

Editorial

Der Schein trügt

Tagein, tagaus liefert die sda-Redaktion ihren Kunden zuverlässig in drei Sprachen Meldungen über das Geschehen in den Regionen, in der Schweiz und in der Welt. Seit jeher ist das der Auftrag der nationalen Nachrichtenagentur. Und seit jeher bemühen wir uns, die sich ändernden Bedürfnisse unserer Kunden zu erfüllen, ohne jedem Modetrend nachzujagen. Ziemlich unspektakulär könnte man meinen, langweilig und monoton. Doch weit gefehlt. Nicht nur sorgt allein die Aktualität ständig für neue Herausforderungen, auch das Unternehmen und die Redaktion entwickeln sich laufend weiter. Ohne viel Brimborium hat sich der Newsroom - es gibt ihn seit 1980, doch damals hiess er noch Grossraumbüro - der sda in letzten Jahren stark verändert. Die Organisation innerhalb der Redaktion und die Abläufe wurden angepasst und schlanker gemacht, und neue Projekte werden in- und ausserhalb des Mutterunternehmens immer wieder lanciert. Über zwei solche Projekte erfahren Sie im Newsletter mehr. Da ist einerseits der Umzug unseres Nachtdienstes nach Sydney und andererseits das Corporate Publishing Team von SDA/AWP Multimedia. Kleine, aber feine Projekte, die stets vom Geist der sda getrieben werden, auch in einem schwierigen Umfeld den verschiedensten Kunden ein qualitativ hochstehendes Produkt zu einem guten Preis anbieten zu können.

Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Mitgearbeitet an dieser Ausgabe haben:

Bernard Maissen (sda); Béat In Grossenbacher (sda);
Winfried Kösters (sda); Peter Josi (sda); Roman Eberle (Si);
Thomas Pentsy (AWP); Thomas Peterhans (AWP);
Catharina In Graf (Keystone); Andrea Menken (news)



Leitartikel

Seriöse Agenturarbeit und der Kundenwunsch

Der Bundesgerichtskorrespondent der sda hat zwei Hauptaufgaben: Er (oder sie) muss aus der enormen Fülle an Urteilen diejenigen herausfischen, die für die Öffentlichkeit von Interesse sind und die ausgewählten Entscheide in einen gut verständlichen Text fassen. Das Bedürfnis der Medien und der Leserschaft nach emotionalen Themen, packenden Geschichten und sensationellen Neuigkeiten ist gross. Bundesgerichtsurteile enthalten häufig entsprechenden Stoff und die Agentur kann zur Erfüllung dieser Ansprüche beitragen. Sie muss dabei aber Vorsicht walten lassen.

Pflicht zur Differenziertheit

Gegenüber den von einem Urteil betroffenen Parteien und dem Thema selber ist die nötige Distanz zu wahren. Das gilt insbesondere bei sehr aufwühlenden Fällen wie etwa dem Mord am Au-Pair Lucie oder bei emotional besetzten Bereichen wie internationalen Kindsentführungen durch einen Elternteil. Hier besteht ein grosses Bedürfnis der Medien nach «Betroffenheits-Journalismus» mit Statements der involvierten Personen. Das muss aus meiner Sicht für die Agentur mit ihrem Anspruch an Objektivität ein Tabu bleiben.

Im Kampf um Kunden ist die Verlockung für die Medien stark, dem eigenen Text oder Beitrag eine möglichst grosse Bedeutung zu verleihen. Der Wunsch nach einer möglichst klaren Aussage, nach Zuspitzung und Verallgemeinerung birgt die Gefahr, gewisse Elemente aus den meist sehr differenzierten Erwägungen eines Urteils auszublenden oder zumindest in den Hintergrund zu rücken und andere Details aufzublasen. Während anderen Medienschaffenden in gewissem Umfang noch erlaubt sein mag, hier einen etwas subjektiveren Blickwinkel einzunehmen, muss der Agenturtext in jedem Fall alle wesentlichen (juristischen) Fakten vollständig, korrekt und nüchtern wiedergeben.

Wachsende Bedeutung

Angesichts der Fülle an verfügbaren Informationen kommt der Einordnung heute eine immer grössere Bedeutung zu. Die objektive Beurteilung eines Entscheides durch sachkundige Dritte macht deshalb bei Bedarf auch Sinn. Der Blick auf die Sache muss aber auch hier objektiv bleiben. Die betroffenen Streitparteien liefern zwar regelmässig eine publikumsträchtige Einordnung und verstehen «ihr» Urteil als «bedeutenden Grundsatzentscheid» (wenn sie gewinnen) oder als «krasses Fehlurteil» (wenn sie verlieren). Ihre Einschätzung, so gut sie sich als Aufhänger auch macht, dient einer Einordnung deshalb in der Regel wenig.

Die Bundesgerichts-Berichterstattung der sda muss damit im positivsten Sinne «Mittelmass» sein: Nüchtern, sachlich und differenziert. Das gilt für die Zukunft noch mehr. Vor 15 Jahren, als der Schreibende seine Tätigkeit bei der sda aufgenommen hatte, traf er noch auf zahlreiche Kolleginnen und Kollegen von Zeitungen (und einer Konkurrenzagentur), die regelmässig über das Geschehen am Bundesgericht berichteten. Heute lassen sich die hauptberuflichen Bundesgerichtskorrespondentinnen und -korrespondenten an einer Hand abzählen. Die Bedeutung der Agentur dürfte damit in diesem Bereich künftig noch steigen.

Peter Josi, Bundesgerichtskorrespondent sda



Abb. 1: David Kunz (im Vordergrund) und Stefan Trachsel, die in den Redaktionsräumen der australischen Nachrichtenagentur AAP den Sprung auf den Nordpol des Globus gewagt haben (von links nach rechts): Stefan Trachsel, Gilles D'Andrès, Blaise-André Simon und David Kunz.

sda Nachrichten

sda hat Quartier in Australien bezogen

Drei Monate sind es nun her, dass die sda ihren Nachtdienst in die australische Metropole Sydney ausgelagert hat. Seit dem 2. Januar 2014 produzieren je ein deutsch- und französischsprachiger Redaktor am anderen Ende der Welt den sda-Dienst, wenn in der Schweiz finstere Nacht herrscht. Nach knapp 100 Tagen ziehen alle Beteiligten eine positive erste Bilanz.

Glockenschlag 23 Uhr europäische Winterzeit. In den sda-Redaktionsräumen im ersten Stock an der Länggassstrasse 7 in Bern brennt noch Licht. Die deutsch- und französischsprachigen Ausland-/Online-Redaktoren beenden ihre Spätschicht. Via Skype informieren sie ihre Kollegen in Sydney über die aktuelle Nachrichtenlage. In Sydney ist es 9 Uhr. Die Kollegen haben ihre Tagschicht soeben begonnen. Ihr Arbeitsplatz befindet sich in den Redaktionsräumen der australischen Partneragentur AAP – mit herrlichem Ausblick über die Stadt.

Tagschicht in tiefer Nacht

Acht Stunden später, nach getaner Arbeit, zeigt sich das exakt gleiche Bild – mit umgekehrten Vorzeichen. Während in Sydney die Sonne dem Horizont entgegen strebt, erwacht die Schweiz allmählich und begrüsst einen neuen Tag. Während ihrer Schicht haben die beiden Kollegen im Büro Sydney Meldungen selektiert oder selber geschrieben. Sie verfolgen das internationale, nationale und auch regionale Geschehen in der Schweiz.

In diesen Tagen sorgen die verschwundene Boeing der Malaysia Airlines oder das Dossier Ukraine für Schlagzeilen. Ein waches Auge hat die Crew in Sydney auf die Schweizer Aktualität: Unfälle, Unwetter, Brände oder Störungen auf dem SBB-Netz werden zu Meldungen verarbeitet. «Es ist schon sehr speziell, wenn wir von Australien aus bei einer Kantonspolizei anrufen. Wir stellen uns lebhaft vor, mit welch grossen Augen der Beamte am anderen Ende der Telefonleitung auf das Display schaut, wenn dort die Vorwahl +61 angezeigt wird», sagt Stefan Trachsel, der für die deutschsprachige Redaktion arbeitet.

Die sda-Chefredaktion ist mit der Arbeit des Büros in Sydney sehr zufrieden. Die Erwartungen haben sich voll erfüllt. Die Nachrichtenproduktion hat an Umfang und Inhalt gewonnen. Die Equipe reagiert rasch auf aktuelle Ereignisse. Interviews in Tageszeitungen werden bereits in der Nacht ausgewertet, sodass sie den elektronischen Medien und den Nachrichtenportalen in der Schweiz in der Primetime am frühen Morgen zur Verfügung stehen.

Jeweils am Sonntagmorgen liefert die sda eine Presseschau mit sieben bis acht aktuellen Themen aus den Sonntagszeitungen. Die sda kann damit einen lang gehegten Wunsch dieser Blätter nach mehr Präsenz am frühen Morgen erfüllen.

Für die je zwei deutsch- und französischsprachigen Kollegen in Sydney, die sich jeweils im Dienst abwechseln, stimmt das Arbeitsumfeld. Einzig die Technik bereitet noch einige Probleme. So sind die Antwortzeiten des Redaktionssystems wegen der grossen Distanz noch nicht optimal. Die Kollegen benötigen für das Herunterladen von Schweizer Zeitungen viel Geduld. Seit die AAP auf Glasfaserkabel umgestellt hat, konnte das Problem etwas entschärft werden. Weitere Optimierungen sind geplant.

Europas Medien entdecken Australien

Die sda ist nicht die einzige Nachrichtenagentur, die bei der AAP Unterschlupf gefunden hat. Bereits seit einiger Zeit ist die dänische Agentur Ritzau in Sydney präsent. «Neben uns sitzen ferner zwei deutsche Kollegen, die Meldungen aus den AP Weltnachrichten in die deutsche Sprache übersetzen», sagt Blaise-André Simon, der für den französischsprachigen sda-Dienst in Sydney tätig ist. In den Startlöchern stehen die Agenturkollegen aus Norwegen und Finnland. Und auch die belgische Nachrichtenagentur Belga und die schwedische TT überlegen sich, ihre Nachtdienste nach Sydney zu verlegen.

«Wir arbeiten zwar nicht systematisch Hand in Hand mit den anderen Agenturkollegen. Aber wir haben einen guten Draht zueinander und helfen uns gegenseitig, wo wir können», sagt Stefan Trachsel. «Waren früher je ein deutsch- und französischsprachiger Kollege in Bern einsam auf weiter Flur tätig, so profitieren wir heute von einem regen Austausch mit unseren Kollegen aus Deutschland oder Dänemark.» Und auch nach Dienstschluss treffen sich die Kollegen gelegentlich zu einem Bier in einer der vielen Bars in Sydney. «Wir haben hier viele neue Freunde gewonnen», weiss Gilles D'Andrès zu berichten.

Béat Grossenbacher, stv. Chefredaktor

\n
n
S
p
a
rt
a
n
is
c
h
e
r
S
ta
rt
W
e
n
n
d
ie

K
o
ll
e
g
e
n
i
n
S
y
d
n
e
y
v
ia
S
k
y
p
e
i
n
T
o
n
u
n
d
B
il
d
e
rs
c
h
ei
n
e
n,
is
t
i
h
n
e
n
g

r
o
s
s
e
Z
u
fr
ie
d
e
n
h
ei
t
a
n
z
u
m
e
r
k
e
n.
H
ei
m
w
e
h
k
e
n
n
e
n
si
e
n
ic
h
t.
D
ie
a
n
g
e

n
e
h
m
e
Z
u
s
a
m
m
e
n
a
r
b
ei
t
m
it
i
h
r
e
n
K
o
ll
e
g
e
n
a
u
s
d
e
n
a
n
d
e
r
e
n
e
u
r
o

p
äi
s
c
h
e
n
L
ä
n
d
e
r
n
h
at
e
s
i
h
n
e
n
le
ic
h
t
g
e
m
a
c
h
t,
si
c
h
r
a
s
c
h
z
u
i
n
te
g
ri

e
r
e
n.

D
ie
R
o
m
a
n
d
s
w
e
c
h
s
el
n
si
c
h
al
le
si
e
b
e
n
T
a
g
e
i
m

D
ie
n
st
a
b.
G
il
le
s
D

,
A
n
d
r
è
s
h
at
d
ie
fr
ei
e
Z
ei
t
b
e
r
ei
ts
z
u
d
i
v
e
rs
e
n
A
u
sf
l
ü
g
e
n
i
n
d
ie
n
ä
h
e
r
e

u
n
d
f
e
r
n
e
r
e
U
m
g
e
b
u
n
g
g
e
n
u
tz
t.
A
u
f
d
e
m

a
u
st
r
al
is
c
h
e
n
K
o
n
ti
n
e
n
t,

a
b
e
r
a
u
c
h
i
n
B
al
i,
w
a
r
e
r
a
u
f
E
n
t
d
e
c
k
u
n
g
st
o
u
r.
«
D
o
c
h
a
u
c
h
E
r
h
o
l

u
n
g
is
t
i
n
d
e
r
F
r
ei
z
ei
t
w
ic
h
ti
g.
F
is
c
h
e
n
u
n
d
S
u
rf
e
n
si
n
d
i
d
e
al
e
A
k
ti
v
it
ät

e
n,
u
m

a
b
z
u
s
c
h
al
te
n
».

«
D
a
s
g
r
ö
s
st
e
H
i
n
d
e
r
n
is
w
a
r
n
a
c
h
d
e
r
A
n
k
u

n
ft
i
n
S
y
d
n
e
y,
ei
n
e
p
a
s
s
e
n
d
e
W
o
h
n
u
n
g
z
u
fi
n
d
e
n
»,
s
a
g
t
B
la
is
e
-
A
n
d
r

é
S
i
m
o
n.
«
D
a
s
h
at
lä
n
g
e
r
g
e
d
a
u
e
rt
,
al
s
ic
h
g
e
d
a
c
h
t
h
a
b
e.
»
D
r
ei
W
o
c
h
e

n
m
u
s
st
e
e
r
i
n
H
o
te
ls
v
e
r
b
ri
n
g
e
n.
D
ie
A
p
p
a
rt
e
m
e
n
ts
s
ei
e
n
h
ä
u
fi
g
z
u
te
u
e

r,
z
u
k
le
i
n
u
n
d
u
n
s
a
u
b
e
r.
U
n
d
d
ie
b
is
z
u
z
e
h
n
F
o
r
m
u
la
r
e,
d
ie
e
s
a
u
s
z
u
f

ü
ll
e
n
g
el
te
,
z
e
rr
te
n
a
n
d
e
n
N
e
r
v
e
n.

E
h
e
r
s
p
a
rt
a
n
is
c
h
g
i
n
g
e
s
b
ei
G
il
le

s
D
,
A
n
d
r
è
s
n
a
c
h
d
e
r
E
i
n
r
ei
s
e
z
u
u
n
d
h
e
r.
I
n
d
e
n
e
rs
te
n
b
ei
d
e
n
W
o
c
h

e
n
k
a
m

e
r
i
n
ei
n
e
r
J
u
g
e
n
d
h
e
r
b
e
r
g
e
u
n
te
r,
d
ie
e
n
g
u
n
d
ü
b
e
rf
ü
ll
t
w
a

r
u
n
d
i
h
m

i
m

w
a
h
rs
te
n
S
i
n
n
e
d
e
s
W
o
rt
e
s
a
u
f
d
e
n
M
a
g
e
n
s
c
h
l
u
g.
S
c

h
li
e
s
sl
ic
h
f
a
n
d
e
r
ei
n
e
B
le
i
b
e
(
S
h
a
r
e
h
a
u
s
e
)
i
n
ei
n
e
m

d
y
n
a
m
is
c
h
e

n
V
ie
rt
el
i
m

Z
e
n
tr
u
m

S
y
d
n
e
y
s.
D
o
rt
le
b
t
e
r
n
u
n
z
u
s
a
m
m
e
n
m
it
z
e
h
n
M
it

b
e
w
o
h
n
e
r
n
a
u
s
al
le
r
H
e
rr
e
n
L
ä
n
d
e
r:
I
n
d
ie
n,
T
a
h
it
i,
T
ai
w
a
n,
E
n
g
la
n
d,
F
r

a
n
k
r
ei
c
h,
It
al
ie
n,
B
r
a
si
li
e
n,
F
i
n
n
la
n
d,
J
a
p
a
n
u
n
d
N
e
u
s
e
el
a
n
d.
«
W
ir
h
a
b
e

n
h
ie
r
v
ie
l
P
la
tz
u
n
d
ei
n
e
n
s
c
h
ö
n
e
n
G
a
rt
e
n,
d
e
r
f
ü
r
d
ie
tr
a
d
it
i
o
n
el
le
n
a
u

st
r
al
is
c
h
e
n
B
a
r
b
e
c
u
e
s
i
d
e
al
is
t
»,
b
e
ri
c
h
te
t
G
il
le
s
D
,
A
n
d
r
è
s.
«
W
ir
tr
e
ff

e
n
u
n
s
h
ie
r
a
m

A
b
e
n
d
u
n
d
d
is
k
u
ti
e
r
e
n
e
n
g
a
g
ie
rt
b
ei
m

N
a
c
h
te
s
s
e
n
i

n
e
n
g
li
s
c
h
e
r
S
p
r
a
c
h
e
—
je
d
e
r
m
it
s
ei
n
e
m

ei
g
e
n
e
n
s
p
e
zi
el
le
n
A
k
z
e
n
t.

»



Abb. 1: Schlussfeier der Olympischen Winterspiele in Sotschi

Abb. 2: Stadion in Rio de Janeiro Maracana

Sportinformation Si

Nach Sotschi die nächste Herausforderung

Die vor einem Monat in Sotschi zu Ende gegangenen XXII. Olympischen Winterspiele hat die Sportinformation Si erfolgreich hinter sich gebracht. Zeit zum Durchatmen gibt es jedoch kaum, schliesslich steht in rund zweieinhalb Monaten mit der Fussball-WM bereits das nächste Highlight an.

Nie zuvor waren Olympische Spiele im Vorfeld mit dermassen vielen negativen Schlagzeilen beladen worden wie jene in Sotschi. Mit Beginn der ersten Wettkämpfe geriet die Kritik bezüglich Menschenrechtsverletzungen, Umweltsünden und Korruption allerdings rasch in den Hintergrund. Trotz Terrordrohungen verliefen die ersten Winterspiele in Russland absolut friedlich.

Bedenken hinsichtlich eines reibungslosen Ablaufs gab es auch innerhalb der Si – im Nachhinein stellten sich diese jedoch als unbegründet heraus. In organisatorischer Hinsicht gab es kaum Nennenswertes zu bemängeln, die Sicherheitskontrollen störten die Arbeitsabläufe kaum. Das zehnköpfige Reporter-Team der Si (acht aus Zürich, zwei aus Genf) fand in Sotschi sehr gute Arbeitsbedingungen vor; erfahrene Olympia-Journalisten sprachen am Ende gar von den mit am besten organisierten Spielen überhaupt.

Die Sportinformation reiste mit dem Anspruch ans Schwarze Meer, bei jedem Einsatz der 163 selektionierten Schweizer Athletinnen und Athleten live an den Wettkampfstätten dabei zu sein, um die Kunden nicht nur mit klassischen Matchberichten, sondern zusätzlich mit aus erster Hand erhaltenen vertieften Zusatzinformationen und Einschätzungen zu versorgen. Trotz einzelner unvorhergesehener Ereignisse, die kurzfristig Neudispositionen erforderten, ist dies bis auf ganz wenige Ausnahmen gelungen. Nach 17 Olympia-Tagen und einer vor allem in administrativer Hinsicht langen und nicht immer reibungslos verlaufenen Vorbereitungsphase durfte die Si-Crew schliesslich ein zufriedenstellendes Fazit ziehen.

Derweil die Zeitverschiebung bei der Berichterstattung aus Sotschi zum Vorteil gereichte, wird die zeitliche Differenz am bevorstehenden Grossanlass, an der Fussball-WM in Brasilien, eine zusätzliche Herausforderung. Aufgrund der späten Anspielzeiten (teilweise um Mitternacht MEZ und später) wird die Sportinformation zeitweilig auf einen 24-Stunden-Betrieb umstellen. Eine besondere Bedeutung kommt hierbei der Online-Berichterstattung zu, die während der WM forciert wird.

Die Sportinformation mit ihren Nati-Experten wird das Schweizer Team von Ottmar Hitzfeld mit Beginn des Trainingscamps in Weggis LU am 25. Mai bis zum letzten WM-Spiel begleiten. Insgesamt berichten fünf Si-Reporter aus Zürich (zum Teil gestaffelt) und zwei aus Genf direkt vom WM-Geschehen aus Brasilien. Aufgrund der riesigen Distanzen zwischen den Spielstätten werden sie dabei nicht darum herumkommen, viele Arbeitsstunden an Flughäfen und in der Luft zu verbringen.

Roman Eberle, Sportinformation Zürich



Abb. 1: Schweizer PR- & Medienverzeichnis

news aktuell

news aktuell gibt erstmalig Schweizer PR- und Medienverzeichnis heraus

news aktuell gibt im Mai 2014 erstmalig das «Schweizer PR- und Medienverzeichnis» heraus. Das Unternehmen hatte die bisherige Herausgeberin Edition Renteria SA im September 2013 zu 100 % übernommen.

Das «Schweizer PR- & Medienverzeichnis» ist das am weitesten verbreitete Arbeitsinstrument für Kommunikationsprofis und Medienschaffende in der Schweiz. Es enthält die Adressen und Kontakte aller relevanten Medien der Schweiz sowie die Ansprechpartner der wichtigsten Schweizer Medienstellen.

Interessierte können das neue Handbuch bis zum 15. April 2014 zum Vorzugspreis von CHF 135.00 (exkl. Porto und MwSt) vorbestellen: <http://www.newsaktuell.ch/renteria/pr-und-medienverzeichnis>

In mehr als 40 Jahren hat sich das «Schweizer PR- & Medien-Verzeichnis» von einer schmalbrüstigen Broschüre zu einem 600 Seiten starken Handbuch entwickelt, ohne an Handlichkeit und Übersichtlichkeit einzubüssen. Die jährlich erscheinende Printausgabe ist dreisprachig aufgebaut (d / f / e) und in sieben Teile gegliedert:

- Medienstellen
- Public Relations
- Zeitungen
- Zeitschriften
- Radio/TV/Web
- Mediendienstleistungen
- Freischaffende

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer news aktuell, 043 960 68 01, gerwig@newsaktuell.ch

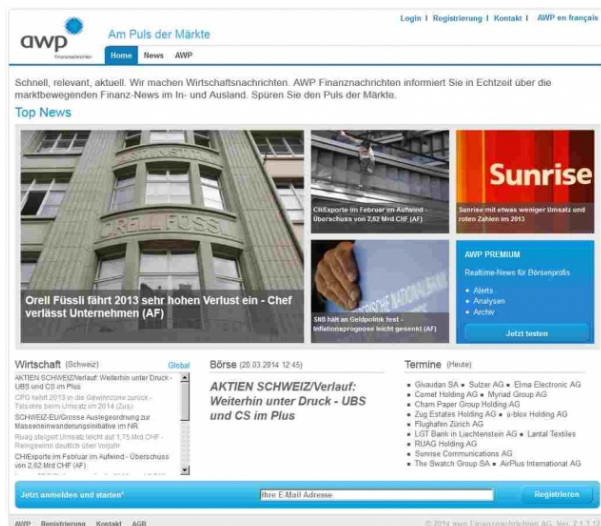


Abb. 1: Neuer Webauftritt im Überblick

AWP

Neuer AWP-Webauftritt bietet Kunden viel Mehrwert

Übersichtlicher, multimedialer und strukturierter - so präsentiert sich der neue Webauftritt von AWP Finanznachrichten. Die Website www.awp.ch wurde neu strukturiert und umgestaltet, um sie gezielter auf die Erwartungen von Finanzprofis, Geschäftspartnern und regelmässigen Nutzern auszurichten. Gleichzeitig dient der neue Webauftritt als Showcase, um Kunden und Interessenten die diversen AWP-Services optimal zu präsentieren.

Das Design der neuen Website vermittelt einen modernen und frischen Eindruck. Mit unserem neuen Konzept wurde auch die Benutzerführung und Lesbarkeit auf Tablets verbessert. Informationen sind durch übersichtliche Navigation und konsequente Querverlinkung einfach zu finden. Weil jeder Menübereich viele eigene Facetten hat, haben wir zur besseren Orientierung alle Menüs nochmals unterteilt. Der neue Webauftritt spiegelt unser Konzept, die unterschiedlichen Anforderungen der Besucher besser zu erfüllen: alle relevanten Informationen sind nur wenige Klicks entfernt.

Intelligente Auswertung und Visualisierung

Auf der Einstiegsseite zeigt AWP neu die wichtigsten Top-Wirtschaftsthemen des Tages. Der AWP-Service «Top News Schweiz» ist eine multimediale Übersicht über die wichtigsten Schweizer Wirtschafts- und Finanzereignisse des Tages; er trennt das Zentrale vom weniger Wichtigen. Dieser Dienst eignet sich ideal für Internet-Sites und mobile Lösungen sowie für Einstiegs- und Übersichtsseiten von Finanzinformationssystemen.

Neu wird auf der AWP-Website auch ein Analyse-Navigator abgebildet: Der Service «AWP Analyser» sorgt für Klarheit und eine rasche Übersicht in der täglichen Flut an Analystenmeinungen. Im «AWP Analyser» werden alle Ratingmeldungen, Upgrades, Downgrades oder Kurszielanpassungen publiziert. Er liefert eine unerreichte Informationstiefe in einer visuell schnell erfassbaren Aufbereitung als Basis für kompetente Investitionsentscheide.

Jederzeit top informiert

Auf der neuen Website bietet AWP den Kunden auch Zugang zu einem umfassenden Terminkalender: Die Redaktion erfasst sämtliche nationalen Termine wie Bilanzpresse- und Medienkonferenzen, Generalversammlungen, IPO, Konjunkturdaten und SNB-Termine. Zudem ist der Menübereich Firmen neu strukturiert. In diesem Bereich finden Anleger alle relevanten News und Informationen zum jeweiligen Schweizer Unternehmen.

Weiter haben Nutzer der AWP-Website neu die Möglichkeit, sich automatisch per Email-Alerts informieren zu lassen. Wir haben einige interessante Nachrichtenangebote vorselektiert und zusammengestellt, dank denen die User jederzeit am Puls der Märkte bleiben. So können die Nutzer unserer Premium-Dienste beispielsweise das Morning Briefing, Börsenberichte zur Schweiz und New York, das Marktgespräch sowie den Überblick zu Rating-Änderungen und zu den Unternehmensnews abonnieren. Diese Email-Alerts werden in Echtzeit zugestellt.

Erheblich ausgebaut wurde zudem der Informationsauftritt zum Unternehmen AWP und unseren Dienstleistungen. Auf den einzelnen Produktseiten beispielsweise erfahren Besucher alles Wissenswerte über unsere Services wie AWP Premium, AWP Basic, AWP Top News, AWP Analyser oder AWP Video.

Qualität und Relevanz in Echtzeit

Webuser können unsere Realtime-Nachrichtendienste AWP Premium Schweiz und AWP Premium Global gleich über unsere Website abonnieren. Diese Echtzeit-Nachrichtenservices enthalten alle Features unseres an Finanzprofis gerichteten Nachrichtenfeeds. Während 14 Tagen können diese Dienste unentgeltlich getestet werden. Als registrierter User von AWP Open geniessen Nutzer wiederum einige Vorteile unseres Neartime-Finanznachrichtendienstes AWP Basic und erhalten somit ein erweitertes Informationsangebot zum Wirtschafts- und Finanzmarktgeschehen. Die Registration für AWP Open ist kostenlos.

Thomas Pentsy, AWP



Abb. 1: Süffige Inhalte für alle Formate

Abb. 2: Journalismus mit dem Blick fürs Detail

AWP

NEU: SDA/AWP Multimedia im Web

Jetzt online – Ihre Adresse für Qualitätsjournalismus nach Mass: www.sda-awp-multimedia.ch. Neu ist die Corporate-Publishing-Unit der zwei Schweizer Nachrichtenagenturen sda und AWP Finanznachrichten auch im Internet präsent.

Der Schritt an die digitale Öffentlichkeit ist getan; unsere Webseite ist online. Einfach und übersichtlich findet der Besucher alle Informationen über SDA/AWP Multimedia bequem im Netz. Was bietet die Unit? Wer steckt dahinter? Wer sind ihre Kunden? Oder: Warum ist SDA/AWP Multimedia für Corporate-Publishing-Projekte von Unternehmen, Verlagen und Institutionen ein perfekter Partner?

«Süffige Inhalte für alle Formate» oder «Journalismus mit dem Blick fürs Detail» – markante Sätze und starke Bilder empfangen die User auf der Startseite. Die Idee: Neugier und Interesse wecken. Die Startseite soll Lust machen, die grosse Vielfalt an Leistungen der 2012 gegründeten Unit Klick für Klick zu entdecken.

Und da gibt es einiges. Eigentlich alles, was erfolgreiche Corporate-Publishing-Lösungen auszeichnen. SDA/AWP Multimedia ist Spezialist für hochwertige journalistische Inhalte, die im Kundenauftrag konzipiert und produziert werden: multimedial, kanalgerecht aufbereitet und auf spezifische Bedürfnisse abgestimmt. Das können Kundenmagazine sein, Fertigseiten für Verlage, Fachpublikationen und Mitarbeiterzeitschriften, aber auch Newsletter, Videos, Geschäftsberichte, Blogs oder auch White-Label-Texte. Ob digital oder Print – der Kanal spielt keine Rolle. Hauptsache es ist der richtige. Und die Kommunikationsstrategie unserer Kunden geht optimal auf. Als Voll-Service-Dienstleister bietet SDA/AWP Multimedia deswegen alles aus einer Hand, von der Entwicklung über Produktion bis hin zur Distribution medialer Produkte. Das eingespielte Team erfahrener Journalisten arbeitet dabei immer nach journalistischen Grundsätzen. Qualität in Wort, Video, Grafik und Bild genießt oberste Priorität.

Wie diese Qualität daherkommt, davon kann sich der Webseiten-Besucher in der Rubrik «Referenzen» überzeugen. Dies übrigens auch unterwegs: Das Page-Design ist responsiv, also optimiert für alle mobilen Geräte. Die Navigation fällt so immer leicht, egal wo und mit welchem Gerät auf die Seite zugegriffen wird. Am besten testen Sie die Seite gleich selbst: www.sda-awp-multimedia.ch

Thomas Peterhans, AWP



Abb. 1: World Press Photo of the Year 2013

KEYSTONE

KEYSTONE präsentiert World Press Photo 14

Am 14. Februar 2014 wurde es in Amsterdam verkündet, das World Press Photo des Jahres 2013: Das poetische und vielschichtige Bild des US-Amerikanischen Fotografen John Stanmeyer (VII Photo Agency), entstanden im Auftrag von National Geographic, zeigt eine Gruppe afrikanischer Migranten an der Küste von Djibouti Stadt, die in einer Vollmondnacht ihre leuchtenden Mobiltelefone in die Höhe halten, um ein bezahlbares Signal aus dem benachbarten Somalia zu erhalten – damit sie mit ihren Familien und Freunden in der Heimat kommunizieren können. «Das Timing war ziemlich einzigartig. Dazu der Vollmond, nichts davon ist gestellt. Als ich das Foto gemacht habe, habe ich einfach gespürt, dass hier etwas ganz Aussergewöhnliches passiert,» so Stanmeyer im Interview, und die diesjährige Jury der World Press Photo geht mit ihm einig: «Was wir im Siegerbild gefunden haben, ist die gleiche Qualität, nach der man einen guten Film oder Literatur beurteilt – der Eindruck, dass es auf mehr als einer Ebene funktioniert, dass es einen über Dinge nachdenken lässt, über die man vorher nicht nachgedacht hatte. So viele Bilder von Migranten zeigen sie mitleiderregend... aber diese Fotografie ist nicht romantisierend, sondern in erster Linie würdevoll», begründet der Fotograf und Jurymitglied David Guttenfelder die Wahl.

Neben dem World Press Photo of the Year 2013 wurden auch in diesem Jahr aus über 98'000 eingereichten Arbeiten die wichtigsten Einzelbilder und Bildstrecken in neun Kategorien ausgezeichnet – und vom 9. Mai bis zum 1. Juni 2014 sind sie alle im Folium in der Sihlcity in Zürich zu sehen.

Denn bereits zum siebten Mal präsentiert die Bildagentur KEYSTONE zusammen mit den Leading Partnern Canon und Bank Baumann & Cie, Banquiers sowie gdz AG und den Medienpartnern NZZ am Sonntag und persönlich die Ausstellung World Press Photo 14, als eine der ersten Stationen der weltweiten Wanderausstellung.

Durch die Ausstellung werden dieses Jahr Lars Willumeit, Bildredaktor, Sozialanthropologe und Kurator, und Stéphanie Reichmuth, Bildredaktorin, führen. Die Öffentlichen Führungen sind kostenlos, und finden an den Sonntagen vom 11., 18., 25. Mai und 1. Juni jeweils um 13.00 Uhr statt. Private Führungen für Gruppen sind auf Voranmeldung per Mail wpp@keystone.ch jederzeit buchbar.

Informationen zur Ausstellung finden Sie auf www.keystone.ch und [Facebook](#).

Catharina Graf, KEYSTONE

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Khevan Hauser neu bei news aktuell

Seit Januar 2014 verstärkt Khevan Hauser als Key Account Manager das Team von news aktuell. Nach einer kaufmännischen Ausbildung sammelte er mehrere Jahre Verkaufserfahrung in der Finanz- und Logistikbranche. Bevor er zu news aktuell kam, war er im Sales-Team von Tracker.ch tätig, einem Anbieter von GPS-basierten Ortungslösungen.

news aktuell mit neuer Homepage

Die sda-Tochter news aktuell ist ab sofort mit neuer Homepage im Web präsent. Unter www.newsaktuell.ch finden sich umfassende Informationen zu Verbreitungsdiensten, PR-Software, Social Media Monitoring und Multimedia-Services. Dank des Responsive Designs passt sich das Erscheinungsbild der neuen Website optimal den jeweiligen Endgeräten an – ob Desktop-PC, Laptop, Smartphone oder Tablet.

Zu den Features der neuen Website gehört neben umfassenden Produkt-Informationen, Erklärvideos und Blogbeiträgen auch eine direkte Anbindung an das Auftragssystem von news aktuell für die Verbreitung von PR-Material.

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer news aktuell, 043 960 68 01, gerwig@newsaktuell.ch