

## Editorial

Alles wird besser...

«Alles wird besser, Valser bleibt gut», hiess es in einem alten Werbespruch für Mineralwasser. Alles wird besser, versprachen Mediapulse und die WEMF, als sie die neuen Messmethoden ankündigten, mit denen sie Angaben zu den Reichweiten von Fernsehen und Zeitungen in Zukunft erheben wollen. Die Ergebnisse sind bekannt. Die neuen Zahlen von Mediapulse konnten erst nach langem juristischen Hin und Her publiziert werden, die Zahlen der WEMF lassen einzelne Verlagshäuser ratlos. Vor allem sind die Zahlen nicht mit den Angaben der letzten Jahre vergleichbar. Bei grossen Abweichungen weiss man also nicht, ob jetzt die neuen Zahlen stimmen, oder ob doch die früheren näher bei der Realität lagen. Grundsätzlich ist das zwar nicht schlimm, so lange sich alle an die gleichen Zahlen halten. Und der Wunsch, den Medienkonsum möglichst realitätsnah abzubilden, ist sicher gerechtfertigt. Aber in einer Branche, die sich im Umbruch befindet, sorgen solche Veränderungen für zusätzliche Unruhe.

Die sda überlegt sich seit langem, wie sie bei der Tarifgestaltung die unterschiedlichen Bedürfnisse am besten abbilden und den neuen Entwicklungen in der Branche Rechnung tragen kann. Gerade in der jetzigen schwierigen Situation unserer Kunden und Besitzer wollen wir aber nichts übers Knie brechen. Wir behalten deshalb nach wie vor die bewährten Währungen «Auflage», «Hörer- und Zuschauerzahlen» sowie «Unique Clients» bei. Ganz im Sinne eines verlässlichen Partners. Oder eben: Nicht nur Valser, auch die sda «bleibt gut».

Bernard Maissen, Chefredaktor

## Impressum

Mitgearbeitet an dieser Ausgabe haben:



## Leitartikel

### Wechsel der Inlandchefin

Theodora Peter, Sie geben Ende September die Leitung der Inlandredaktion ab. Weshalb?

Nach sechs spannenden und intensiven Jahren ist für mich die Zeit für einen Neuaufbruch reif geworden. Ich habe diesen herausfordernden Job sehr gerne und mit grosser Überzeugung gemacht. Und ich habe die tägliche Zusammenarbeit mit engagierten JournalistInnen in Zentrale, Bundeshaus und den Regionalbüros als Privileg empfunden. All dies wird mir fehlen.

### Kehren Sie dem Journalismus den Rücken?

Nein, im Gegenteil. Ich möchte wieder vermehrt zum Schreiben kommen. Nach einer Auszeit bis Ende Jahr, die ich auf Reisen in Lateinamerika verbringe, werde ich ab Januar 2014 mit einem kleinen Pensum im Büro Bern als Korrespondentin arbeiten. Daneben werde ich freischaffend tätig sein. Und nicht zuletzt werde ich weiterhin am MAZ als Dozentin für Nachrichtenjournalismus arbeiten. Ich glaube an die Zukunft des Journalismus und habe in der Arbeit mit Stagiaires mit Freude festgestellt, wie viele talentierte JungjournalistInnen etwas bewegen wollen.

### Welche Bilanz ziehen Sie nach diesen sechs Jahren als Inlandchefin?

Die Bilanz fällt grundsätzlich positiv aus. Ich sah meine Aufgabe nebst der Personalführung unter anderem darin, Abläufe und Strukturen so zu gestalten, dass möglichst viel Substanz in das journalistische Kerngeschäft fliesst und Reibungsverluste klein bleiben. Dabei wurde die Eigenverantwortung insbesondere der Regionalbüros gestärkt und formale Abläufe wurden gestrafft. So konnte das Inland-Desk, das einen immer grösseren Input zu bewältigen hat, teilweise entlastet werden. Bei knapper werdenden Ressourcen sind mitunter kreative Lösungen und eine grosse Flexibilität aller Mitarbeitenden gefragt. Die Leitung eines Ressorts mit über 45 Mitarbeitenden, die an 365 Tagen und während mehr als 14 Stunden



täglich produzieren, ist keine One-Woman-Show. Auch deshalb nicht, weil wir zweisprachig aufgestellt sind, und meine französischsprachige Amtskollegin Marianne Biber und ich sowohl inhaltlich wie organisatorisch eng kooperierten.

### **Welches war das Highlight?**

Da gibt es viele. Innenpolitisch waren die letzten sechs Jahre hochspannend, von der Abwahl Blochers bis hin zur faktischen Aufhebung des Bankgeheimnisses und seinen Folgen. Natürlich gehören Grossereignisse wie eidg. Wahlen zu den Höhepunkten jeder Inlandredaktion. Ihre wahre Stärke zeigt die Redaktion aber bei unerwarteten Ereignissen. Mitzuerleben, wie alle Rädchen ineinander greifen und die JournalistInnen zu Hochform auflaufen: das ist mein persönliches Highlight.

### **Und welches war der Tiefpunkt?**

Ein Stellenabbau, der ab Ende 2009 für alle Ressorts schmerzhaft Einschnitte brachte. Im Inland strichen wir die dritte Desk-Schicht, was eine Ausdünnung der Inland-Präsenz am Abend zur Folge hatte, aber die Produktionskapazitäten verschonte. Auch mussten wir die Büros in Frauenfeld und Neuenburg schliessen. Immerhin konnten Entlassungen verhindert oder zumindest abgefedert werden. Der Arbeitsdruck ist jedoch nicht kleiner geworden – im Gegenteil.

### **Welchen Rat geben Sie Ihrer Nachfolgerin mit auf den Weg?**

Nicole Meier braucht keine Ratschläge von mir. Ich freue mich, dass eine kompetente und engagierte Kollegin aus dem Inland-Team die Ressortleitung übernimmt.

Theodora Peter, Ressortleiterin Inland (bis September 2013)

Abb. 1: Die beiden Inlandchefinnen: Theodora Peter und Nicole Meier

Abb. 2: Und schon bald unterwegs: Theodora Peter (49)



Abb. 1: Die neue Inlandchefin: Nicole Meier (41)

## sda Nachrichten

### Schawinski würde als Erstes fragen: Wer sind Sie?

Ich bin ein Mensch, der sich für fast alles interessiert. Ich bin sehr neugierig und habe bisher in meinem Leben das angepackt, was mich begeisterte, auch wenn es wenig opportun oder unkonventionell schien.

#### Warum Journalismus?

Die Kombination macht den Reiz aus: die Recherche, die Arbeit am Text, die Themenvielfalt, die staatspolitische Aufgabe. Der Beruf ist auch ein Vorwand, überall hinein- und dahinterzuschauen und Fragen zu stellen – auch unangenehme.

#### Sind Sie immer im Journalismus geblieben?

Nein. Ich habe nicht einmal im Journalismus angefangen. Meine Erstausbildung nach der Kantonsschule war eine landwirtschaftliche. Ich bin diplomierte Landwirtin, habe Melken, Traktorfahren und vieles mehr gelernt. Das MAZ war meine Zweitausbildung. Im Rahmen der Medien-Stages, die das MAZ mit der Deza anbietet, konnte ich zudem zwei Monate zu einer englischsprachigen Zeitung in Bangladesch. Das war in jeder Hinsicht überwältigend und hat mich auf den Geschmack gebracht, im Ausland zu arbeiten. Nach sieben Jahren beim Winterthurer «Stadtblatt» selig war ich deshalb ein Jahr als Menschenrechtsbeobachterin im indonesischen Teil von Papua.

#### Und weshalb sind Sie zurück in den Journalismus?

Weil meine Fähigkeiten hier besser zum Tragen kommen als in der internationalen Zusammenarbeit. Ich war zunächst zwei Jahre im ersten Bund der «SonntagsZeitung» und arbeite nun seit gut vier Jahren bei der sda - im Inland und hin und wieder im Bundeshaus.

#### Was reizt Sie daran, die Inlandredaktion zu leiten?

Nach meiner Zeit als «Stadtblatt»-Chefin war für mich klar, dass ich wieder eine Führungsfunktion übernehmen will, wenn sich die Chance dazu bietet. Dieser Zeitpunkt ist nun gekommen. Ich freue mich darauf, mehr Verantwortung zu tragen, publizistisch mehr Einfluss zu nehmen und mit einem motivierten Team unser Angebot weiterzuentwickeln.

#### Was wollen Sie anders machen?

Ich muss das Rad nicht neu erfinden. Meine Vorgängerin Theodora Peter hat hervorragende Arbeit geleistet, und sie übergibt mir eine gut organisierte Redaktion. Mir ist die Ausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Kunden sehr wichtig. Wir sind die einzige Nachrichtenagentur in der Schweiz, das ist grosse Verantwortung. Es ist wichtig, dass wir in den grossen und populären Themen federführend sind und gute Geschichten bringen. Dennoch dürfen wir nicht jedem Hype hinterherjagen. Das ist eine Gratwanderung. Die Glaubwürdigkeit ist das Kapital der Agentur.

Nicole Meier, Ressortleiterin Inland (ab Oktober 2013)



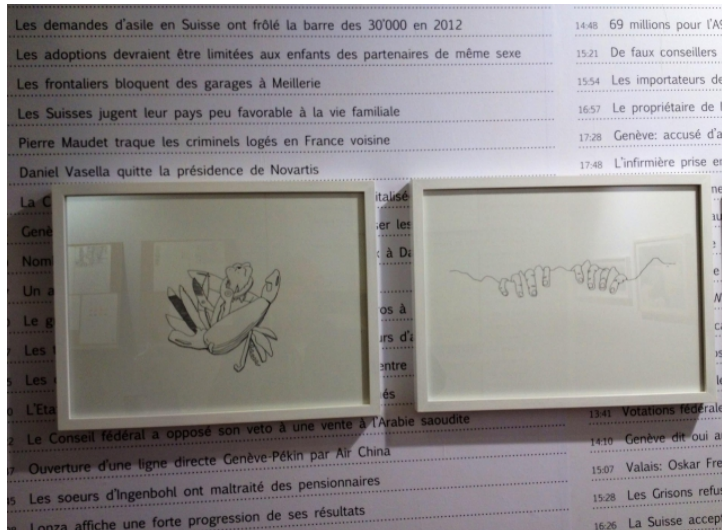


Abb. 1: Julien Serve drückt seine persönliche Sicht auf die Schweiz in Zeichnungen aus. Er stützt sich dabei auf sda-Meldungen ab, die er während drei Monaten Tag für Tag gelesen hat.

## sda Nachrichten

### sda-Meldungen als Kunstwerk

Meldungen von Nachrichtenagenturen, die Fakten vermitteln, sind in der Regel eher eine trockene Materie. Dass sich mit der Symbiose von Nachrichten und Kunst neue Dimensionen erschliessen lassen, zeigt eine Ausstellung des Pariser Künstlers Julien Serve (37).

Während mehr als drei Monaten hat Serve auf der Suche nach Schweizer Nachrichten unermüdlich das Internet durchsurft. Im vergangenen Winter/Frühjahr hat er insgesamt 561 Meldungen aus dem Netz gefischt, wobei es sich in erster Linie um sda-Meldungen handelte sowie um einige Medien-Communiqués. Als Franzose, der die Schweiz kaum kannte, konnte sich Serve so ein Bild über den Alltag in unserem Land machen.

### Riesige Leinwände

Entstanden ist daraus eine Ausstellung mit dem Titel «Eisnacht mit angekündigtem Tauwetter» («Nuit glaciale et redoux annoncé»). Der Künstler liefert uns darin seine sehr subjektive Sicht auf die Schweiz. Auf riesigen weissen Leinwänden von 2,50 Metern Höhe hat Serve die Meldungen der sda abgedruckt. Im Vordergrund ist jeweils eingerahmt eine kleine Zeichnung zu finden, die einzelne Nachrichten illustriert. Es reiht sich so in verwinkelten Gängen Leinwand an Leinwand.

Politischer Wertungen enthält sich Serve. Sein Beitrag besteht vor allem darin, Illustrationen für Nachrichten zu entwerfen. Während eines Aufenthaltes in Genf im Februar 2013 hat er rund 200 Zeichnungen entworfen und etwa 100 Fotos geschossen. «Die Welt der Bilder sollte ebenso bunt und vielfältig sein wie die Nachrichtenflut, die täglich über uns hereinbricht», hält die Genfer Galeristin Barbara Polla fest, die das Werk im letzten Frühjahr im Pariser Salon für zeitgenössische Kunst ausgestellt hat.

«Ich habe mich persönlich stark eingebracht. Ich habe mir bei dieser Ausstellung alle Freiheiten genommen», betont Serve. Er habe auf seiner Schweizer Entdeckungstour eine Realität angetroffen, die nicht seiner eigenen Lebenswirklichkeit entspreche.

### Von der Aktualität inspiriert

Auch wenn es bisweilen keinen direkten Bezug zwischen den Nachrichten und den Bildern gibt, lässt Serve keinen

Zweifel aufkommen, dass ihn die Aktualität inspiriert hat. Der Steuerstreit zwischen Frankreich und der Schweiz war ein solches Thema. «Wer die Finger in die Konfitüre hält, muss damit rechnen, dass etwas haften bleibt», kommentiert Serve das dazu passende Bild, das eine zerfallende Hand zeigt.

Doch auch provokative Bilder sind zu sehen. Die Frau, die sich mit einer Toblerone masturbiert, rückt die kürzlich errichteten Sexboxen für Prostituierte des Zürcher Strassenstrichs ins Bild. Intimität und Öffentlichkeit stossen hier irritierend aufeinander. «Indem ich die Realität mit meinen Zeichnungen einfange, gelingt es mir, meinen Platz in einer ansonsten nur schwer fassbaren Welt zu finden», so Serve. Auch wenn die Bilder und Zeichnungen nicht immer seine Lebensrealität widerspiegeln und selbst für ihn manchmal nur schwer zu akzeptieren seien.

### **Faszinierende Zeichnungen**

Bevor er sich mit seiner Schweizer Ausstellung in unbekannte Tiefen stürzte, hat der französische Künstler in seinem Heimatland bereits ähnliche Spuren hinterlassen. Im Sommer 2012 wählte er 1440 Meldungen der Nachrichtenagentur AFP aus und brachte sie in eine Ausstellung mit dem Titel «Ein perfekter Tag» («Une journée parfaite») ein. Auch hier faszinieren die Zeichnungen. Sie laden ein zum Verschnaufen in der Aktualität, was den Nachrichtenfluss bremst.

Béat Grossenbacher, stv. Chefredaktor



Abb. 1: Novak Djokovic und Rafael Nadal, Sieger 2013

Abb. 2: USTA National Tennis Center in Flushing Meadows, New York

## Sportinformation Si

### Das Turnier, bei dem man nur selten schläft

Es war ein simpler Avis an unsere Kunden: «Der Beginn der Partie beim US Open zwischen Roger Federer und Tommy Robredo verzögert sich wegen Regens. Wir berichten im Dienst vom Dienstag.» Während die Redaktionen in der Schweiz nun wussten, dass sie den für die Federer-Berichterstattung vorgesehenen Platz freigeben konnten, respektive anderweitig besetzen mussten, begann vor Ort das grosse Warten.

Das Warten auf das Ende des Regens, das Warten auf die Bekanntgabe des revidierten Spielplans samt Verlegung der Partie vom grössten auf den zweitgrössten Platz und schliesslich das Warten auf die Steigerung des 17-fachen Grand-Slam-Siegers. Diese kam für einmal nicht und es war Lokalzeit, als das US Open eine seiner wohl grössten Sensationen der Neuzeit hatte. Zur selben Zeit, in der Schweiz war es mittlerweile nach 2 Uhr in der Nacht, begann für den Reporter die Informationslieferung an die verschiedenen Kanäle. Vormeldung, Sport 164 Audio auf Deutsch und Italienisch sowie als SMS, Online und der Radiokundendienst Live und Kompakt sind die Gefässe, die es in einer solchen Situation jeweils möglichst schnell und präzise «abzufüllen» gilt.

Kaum waren alle diese Vorgänge erledigt, erschien Roger Federer zur Pressekonferenz und gab Auskunft. Seine Statements auf Schweizerdeutsch wurden dann via FTP-Server über den Ozean transportiert, so dass sie sämtliche Radiokunden zeitnah in den Frühenachrichten verwenden konnten.

Nun, nach knapp 12 Stunden vor Ort im Stadtteil Queens, ging es per Shuttlebus wie jeden Tag zurück nach Manhattan. Nach knapp halbstündiger Fahrt und einem kurzen Besuch im 24-Stunden-Shop zwecks Erfüllung der gastronomischen Grundbedürfnisse wurde im Hotelzimmer weitergearbeitet. Haupttext, Zweitstoff und Kommentar forderten weitere dreieinhalb Stunden Konzentration, so dass die Kollegen in den Redaktionsstuben bei Dienstantritt bereits genügend Material vorfanden.

Nicht jeder Tag bei einem Grand-Slam-Turnier verläuft ganz so arbeitsintensiv. Von der Belastung her ist aber das US Open wohl das Anstrengendste der vier grossen Tennisturniere und dies nicht nur, weil (heuer erstmals) 15 Tage ohne Pause durchgespielt wird. Die sechs Stunden Zeitverschiebung hängen stets über dem Schreibenden wie ein unsichtbares Damoklesschwert. Bei Spielbeginn um 11 Uhr Ortszeit ist es in der Schweiz bereits 17 Uhr und oft laufen relevante Partien dann mitten in die Deadline hinein. Nach 23 Uhr Schweizer Zeit ist zwar die Aktualität

beendet, gerade Online-Dienste zwingen aber auch anschliessend zu grosser Präsenz.

In leichter Adaptation des Mottos der Stadt ist das US Open auch für den Agentur-Journalisten «das Turnier, bei dem er nur selten schläft». Aber doch etwas mehr als in der Nacht, in der ihm die Federer-Niederlage buchstäblich den Schlaf raubte. Um 04.50 Lokalzeit, eine knappe halbe Stunde nach endlich beendetem Nachtwerk, ertönte das Telefon. Ein Lokalradio bat um ein Interview zu den Gründen für das vorzeitige Aus...

Marco Keller, Sportinformation



## news aktuell

### news aktuell (Schweiz) AG erwirbt Edition Renteria SA

Die sda-Tochter news aktuell (Schweiz) AG hat 100 Prozent der Anteile an der Edition Renteria SA erworben. Damit wachsen die beiden führenden schweizerischen Anbieter von Journalistenadressen zusammen. Mit diesem Schritt festigt news aktuell seine Marktführerschaft unter den PR-Dienstleistern und schafft beste Voraussetzungen für weiteres Wachstum und Innovationen.

«Der Erwerb von Renteria ist für news aktuell ein entscheidender Schritt in die Zukunft. Damit bauen wir unsere hervorragende Marktposition weiter aus», erklärte news aktuell-Geschäftsführer Kai Gerwig heute in Zürich. «Gemeinsam mit der starken Marke und der grossen Expertise von Renteria liefern wir beste Lösungen und Services für die Kommunikationsverantwortlichen unseres Landes.» Der Erwerb von Renteria untermauert den Anspruch der sda-Tochter, die Nummer Eins in der Schweiz zu sein, wenn es um die gezielte Ansprache von Journalisten und Meinungsmachern geht.

«Mit Renteria übernehmen wir ein Unternehmen und eine Marke mit grosser Tradition und hoher Bekanntheit. Das Leistungsspektrum beider Unternehmen ergänzt sich optimal», sagte Carl-Eduard Meyer, Präsident des Verwaltungsrates von news aktuell (Schweiz) AG und gleichzeitig auch Geschäftsführer von news aktuell in Deutschland. Zu Beginn des Jahres hatte die Hamburger dpa-Tochter bereits den führenden deutschen Anbieter für Journalistendaten Zimpel Media Daten GmbH erworben. «Mit dem Kauf von Renteria verfolgen wir jetzt in der Schweiz eine ähnliche Strategie wie in Deutschland und führen das Beste aus zwei Welten zusammen. Davon wird die gesamte PR-Wirtschaft profitieren.»

Über den Kaufpreis wurde unter den Vertragspartnern Stillschweigen vereinbart.

Über [news aktuell \(Schweiz\) AG](#)

news aktuell (Schweiz) AG ist ein Unternehmen der sda-Gruppe mit Sitz in Zürich. Die Medienstellen von Unternehmen, PR-Agenturen und Organisationen nutzen die Dienstleistungen von news aktuell, um Redaktionen und Öffentlichkeit mit Informationen zu versorgen. Mit Services für Medienmitteilungen, Bilder und Videos rund um die Kernmarke OTS (Originaltextservice) unterstützt die sda-Tochter tausende PR-Spezialisten

bei ihren vielfältigen Kommunikationsaufgaben. Daneben \n bietet news aktuell PR-Software für Adressmanagement und Social Media \n Monitoring an. Ausserdem betreibt news aktuell mit Partneragenturen ein \n weltweites Netzwerk für die Veröffentlichung von \n Unternehmensnachrichten.

## Über Edition Renteria SA

Die \n Edition Renteria SA ist seit über 40 Jahren Herausgeberin des Schweizer \n PR- und Medienverzeichnisses. Das in Zürich ansässige Unternehmen \n stellt Adressmaterial in Print und Online bereit. Zum Portfolio von \n Renteria gehören Verzeichnisse aller Kontakte und Ansprechpartner in der \n Kommunikations- und Medienbranche, die kompletten Verlagsdaten und \n Tarife der Schweizer Medien sowie das Handbuch für Corporate \n Communications mit Fachwissen und aktuellen Daten zur \n Unternehmenskommunikation.

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer, news aktuell (Schweiz) AG, Tel. 043 960 68 01, [gerwig@newsaktuell.ch](mailto:gerwig@newsaktuell.ch)

## AWP

### Metadaten erlauben AWP-Kunden vielfältige Verknüpfungen

Nachrichtenagenturen wie AWP stehen im permanenten Datenaustausch mit einer Vielzahl von News-Abnehmern: mit Redaktionen, Finanzinformationssystemen, E-Banking-Lösungen und Internet-Sites beispielsweise. Damit sich unterschiedliche Systeme auch verständigen können, braucht es im Datenaustausch von News-Meldungen die sogenannten Metadaten. Dank diesen Metadaten kann ein Empfängersystem die AWP-Meldungen technisch automatisch «interpretieren und verstehen».

AWP-Redaktoren codieren alle Nachrichten mit Metadaten. Alle AWP-Meldungen werden beispielsweise mit einem länderspezifischen IPTC-Code versehen. Neben Länder-Codes führt AWP auch zahlreiche Branchen- und Rubriken-Codes. So lässt sich der Meldungsinhalt eines News-Ereignisses genau zuordnen, beispielsweise ein Unternehmensergebnis (Rubrik) eines Pharmaunternehmens (Branche) aus der Schweiz (Land). Betrifft eine Meldung gar mehrere Länder, Rubriken oder Branchen, werden weitere entsprechende Codes gesetzt.

#### Massgeschneiderte Filter

Wenn über ein Unternehmen, einen Börsenplatz, einen Rohstoff etc. berichtet wird, verknüpft die AWP-Redaktion die Nachricht jeweils noch mit zusätzlichen Metadaten. Diese Verknüpfungen können genutzt werden, um die Nachrichten beispielsweise in einem Finanzinformationssystem dem entsprechenden Unternehmen zuzuordnen. AWP offeriert dabei eine grosse Auswahl an weitergehenden Verknüpfungsinformationen: Name, Kurzname, ISIN, CH-Nummer und Ticker der Firma, über die berichtet wird.

In Finanzinformationssystemen lassen sich beispielsweise über die ISIN verschiedenste Daten vielfältig mit AWP-Meldungen kombinieren. So können Kurspreis oder Handelsvolumen einer Aktie mit den Unternehmensmeldungen verknüpft werden. Auf einem Chart wiederum lassen sich die Meldungen in einem zeitlichen Ablauf abbilden. Oder es wird das Nachrichtenaufkommen zu einem Titel gemessen und visuell dargestellt.

Dank umfangreicher Metadaten lassen sich letztlich auch sehr spezifische Nachrichtenfilter erstellen und so auch massgeschneiderte Informationspakete für Kunden schnüren, die technisch dafür eingerichtet sind und diese Metadaten maschinell auslesen können. Nicht zuletzt erleichtern Metadaten dank umfangreicher Filtermöglichkeiten

den Nutzern das Suchen, Finden und Kategorisieren von News-Ereignissen.

### **Reichhaltige Visualisierungsmöglichkeiten**

Die AWP-Redaktion wertet überdies auch Studien und Anlageempfehlungen zu allen SPI-Aktien, für die Analysen zur Verfügung stehen, strukturiert aus. Jede Finanzanalyse-Meldung wird ebenfalls mit zahlreichen Metadaten codiert: Erfasst werden beispielsweise die ISIN, neues und altes Kursziel der Aktie inklusive Währung, die aktuelle und vorhergehende Ratingeinstufung, Gewinn- und Dividendenschätzungen sowie der Name des Analysten und des Finanzinstituts. Diese Systematik geht weit über die Codierung eines klassischen Nachrichtenfeeds hinaus.

Mit den Metadaten des AWP-Analyser liefert AWP die Datenbasis für eine grafische und statistische Auswertung und Aufbereitung der Analystenempfehlungen. Denn die Einbindung der Finanzanalyse-Meldungen in professionelle Research-Tools und Finanzinformationssysteme ermöglicht umfangreiche Visualisierungen, die Berechnung von Durchschnittswerten sowie Min/Max-Aussagen: Welche Aktie hat die meisten Kaufempfehlungen? Welcher Titel weist das grösste Kurspotenzial auf? Wie hat sich der Kurs im Vergleich zu den Empfehlungen entwickelt?

Thomas Pentsy, AWP



## KEYSTONE

### 60 Jahre Keystone - Ein Blick in die Geschichte

Vom Einmann-Betrieb zur führenden Bildagentur der Schweiz: Seit 60 Jahren macht KEYSTONE Bilder sichtbar. Die Vorgeschichte der heutigen KEYSTONE AG beginnt aber schon im Jahr 1891 mit der Gründung der Keystone View Company in den USA, einer der ersten Pressebildagenturen mit unabhängigen Filialen in aller Herren Ländern. **Gründung am 1. August 1953** Die Schweizer Niederlassung wurde am 1. August 1953 eröffnet, pünktlich zum Schweizer Nationalfeiertag – ein gutes Omen: Als eine der wenigen hat diese Filiale die stetigen Umwälzungen der Medienbranche mitgemacht und bietet heute zusätzlich zum Bild mit den Produkten Infografik und Video alle visuellen Komponenten aus einer Hand.

In den Anfangszeiten von KEYSTONE wurde mit den Bildern regelrecht hausiert: Jeden Tag trafen mit der Post Fotografien von den internationalen KEYSTONE-Filialen ein, mit pro Sujets je drei Abzügen; nachmittags wurden mit diesen Bildern die Redaktionen besucht, die Meistbietenden erhielten Vorrang. Mit der wachsenden Kundenzahl brachte zusätzlich ein Bote mehrmals täglich Reproduktionen von den aktuellsten Bildern aus dem In- und Ausland an den Zürcher Hauptbahnhof, von wo aus die Redaktionen in allen Regionen der Schweiz mit der Bahn beliefert wurden; umgekehrt erreichte eine Auswahl der eindrucklichsten Bilder aus der Schweiz jede Woche die ausländischen Partner.

#### Das «Schweizer Auge»

In den 1960er Jahren wurden erstmals Schweizer Fotografen ins Ausland geschickt, mit dem Auftrag mit einem «Schweizer Auge» zu fotografieren. Ab 1970 baute KEYSTONE ein Übermittlungsnetz auf, mit dem pro Stunde ganze vier Bilder übermittelt werden konnten – zum Vergleich: heute sind es täglich 5'000-10'000 neue Bilder. Mit dem ersten Bildcomputer in der Redaktion 1990 kam die digitale Wende, seit 1997 ist KEYSTONE im World Wide Web präsent, zur Jahrtausendwende wurde der Postversand ganz eingestellt. Aus der analogen «Wochenschau» in den Vitrinen von über 80 Geschäften aller Regionen der Schweiz sind digitale «Lightboxen» geworden.

Heute ist KEYSTONE die führende Bildagentur der Schweiz mit 75 Mitarbeitenden – darunter 20 festangestellten Fotografen. Dank dem weltweiten Netzwerk von exklusiven Partneragenturen und zahlreichen Freelance Fotografen bietet KEYSTONE auf ihrer Datenbank über 7 Millionen Bilder an und verfügt über ein historisches Archiv mit über 10 Millionen Bildern, die einen wichtigen Bestandteil der sozialen Geschichte der Schweiz bilden.

Zur Feier des **60-Jahre Jubiläums** laden wir Sie herzlich ein zu den **KEYSTONE Open Days** an der Grubenstrasse 45 - **Donnerstag, 19. und Freitag, 20. September 2013, jeweils von 10 bis 18 Uhr.** Information &

Abb. 1: Drei Bauarbeiter halten sich vor einer Sprengung beim Bau des grossen St. Bernhard-Tunnels am 25. Mai 1960 die Ohren zu.



Anmeldung unter [marketing@keystone.ch](mailto:marketing@keystone.ch).

Kurz und bündig

## News aus der SDA-Gruppe

---

### PR-Bild Award 2013: Jetzt abstimmen

news aktuell lädt Medien- und PR-Schaffende herzlich zur Wahl des besten PR-Bildes des Jahres ein. Von den rund 1'700 Bewerbungen für den PR-Bild Award haben 60 Motive den Sprung in die Shortlist geschafft. Unter allen Abstimmungsteilnehmern verlost news aktuell 5 x 2 Kinogutscheine!

[Jetzt abstimmen und gewinnen!](#)

### Summer Special: Textverbreitungen mit Bildern zu Sonderkonditionen

Noch bis am 30.9.2013 können PR-Schaffende Medienmitteilungen mit Bildern über das OTS-Netzwerk von news aktuell mit einem Preisvorteil von 15 % verbreiten - in der Schweiz, Europa oder rund um den Globus. Angebotspreis: ab CHF 615.00.

[Mehr Informationen und Buchung](#)