

Editorial

«Frauenquote in den Schweizer Chefetagen stagniert» hat die sda kürzlich bei der Berichterstattung über eine entsprechende Studie getitelt. Im eigenen Haus sieht es anders aus. Mit dem Wechsel an der Spitze des Kulturressorts und in der Regionalredaktion Ostschweiz in St. Gallen hat sich das Geschlechterverhältnis in Führungspositionen der Redaktion markant verändert. Drei Ressortleiterinnen stehen vier Ressortleitern gegenüber. Vier Regionalredaktionen werden von Frauen geleitet und nur drei von Männern. In der Gesamtedaktion arbeiten rund 43 Prozent Frauen, und nur in der Chefredaktion sind die Männer noch unter sich. Das Bild der männerdominierten Agentur ändert sich damit langsam, und das gilt nicht nur für die Redaktion. Die neuen Verantwortlichen kommen in der neusten Ausgabe des «Lead» zu Wort und was auffällt: Die «Frauenfrage» wird gar nicht thematisiert. Agenturarbeit ist immer Teamarbeit und gemischte Teams arbeiten in der Regel besser. Insofern sind wir ein wenig stolz, findet die Durchmischung auch in den Kaderstufen statt. Denn wir sind überzeugt, davon profitiert auch unser Dienst und damit unsere Kunden. Egal ob die Meldungen nun von Frauen oder Männern gelesen werden. Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Bernard Maissen (sda); Nathalie Grand (sda); Silvia Minder (sda); Jürg Kammermann (sda); Annina Hasler (sda); Hans Leuenberger (Si); Thomas Pentsy (AWP); Corina Hany (AWP); Catharina \n Graf (Keystone); Flora Holder (news \n aktuell)

Koordination: Dania Ammann (sda)



Leitartikel

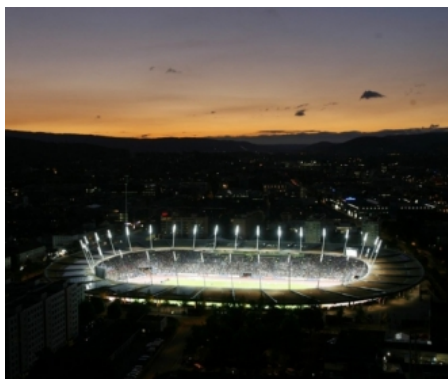
Reportage vor der eigenen Haustüre: Die Leichtathletik-EM Zürich 2014

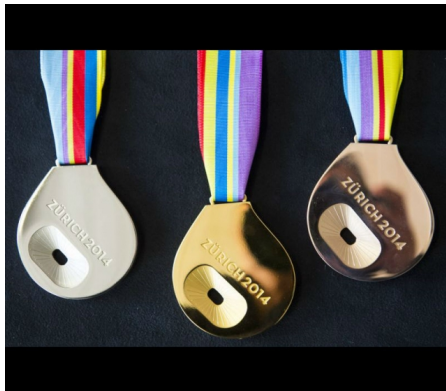
Die Leichtathletik-Europameisterschaften 2014 kommen nach Zürich. \n Zwischen dem 12. und 17. August 2014 wird im Letzigrund unweit der \n Si-Redaktion ein Sportfest zelebriert.

Der Grossevent weist \n Dimensionen auf, die für die Schweiz in vielerlei Hinsicht einzigartig \n sind. 1'400 Athletinnen und Athleten aus ganz Europa werden im Stadion \n Letzigrund und bei den Geher- und Marathonwettkämpfen in der Zürcher \n Innenstadt am Start sein. Allein von diesen Athleten, ihren Betreuern \n und den 2'000 erwarteten Medienschaffenden werden rund 25'000 (!) \n Übernachtungen gebucht.

Der Anlass präsentiert sich \n facettenreicher als noch vor 60 Jahren in Bern, als 1954 letztmals die \n Leichtathletik-Europameisterschaften in der Schweiz stattfanden. \n Teilnehmer aus 50 Ländern werden während sechs Tagen die Zuschauer im \n Stadion Letzigrund hoffentlich mit Leistungen der Sonderklasse – auch \n \n die Europäer haben in der Leichtathletik einiges zu bieten - packenden \n Duellen und vielen Emotionen begeistern. Tägliche Showacts im Stadion, \n \n Kult-Maskottchen Cooly und ein grosses City Festival auf dem \n \n Sechseläutenplatz mit der Präsenz des «House of Switzerland» runden das \n \n attraktive EM-Programm ab.

Die Sportinformation konzentriert sich \n in ihrer Arbeit primär auf die klassische Sportberichterstattung. Diese \n lässt sich mit drei Mann während der Wettkampf-Tage gut bewältigen, \n \n einerseits wegen der Nähe zur Redaktionsstube, andererseits dank der \n \n engen Zusammenarbeit mit dem OK. Die EM-Macher um Patrick Magyar \n organisieren auch alljährlich «Weltklasse Zürich», weshalb das Netzwerk \n \n bereits vorhanden ist. Zudem engagiert sich unser ehemaliger, \n \n unermüdlicher Chefredaktor Peter A. Frei





im Medien-Team der EM, was \n einige Abläufe vereinfacht.

Die Si wird sich im August nicht auf \n Glatteis bewegen, bei Olympischen Spielen, Fussball-Welt- oder \n Europameisterschaften sind wir organisatorisch und personell viel mehr \n gefordert. Dies im Gegensatz zu unserem Kunden SRG. Sie steht vor dem \n grössten Host-Broadcaster-Engagement ihrer Geschichte. Erwartete 370 \n Millionen Live-TV-Zuschauer werden den Anlass verfolgen. Die Bilder aus \n Zürich produziert das Schweizer Fernsehen als Host Broadcaster für die \n TV-Stationen in der ganzen Welt. Rund 70 Kameras werden die Wettkämpfe \n im Stadion Letzigrund einfangen, weitere 22 Kameras kommen für die \n Geher- und Marathonbewerbe im Zürcher Stadtzentrum dazu.

An sechs \n Tagen und insgesamt 10 Wettkampfsessions blickt die Sportwelt nach \n Zürich. Insgesamt stehen nicht weniger als 47 Medaillenentscheidungen \n auf dem Programm. Mit dem legendären Letzigrund verfügt die Stadt zudem \n über ein schmuckes, modernes und bestens geeignetes Stadion für einen \n derartigen Anlass – dank des auch am Donnerstag, 28. August, 2014 \n wiederum stattfindenden Meetings «Weltklasse Zürich» erst noch eines mit \n grosser Leichtathletik-Tradition.

Eine attraktive Plattform um \n Zürich und die Schweiz im besten Licht zu präsentieren bieten auch die \n beiden Marathonrennen. Die Organisatoren haben dafür eine ganz besondere \n Marathonstrecke ausgewählt. Von der tollen Kulisse mit Altstadt, Limmat \n und Seebecken im Vorder-, sowie Alpen im Hintergrund, werden ganz \n bestimmt TV-Zuschauer aus der ganzen Welt in Verückung geraten - sofern \n das Wetter mitspielt.

Hans Leuenberger, Sportinformation Zürich

Abb. 2: 47 Medaillenentscheidungen stehen auf dem Programm – Wer holt sich eine der begehrten Medaillen,

welche vom Medailleur Huguenin in Le Locle im Kanton
Neuenburg hergestellt wurden?

Abb. 1: Das Letzigrund Stadion wird an der
Leichtathletik-EM in vollem Glanz erstrahlen.



Abb. 1: Therese Hirsbrunner (l.) und Verena Widmer (r.)...

Abb. 2: ...verabschieden sich nach zusammen über 60-jähriger sda-Treue.

sda Nachrichten

Zwei sda-Frauen 30 Jahre am Puls des technischen Fortschritts

Vom Wählscheibentelefon zum Smartphone, von der Schreibmaschine zum Laptop, vom Telex zur E-Mail: Therese Hirsbrunner und Verena Widmer haben bei der sda eine rasante technische Entwicklung miterlebt. Jetzt, nach rund 33 respektive 29 Dienstjahren, traten beide in Pension.

Vreni Widmer erinnert sich: Als sie 1985 als junge KV-Angestellte zur sda stiess, wog ein Mobilfunkgerät noch 12 Kilogramm. Sie folgte damals ihrem Mann Markus in den Betrieb an der Berner Länggasse, ein Glücksgriff, wie sie rückblickend feststellt. «Ungemein spannend» sei ihre Zeit bei der sda gewesen.

Schon fünf Jahre früher hatte Therese Hirsbrunner bei der sda angeheuert, als ihr Sohn in die Schule kam. Die Agentur war gerade in die neuen Räumlichkeiten in der Berner Länggasse gezogen. Erste, klobige Röhrenbildschirme markierten damals, ein Dutzend Jahre vor dem Durchbruch des Internets, den Beginn des elektronischen Zeitalters in der Meldungsverarbeitung.

Mit der sda seit Kindsbeinen vertraut

Zunächst Aushilfe am Empfang, fühlte sich Therese Hirsbrunner gleich wie zu Hause, ist sie doch, wie sie sagt, mit der sda aufgewachsen: «Jeden Tag Punkt 12.30 Uhr mussten wir als Kinder am Mittagstisch still sitzen. Dann folgte auf Beromünster die Ansage 'Sie hören die Nachrichten der Schweizerischen Depeschagentur'.»

Therese Hirsbrunner übernahm verschiedenste Aufgaben in Technik, Marketing und Infrastruktur. Als eine der ersten Mac-Anwenderinnen wirkte sie bei Aufbau und Betrieb von sda-Infografik mit. Danach leitete sie die Fertigungsabteilung für Radio-/TV-Programme und Wetter. Nebenher koordinierte und gestaltete sie während mehr als 20 Jahren die Kundenzeitschrift «Lead».

«1980 gab es noch mehr Tageszeitungen als heute, dafür aber weniger technische Möglichkeiten», zieht Therese rückblickend ein Fazit. Die sda habe sich in dieser Zeit immer bewegt, «und das möchte ich nicht missen». Als besondere, aber traurige Ereignisse sind ihr der 11. September 2001 und der Tsunami von 2004 im Gedächtnis geblieben.

Höhepunkt 100-Jahr-Feier

Von ihrem Eintritt bis 2010 begleitete Vreni Widmer als Sekretärin und «rechte Hand» des Technischen Direktors Peter Müller, zahlreiche Umbauten und Umzüge. Daneben betreute sie das Sekretariat der logistischen und IT-Abteilungen, seit 2006 auch jenes der Schweizer Orthographischen Konferenz (SOK).

Als eines der «Highlights» in ihrer Tätigkeit bezeichnet die Mutter einer erwachsenen Tochter die Organisation der Anlässe zum 100-jährigen Bestehen der sda. Kunden und Gäste feierten das Jubiläum 1995 auf dem Vierwaldstättersee, alle Mitarbeiter während eines Kurz-Trips nach Paris.

Sowohl Therese Hirsbrunner wie Vreni Widmer waren auch immer wieder in der Telefonzentrale und am Empfang tätig. Kürzlich haben sich die beiden «Stimmen» der sda mit einem Apéro verabschiedet, um sich nun ausgiebig ihrer gemeinsamen Leidenschaft, dem Reisen zu frönen.

Therese freut sich auch auf genügend Musse zum Lesen, besonders aber auf weitere spannende Entdeckungen in Berlin. Die Stadt ist ihr und ihrem Ehemann Olivier Schreier - auch er ein langjähriger sda-Mitarbeiter - zum zweiten Wohnsitz geworden. Verena Widmer möchte nun zunächst mit ihrem Markus das gemeinsame Sommerdomizil an den Gestaden des Neuenburgersees in vollen Zügen geniessen.

Jürg Kammermann



Abb. 1: Silvia Minder (links) und Nathalie Grand leiten das Büro St. Gallen gemeinsam

Abb. 2: Ganz nach dem Motto «im Team fürs Team»

sda Nachrichten

Zwei Leiterinnen für das Regionalbüro St. Gallen

Ab dem 1. Juli beginnt in der sda-Regionalredaktion eine neue Ära. Daniel Wirth, der das Büro mit vier Personen und insgesamt 280 Stellenprozenten seit 2007 leitete, wechselt zum St. Galler Tagblatt. Er wird Leiter der Stadtreaktion und damit Chef über ein Team von rund 20 Journalistinnen und Journalisten. An seine Stelle treten Nathalie Grand (47) und Silvia Minder (51). Die beiden Redaktorinnen arbeiten seit sieben Jahren im Regionalbüro St. Gallen und teilen sich eine 100 Prozent-Stelle. Weil beide Mutterpflichten haben und nicht voll arbeiten wollen, wird das Jobsharing auf die Büroleitung übertragen und das Arbeitspensum um je 10 Prozent aufgestockt.

Mit der Co-Leitung beschreitet die sda neue Wege. Gemeinsam mit dem hochmotivierten Team, dem seit 16 Jahren Michael Nyffenegger (52) und neu Andreas Kneubühler (51) mit einem Arbeitspensum von je 80 Prozent angehören, wollen die beiden Frauen das Regionalbüro St. Gallen voranbringen. Ab 1. Juli gilt das Motto «im Team fürs Team». Die langjährige Erfahrung als Agentur-Journalistinnen, beste Kenntnisse der Region und die Pflege von Kontakten helfen dem neuen Leitungsteam dabei, einen professionellen Regionaldienst anzubieten.

Kundennah

«Wir sind uns bewusst, dass sich die Medienwelt im Online-Zeitalter rasant verändert. Unser Ziel ist, unseren Kunden einen möglichst gut auf sie zugeschnitten Service zu bieten», sagt Nathalie Grand. Dafür werde das Leitungsteam das Gespräch mit den Redaktionsleiterinnen und Redaktionsleitern und den Kolleginnen und Kollegen der regionalen Medien suchen. «Für den nationalen Dienst werden wir nicht nur aktuell berichten, sondern auch gute Stories liefern, welche die Wahrnehmung der Ostschweiz schärfen und die Besonderheiten der Region aufzeigen», sagt Silvia Minder. Das Büro St. Gallen ist zuständig für die Kantone Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, St. Gallen und Thurgau. «Unser Gebiet ist gross, die Wege sind lang. Um aus allen Region aktuell berichten zu können, wollen wir unser Korrespondentennetz weiter ausbauen», sagen die beiden neuen Bürochefinnen.

Texte illustrieren

Die multimediale Welt schreit nach Illustrationen. Das Büro St. Gallen möchte die Zusammenarbeit mit der Keystone-Redaktion wieder verstärken. Diese ist schwierig, seit wegen Einsparungen kein Fotograf mehr für die Ostschweiz zuständig ist.

Nathalie Grand, Silvia Minder, Co-Leiterinnen sda St. Gallen

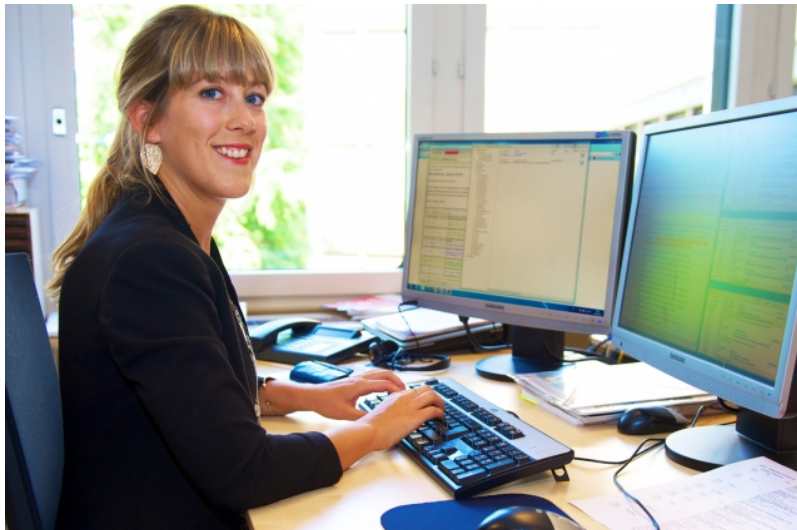


Abb. 1: Neue Kulturchefin bei der sda: «In Worte fassen, was andere erschaffen haben»

sda Nachrichten

Neue Leiterin für die Kulturredaktion

Mit Annina Hasler steht erstmals eine Frau an der Spitze des sda-Kulturressorts. Mit welchen Herausforderungen sie sich konfrontiert sieht, skizziert sie wie folgt:

Über den Schweizer Film, neue Bucherscheinungen, Nachwuchsmusiker, Kunstaussstellungen, aber auch kulturpolitische Themen zu berichten, ist das tägliche Brot einer Kulturredaktion. Oft versuchen wir in Worte zu fassen, was andere erschaffen haben. Das gilt für die einfachen Meldungen ebenso wie für Kritiken oder Hintergründe. Als Leiterin des Kulturressorts des sda habe ich die Möglichkeit, innerhalb der Nachrichtenagentur unsere Arbeit und unsere Motive zu vertreten und sichtbar zu machen. Die Zusammenarbeit mit den anderen sda-Ressorts und die Kontakte mit den Kunden sind eine Bereicherung. Ich will wissen, welche unserer Texte die Kunden-Redaktionen schätzen und welche sie vermissen, um so die Kriterien für unsere Kultur-Berichterstattung besser definieren zu können.

Als Kulturressort einer Nachrichtenagentur sitzen wir manchmal etwas zwischen Stuhl und Bank: Im Gegensatz zu anderen Ressorts der sda arbeiten wir nicht nur mit harten Fakten, denn wir verfassen auch Kritiken. Und wir müssen uns heute im Spagat üben. Einerseits möchten wir die klassischen, feuilletonistischen Kulturtexte wie etwa Opernkritiken oder Literaturbesprechungen beibehalten. Andererseits dürfen wir nicht den Anschluss verlieren an das kommerziellere Kulturgesehen. Wir dürfen uns nicht verschliessen gegenüber neuen Sparten oder Newcomern, die vielleicht nicht unserem traditionellen Kulturverständnis entsprechen, die aber die Masse begeistern. Also gehört neben der Besprechung einer neuen Ausstellung von Gerhard Richter ebenso ein Porträt über Bastian Baker in unseren Dienst. Genauso wichtig erscheint es mir, auch als Kulturredaktion einer Nachrichtenagentur den Mut zu haben, vermehrt bemerkenswerten Produktionen abseits der grossen Häuser Aufmerksamkeit zu schenken. Nur so haben wir die Chance, neben dem täglichen Geschäft zu überraschen – und so einen Mehrwert zu bieten.

Annina Hasler, Leiterin Kulturredaktion



Abb. 1:

Abb. 2:

sda Nachrichten

Serbische Journalistinnen und Journalisten zu Besuch

Die Schweiz präsidiert 2014 die OSZE. Im kommenden Jahr wird Serbien der Organisation vorstehen. Aus diesem Grund reiste eine Gruppe serbischer Journalistinnen und Journalisten in die Schweiz. Die Kolleginnen und Kollegen wollten sich einen Überblick verschaffen, wie Medien in der Schweiz funktionieren. Im Rahmen des Aufenthalts haben sie auch die sda besucht und waren beeindruckt von der Rolle, die eine Nachrichtenagentur in einem so vielfältigen Land wie der Schweiz spielt.



Abb. 1: Videoclip «So funktioniert OTS» auf YouTube

Abb. 2: OTS verbindet die richtigen Informationen mit den richtigen Menschen

news aktuell

news aktuell präsentiert Videoclip: «So funktioniert OTS!»

Die sda-Tochter news aktuell (Schweiz) AG hat einen kurzen und charmanten Videoclip mit dem Titel «So funktioniert OTS» veröffentlicht. Dieser erklärt auf unterhaltsame Weise, wie PR-Fachleute durch die Nutzung von OTS mit System informieren können und so ihre Kommunikation erfolgreich und nachhaltig gestalten.

OTS verbindet die richtigen Informationen mit den richtigen Menschen: Journalisten, Blogger, Entscheider und viele andere. Mit ihrem Nachrichtennetzwerk beliefert news aktuell die massgeblichen Redaktionen, Newsportale und sozialen Netzwerke mit Originalinformationen wie Texte, Bilder oder Videos.

Exklusiver Zugang zu Redaktionen

Die Medienmitteilungen laufen über den sda-Ticker zeitgleich in die Redaktionssysteme der tagesaktuellen Medien ein. Fachredaktoren, freie Journalisten und Brancheninsider erhalten diese per E-Mail und RSS. Das Agenturkürzel «OTS» ist im journalistischen Alltag eine etablierte Marke.

Grosse Reichweite im Internet

Die Medienmitteilungen der Kunden werden in ihrem digitalen Newsroom auf Presseportal.ch archiviert, dem grössten Schweizer Portal für Medieninformationen. Mit OTS sind Medienmitteilungen nachhaltig in Suchmaschinen, Datenbanken und auf Partnerwebsites auffindbar.

Social Media und mobiles Web

OTS sorgt dafür, dass die Medienmitteilungen so zu finden sind, dass sie geteilt und weiterempfohlen werden können. Jede OTS-Meldung wird bei Twitter gepostet, Presseportal.ch ist für mobile Geräte optimiert, so werden die Medienmitteilungen auf Smartphones optimal dargestellt.

PR-Profis und Mediensprecher erzielen durch die Nutzung von OTS die Reichweite und Aufmerksamkeit, die ihre Informationen verdienen und sparen sich gleichzeitig Zeit und Arbeit.

Den Videoclip finden Sie unter <https://www.youtube.com/watch?v=4SWsM4WeQDQ>.

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer news aktuell, +41 43 960 68 01, gerwig@newsaktuell.ch

Helikopter-Mekka Mollis: High-Tech aus der Provinz



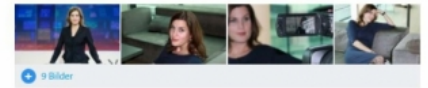
Auf diesen Wundervogel hat die Welt gewartet.

Bild: sda awp multimedia

sda awp multimedia
27.02.2014 - 14:24
Bewertung
★★★★★

3200 Einwohner, imposante Berge, unzählige Kühe: Mollis im Glarnerland ist Bilderbuch-Schweiz. Ruhig und bodenständig. Genau von hier aus will Marengo den

Momentaufnahmen: Cornelia Boesch



Was war der peinlichste Patzer vor der Kamera?

(Überlegt). Ich bin keine exakte Ableserin sondern benutze den Teleprompter eher als Spickzettel. Daher verliere ich manchmal den Faden und weiss den exakten Wortlaut nicht mehr. Und ab und zu höre ich meinen Bauch laut knurren. Aber bisher war mir nichts so peinlich, dass ich mich nicht mehr davon erholt hätte. Und Zuschauer verzeihen gerne, wenn es kleine Fehler sind.

Schon?

Ja, es macht uns Moderatoren offenbar menschlich. Ich glaube, Zuschauer wollen keine Maschinen.

Abb. 1: SDA/AWP Multimedia bietet exklusive Reportagen und Interviews mit Texten, Bildstrecken, Grafiken und Videoschweizer Persönlichkeiten...

AWP

SDA/AWP Multimedia macht ihre Kunden interessanter

Menschen mögen Geschichten. Von Helden, die ihr Glück in der Ferne suchen genauso wie von Geschehnissen, die sich in ihrer Nähe abspielen. Es gibt Geschichten, die sich offensichtlich als solche zu erkennen geben. Und dann gibt es jene, die erst gefunden werden wollen. Zum Beispiel von den Journalistinnen und Journalisten von SDA/AWP Multimedia. Mit offenen Augen, einer grossen Portion Enthusiasmus und Erfahrung spüren sie kleine und grosse Geschichten aus der Schweiz auf. Geschichten, die vielleicht überraschen, verblüffen oder erstaunen – sicher aber unterhalten. Die Journalisten durchstöbern Schrebergärten und erfahren, warum Städter plötzlich gerne in der Erde wühlen oder was Gartenzwerge dort zu suchen haben. Oder sie treffen Manager in einer Autobahnraststätte, um herauszufinden, warum diese ihre finanzkräftigen Kunden dorthin einladen, und was es braucht, mit einem Helikopter aus der Schweizer Provinz den internationalen Flughimmel zu erobern.

Multimedial und vielseitig

Zu finden sind diese exklusiven Reportagen auf bluewin.ch. Mit starken Bildern und Texten, die unterhaltsam informieren, bereichern sie im Auftrag des Kunden dessen Website. Den Dingen mit Begeisterung und journalistischem Können auf den Grund zu gehen, ist längst nicht mehr nur für Verlage von Interesse. Journalistisch aufbereitete Texte, erzählt nach den Prinzipien des Storytelling, werden auch für Firmen immer interessanter. Sie transportieren klare Botschaften, unterhalten die Leser und binden Kunden an das Unternehmen. Und es macht nicht nur Spass, solche Geschichten zu lesen, sondern auch, sie zu produzieren. Genauso, wie spannende Schweizer Persönlichkeiten zu treffen und sich mit ihnen über ihre Leidenschaften und nicht jedermann bekannten Interessen zu unterhalten. Denn auch das macht das Team von SDA/AWP Multimedia für bluewin.ch. Aufbereitet werden die Interviews multimedial: In Videos, Bildstrecken, Grafiken und Texten erfahren die Leser Anekdoten und Erlebnisse aus dem Leben von Schweizer Sportlerinnen und Sportlern, von Politik- und Wirtschaftsgrössen und von bekannten Kuschschaffenden. Zusammen mit den Reportagen zeigen diese Interviews die grosse Vielfalt der kleinen Schweiz.

Corina Hany, Redaktorin und Beraterin SDA/AWP Multimedia

AWP

Die multimedialen Services von AWP bereichern jedes digitale Angebot

Was sagt CEO Sergio Ermotti zum Abschluss seiner Grossbank UBS? Schreibt das Finanzinstitut UBS erneut Schlagzeilen? Welches Kurspotenzial sehen Analysten für die Titel? Auf all diese Fragen liefern die multimedialen Zusatzservices der AWP umgehend Antworten: seriös, aktuell und schnell. Ob Finanzvideo-Interview, das Nachrichtenmodul Top News oder der visuelle Finanzanalysen-Navigator AWP Analyser - die multimedialen Elemente der AWP bereichern jedes digitale Angebot.

Die multimedialen AWP-Lösungen bieten unmittelbaren Mehrwert. Als Ergänzung zum klassischen Nachrichtenfeed werten sie Internetportale, E-Banking-Lösungen oder mobile Applikationen umgehend auf und steigern deren Aktualität und Attraktivität.

AWP Video - Perfekt ins Bild gesetzt

Visuelle Kommunikation wird immer wichtiger. Denn Bewegtbilder können Eindrücke emotionaler vermitteln und Botschaften effektiver transportieren. Video-Journalisten erstellen tagesaktuelle Video-Beiträge zur Schweizer Wirtschaft. Wöchentlich werden mindestens drei Wirtschaftsvideos produziert. Vor der Kamera stehen vor allem Führungskräfte (CEO, CFO und VRP), nachgefragt wird aber auch bei Analysten, Volkswirten, Politikern und Marktexperten zu spezifischen Wirtschaftsthemen oder zu Märkten allgemein. Abgerundet wird das Programm durch Reportagen. So verbindet die Video-Redaktion die Bildkompetenz und das Wirtschafts-Know-how der AWP. Die Wirtschaftsvideos lassen sich dabei unkompliziert in Websites oder Finanzinformationssysteme einbetten.

AWP Top News - Das Wichtigste auf einen Blick

Stets das Wichtigste auf einen Blick erfassen - das Nachrichtenmodul AWP Top News im Verbund mit der massgeschneiderten Wirtschaftsbild-Datenbank der Bildagentur Keystone liefern die multimediale übersicht über die Top-Ereignisse auf dem Schweizer Finanz- und Wirtschaftsplatz. Als ideale Ergänzung zum fortlaufenden Nachrichtenticker trennen die Top News an jedem Tag zu jedem Zeitpunkt das Zentrale vom weniger Wichtigen und bieten damit einen einfachen und schnellen Überblick über die wichtigsten Schweizer Wirtschafts- und Finanzthemen. Die AWP Top News, produziert in Deutsch und Französisch, werden dabei von der AWP-Redaktion

nach redaktionellen Gesichtspunkten ausgewählt und aktualisiert. Visuell rückt der Top-News-Service die wichtigsten Schlagzeilen des Tages stets ins rechte Licht.

AWP Analyser - Intelligente Auswertung und Visualisierung

Der Navigator für Aktienanalysen zu Schweizer Titeln: Der AWP Analyser sammelt die verfügbaren Analysen zu kotierten Schweizer Aktien. Kursziel, Rating, EPS- und Dividendenschätzung werden strukturiert erfasst und in einer Datenbank abgelegt. Dies ermöglicht strukturierte Auswertungen von Analystenmeinungen sowie umfangreiche Visualisierungen. So lässt sich etwa die Verteilung der Analystenempfehlungen als Balkendiagramm mit Anzahl Buy-, Hold- und Sell-Ratings zu einer Aktie anzeigen. Auch Durchschnittsberechnungen oder Höchst- und Niedrigstwerte für Kursziele, Ratings, EPS- und Dividendenschätzungen können graphisch hervorgehoben werden. Daneben bestehen zahlreiche weitere Darstellungsmöglichkeiten wie Top/Flop- und übersichtslisten oder Zeitgrafiken mit der Entwicklung eines Durchschnittsratings einer Aktie im Zeitablauf. Investoren erhalten mit dem AWP Analyser eine unerreichte Informationstiefe in einer visuell schnell erfassbaren Aufbereitung als Basis für kompetente Investitionsentscheidungen.

Thomas Pentsy, AWP

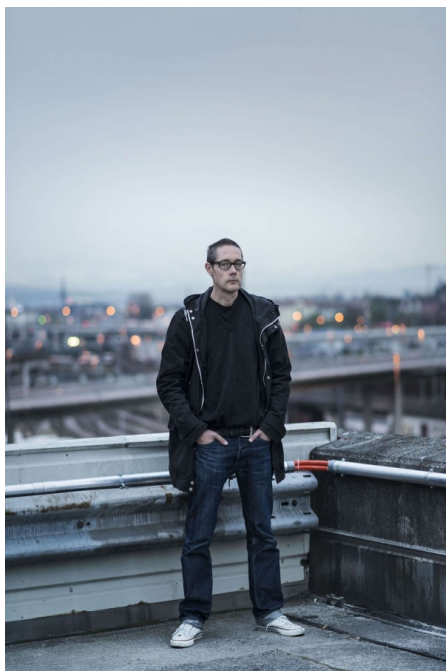


Abb. 1: Men Lareida, ScMen Lareida, Schweizer Dokumentarfilmer, aufgenommen am Drehort seines Films «Viktoria; A Tale Of Grace And Greed» auf einem Parkdeck an der Pfingstweidstrasse am 3. April 2014 in

Zürich.
KEYSTONE

«Ins Landesinnere und darüber hinaus. Perspektiven des Schweizer Dokumentarfilms»

In der Schweiz wurden in den letzten fünf Jahren doppelt so viele Dokumentarfilme wie Spielfilme gedreht. Und sie sind sehr erfolgreich: An den Solothurner Filmtagen 2014 wurden beispielsweise gleich zwei Dokumentarfilme durch Jury und Publikum mit den Hauptpreisen ausgezeichnet. Hinter diesen Erfolgen verbirgt sich eine lebendige Szene, die in den letzten Jahrzehnten stark gewachsen ist.

Für das Buch [«Ins Landesinnere und darüber hinaus. Perspektiven des Schweizer Dokumentarfilms»](#) portraitierte KEYSTONE-Fotograf Christian Beutler vierzehn Dokumentarfilmer: arrivierte Filmemacher ebenso wie talentierte Newcomer aus allen Regionen der Schweiz. Begleitet werden die Portraits von Texten verschiedener Autoren, die persönliche Geschichten erzählen und die Herkunft, Ausbildung und thematische Vorlieben der Portraitierten beleuchten.

Entstanden ist der Band im Rahmen der jährlichen Sommerserie zum Thema «Verständigung in der Schweiz» des Schweizer Feuilleton-Dienstes SFD. Als kultureller Informationsdienst der Schweiz schreibt der SFD tagesaktuell über das Kulturschaffen in der Schweiz: von Theater- und Tanzpremieren über Kunstaussstellungen und Konzerte bis zu belletristische Neuerscheinungen auf dem Schweizer Büchermarkt. Gegründet im Jahr 1939 mit dem Ziel, Zeitungen und Zeitschriften mit Texten «schweizerischer Autoren» zu beliefern, schreibt der SFD heute jährlich zwischen 350 und 450 Kritiken, Portraits und Reportagen, die seit 1993 über das Netz der Schweizerischen Depeschenagentur sda zu den Medien gelangen.

Als verständigungspolitische Organisation gehören Themen rund um die Verständigung in der vier- beziehungsweise vielsprachigen Schweiz zu den Kernaufgaben des SFD. Die jährliche Sommerserie wird aus dem Verständigungskredit vom Bundesamt für Kultur finanziert. Seit fünf Jahren entsteht die Sommerserie in enger Kooperation mit KEYSTONE-Fotografen, die Menschen und Kulturen in der Schweiz über die Sprachgrenzen hinweg portraituren.

Das Buch «Ins Landesinnere und darüber hinaus. Perspektiven des Schweizer Dokumentarfilms» erscheint im Herbst 2014 im Limmat Verlag.

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Zwei Neue für SDA/AWP Multimedia

SDA/AWP Multimedia legt zu. Aus diesem Grund verstärken zwei Neuzugänge das Team der Corporate Publishing-Abteilung von sda und AWP.

Corina Hany (34) hat Anfang Juni ihre Stelle als Redaktorin und Beraterin angetreten. Sie arbeitete zuvor unter anderem als Inland-Redaktorin, war Chefredaktorin eines Fachmagazins und zuletzt als Senior Corporate Publisher in einer Agentur tätig.

Daniel Lüchinger (33) startete ebenfalls am 1. Juni als Redaktor und Berater. Lüchinger war Wirtschaftsredaktor und Berater in einer PR-Agentur. Zuletzt arbeitete er in der Kommunikationsabteilung einer Privatbank und war dort mitverantwortlich für das Corporate Publishing.

PR-Bild Award 2014

Schluss, aus, vorbei: Am 20. Juni war offizieller Teilnahmeschluss für den PR-Bild Award 2014. Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen aus der Schweiz, Deutschland und Österreich waren dazu aufgerufen, ihre besten PR-Bilder der letzten zwölf Monate einzureichen. In insgesamt sechs Kategorien konnten Bilder hochgeladen werden.

Bereits zum neunten Mal wird der prestigeträchtige Branchenpreis verliehen. Schweizer Medienpartner ist das Magazin persönlich. Mit dem PR-Bild Award unterstützt die sda-Tochter news aktuell (Schweiz) AG die visuelle Komponente der PR und bietet Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen eine hervorragende Bühne, um der Branche ihre besten Motive zu zeigen.

Die Award-Jury wird nun im Juli aus den knapp 1'800 eingereichten Fotos eine Shortlist aus 60 Bildern zusammenstellen. Ab Mitte August kann die Öffentlichkeit dann unter www.pr-bild-award.ch im Online-Voting für ihren Favoriten abstimmen. Die Bekanntgabe der Sieger des «PR-Bild des Jahres 2014» erfolgt im November.

Alle Informationen zum PR-Bild Award: www.pr-bild-award.ch

Kontakt: Kai Gerwig, Geschäftsführer news aktuell, +41 43 960 68 01, gerwig@newsaktuell.ch

SIX Structured Products setzt auf AWP Top News

Die führende Börse für strukturierte Produkte, die SIX Structured Products, hat ihre Finanzinformationswebsite weiter ausgebaut. Auf der Einstiegsseite www.six-structured-products.com/de/aktuelles/marktuebersicht werden die Nutzer neu mit dem Nachrichtenservice Top News von AWP Finanznachrichten empfangen. Dank den AWP Top News sehen Investoren stets auf einen Blick, welches die wichtigsten Schweizer Finanz- und Wirtschaftsereignisse des Tages sind.