Broschüren und Kundenmagazine. Zuvor arbeitete Thomas als Journalist und Werbetexter unter anderem für Blick Online, Die Südostschweiz sowie für die Marketingagentur Kunde & Co.

Roadshow von news aktuell: Mit ots und epic relations in die Medien

Wie plziert man Botschaften optimal in den Medien? Welches sind die richtigen Empfänger für die Medienmitteilungen, und auf welchen Wegen erreicht man diese? Welches Tool hilft, den Aufwand für die Journalistenrecherche zu minimieren?

Diesen und anderen Fragen ging news aktuell in den Roadshows vom 22. bis 28. November 2012 nach. Die Veranstaltungen stiessen auf grosses Interesse: Rund 120 Teilnehmende haben die 2stündigen Anlässe in Zürich, Basel, Bern, Luzern und St. Gallen besucht.

Mehr über ots: www.newsaktuell.ch/ots

Mehr über epic relations: www.newsaktuell.ch/epicrelations

PR-Bild Award 2012: Preis geht nach Deutschland

Mehr als 14'000 Fachleute aus PR und Medien haben entschieden: Das Motiv «Basketball im Rittersaal» der Universität Mannheim ist das beste PR-Bild des Jahres 2012. Das Bild zeigt Hochschulsportler im Schloss des Campus und ist Teil einer PR-Kampagne rund um das Sport-Engagement der Universität. news aktuell vergibt bereits zum siebten Mal den PR-Bild Award für die besten Bilder aus der Schweiz, Deutschland und Österreich.

Aus der Schweiz schafften es fünf Motive auf die vorderen Plätze:

1. Platz in der Kategorie «Unternehmenskommunikation»: Helvetas Swiss Intercooperation
1. Platz in der Kategorie «Eventfotografie»: Mammut Sports Group AG
2. Platz in der Kategorie «Sport»: Mammut Sports Group AG
3. Platz in der Kategorie «Porträt»: syn für gestaltung gmbh
3. Platz in der Kategorie «Tourismus»: Aletsch Arena

Alle Siegerfotos und Informationen zum PR-Bild Award 2012:

www.pr-bild-award.ch