

Editorial

\n \n

120 Jahre - eine Verpflichtung
Vor 120 Jahren, im September 1894, wurde die sda gegründet. Von den Verlegern für die Verleger. Sie wollten sich möglichst einfach und kostengünstig unabhängige und ausgewogene Informationen beschaffen. Zunächst vor allem aus dem Ausland, bald aber auch aus dem Inland. In den letzten 120 Jahren hat die Agentur manche Höhen und Tiefen erlebt und viele Veränderungen im Umfeld mitgemacht. In 120 Jahren ist die sda zu einer festen Grösse und zu einer tragenden Säule des Schweizer Mediensystems geworden. Seit 120 Jahren garantiert sie den Kunden die Grundversorgung mit unabhängigen Informationen. Auch wenn sich Form und Transportart der Meldungen nicht mit damals vergleichen lassen, so ist doch eines geblieben: Die sda liefert ihren Kunden rasch und kompetent die wichtigen Informationen in hoher Qualität zu einem angemessenen Preis. Daran soll sich nichts ändern, auch wenn sich die Medien im Augenblick in einem grossen Transformationsprozess befinden. Im Wissen, woher wir kommen und was unser Auftrag ist, sind wir überzeugt, dass wir diesen für unsere Kunden ebenso in Zukunft erfüllen werden – auch die nächsten 120 Jahre. Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Bernard Maissen (sda); Nicolai Morawitz (sda); Francis Roelofsen (sda); Roman Eberle (Si); Thomas Pentsy (AWP); Thomas Peterhans (AWP); Catharina Graf (Keystone); Flora Holder (news aktuell)
Koordination: Dania Ammann (sda); Francis Roelofsen (sda)



Leitartikel

120 Jahre sda - Die Anfänge

120 Jahre sda

Die Anfänge

Bis Ende 1894 waren die Schweizer Zeitungen für Nachrichten nicht nur aus dem Ausland, sondern sogar aus dem Inland fast ausschliesslich auf ausländische Presseagenturen angewiesen. Das empfand man als unwürdigen Zustand, zudem sahen sich die Zeitungen fast wehrlos dem Tarifdiktat der Agenturen ausgesetzt. Charles Morel («Journal de Genève»), Hermann Jent («Bund») und Walther Bissegger («Neue Zürcher Zeitung») gründeten das «Syndikat schweizerischer Zeitungen zur Hebung ihres Depeschendienstes», das seinerseits am 25. September 1894 die sda AG gründete. Sie sollte sich «gegen die ausländische Vorherrschaft im Nachrichtenmarkt» stellen. Erster Direktor wurde Charles Ochsenbein, sekundierte von Frank Fillol, der sich um den französischen Dienst kümmerte.

Am 1. Januar 1895 sendete die Agentur, die 10 Redaktoren beschäftigte, die ersten Auslandmeldungen. Noch im gleichen Jahr baute die sda auch einen Inlanddienst mit 50 Korrespondenten in der Schweiz auf. In dieser Anfangsphase gab es nur einen deutschen und einen französischen Dienst; für einen italienischen fehlten die Mittel.

Bis zur Jahrhundertwende 1900 konnte die sda praktisch die gesamte Tagespresse der Schweiz als Kunden gewinnen. Die Bundesverwaltung wurde in den 20er Jahren Abonentin der sda. Die Agentur galt bald als Sprachrohr der Eidgenossenschaft, auch im Ausland, und wurde in der Folge zuweilen als amtliche oder doch mindestens als subventionierte Institution angesehen. Die sda wehrte sich stets gegen diese Vermutung.

Die sda in den Weltkriegen

Eine besondere Bedeutung erlangte die sda in den beiden Weltkriegen. Die Meldungen der Hauptlieferanten der Auslandmeldungen, Havas, Reuters und



Wolff, stammten nun aus kriegführenden Ländern und konnten nicht mehr als objektiv gelten. Die sda bemühte sich einerseits um Quellen aus neutralen Staaten, andererseits gab sie nun konsequent die Quelle ihrer Informationen an. Trotzdem wurde sie von den Sympathisanten der einen und der anderen Seite als parteilich gescholten. Das Pressenotrecht sollte gewährleisten, dass die schweizerische Neutralität eingehalten und keine Seite der kriegführenden Länder irritiert wird. Die sda wurde während der Weltkriege zur Drehscheibe des europäischen Nachrichtenaustausches. Die kriegführenden Länder kommunizierten teilweise auf dem indirekten Weg über die Schweiz miteinander.

Nach der Machtergreifung der Nazis und während des Zweiten Weltkriegs verstärkten sich die Druckversuche noch. Sogar der Bundesrat intervenierte bei der sda, sie solle mehr Nachrichten des aus der Agentur Wolff hervorgegangenen DNB verbreiten und weniger von Havas und Reuters, um die Achsenmächte nicht zu provozieren. Im Zweiten Weltkrieg war die Zensur noch stärker als im Ersten. Die neu gegründete APF (Abteilung Presse und Funkspruch des Armeestabs) sollte ihre Einhaltung überwachen. Gleichzeitig taten viele sda-Journalisten Dienst bei der APF und arbeiteten häufig in Uniform am Redaktionspult. Wieder gab es Vorwürfe der Parteilichkeit, besonders vehement vom berühmt-berüchtigten «Büro Ha». Dem Direktor Rudolf Lüdi gelang jedoch der Beweis, dass die Vorwürfe haltlos sind.

Das Radio

Ein besonderes Kapitel in der Geschichte der sda spielte das Radio, das zu Beginn der 20er Jahre einen rasanten Aufschwung nahm. Die sda sprach die Nachrichten selbst, was ihr eine ungeahnte Popularität verschaffte. Während des Zweiten Weltkriegs wurden die Meldungen der sda zu den meistgehörten Radionachrichten in Europa. Auch nach dem Krieg waren die Sendungen, eingeleitet mit «Sie hören die Nachrichten der Schweizerischen Depeschenagentur», eine Institution. Aber der etwas behördliche Stil passte bald nicht mehr zur Entwicklung, und die 1931 gegründete SRG übernahm die Gestaltung der Informationssendungen in den 60er Jahren in eigener Regie.

Fortsetzung...

Peter Müller, sda-Direktor Marketing & Logistik von 1976 bis 2010

Abb. 1: Ein uniformierter sda-Mitarbeiter im Aktivdienst während des Zweiten Weltkriegs.

Abb. 2: Digitalisierte Arbeitsumgebung in der sda-Redaktion in Bern



Abb. 1: Radionachrichten verlesen aus dem Hauptsitz der sda

sda Nachrichten

120 Jahre sda - Die Entwicklung

Sport, Finanznachrichten, Bild und Communiquédienst

1927 \n verzichtete die sda auf eine eigene Sportberichterstattung und übernahm \n stattdessen eine Mehrheit, später das gesamte Aktienkapital der 1922 gegründeten \n Sportinformation Arnold Wehrle & Co. Weniger glücklich als in der \n Erfolgsgeschichte Sport operierte die sda vorerst bei Finanznachrichten und beim \n Bild. Die sda überliess den Finanzdienst von Anfang an der \n Cosmographique. Als diese an Reuters verkauft wurde, gab es vorderhand \n keinen schweizerischen Finanzdienst mehr. Erst als die 1957 gegründete \n awp Finanznachrichten AG 2002 zum Verkauf stand, gelang der sda der \n Wiedereinstieg in diesen wichtigen Markt, indem sie AWP schrittweise \n übernahm. Heute hält sie noch 50 % des AK.

Dass Bilder eine \n steigende Bedeutung in der Nachrichtenvermittlung bekamen, realisierte \n die sda früh: Sie gründete mit Eugen H. Suter zusammen 1931 die \n Photopress AG, die rasch zur führenden Bildagentur in der Schweiz wurde. \n Die Agentur ging dann mehrheitlich an den Jean-Frey-Verlag, die sda \n behielt einen Exklusivvertrag mit ihr. Dieser führte nach dem Aufkommen \n von Keystone Anfang der 70er Jahre zu Problemen, worauf auch die sda \n ihren Anteil an Jean Frey abtrat und damit aus dem Geschäft mit Bildern \n ausschied. Bei jedem Besitzerwechsel von Keystone war die sda danach \n Kandidatin für die Übernahme; es gelang jedoch nie. Erst beim Verkauf \n von Keystone 2008 konnte sich die sda mit 40 % beteiligen, 60 % gingen \n an die österreichische APA.

Ein weiteres wichtiges Standbein für \n Nachrichtenagenturen ist die Übermittlung von Medienmitteilungen. Einen \n Vorläufer für einen solchen Dienst gab es bereits in der \n Zwischenkriegszeit in Form des Tractatus-Dienstes. In den 80er Jahren \n begann die sda, Medienmitteilungen unter dem Titel OTS (Original Text \n Service) anzubieten. Im Jahr 2000 gründete sie mit dem deutschen Partner \n dpa die news aktuell AG zur Vermarktung des Dienstes; sie hält heute 50 \n % des AK. Keystone führt ein Pendant dazu, die für diesen andern Zweck \n wiederauferstandene Photopress AG.

Ab 1950 war der \n Telefonnachrichtendienst TND ein wichtiger Teil in der Angebotspalette \n der sda. Aus ihm wurde mit dem Aufkommen des Internets in den 90er \n Jahren der Onlinedienst der sda gebildet. Weitere wichtige \n Spezialdienste, die heute noch bestehen, sind die Regionaldienste, der \n People-Dienst, der Archivdienst

sda-Direct oder der Selektionsdienst \n sda-Selektiv.

Die sda versuchte auch in zahlreichen anderen \n Bereichen neue Dienste zu erschaffen. Dazu gehören der Audiodienst, die \n Infographik, Fertigseiten, das Branchen-Übermittlungsnetz MediaConnect, \n die alle nach einer gewissen Zeit wieder eingestellt werden mussten, \n weil sie nicht tragfähig waren oder obsolet geworden waren.

Die Technik

Die \n sda spielte von Beginn an eine Vorreiterrolle in der \n Übermittlungstechnik und später der IT in den Medien. Nach dem Ersten \n Weltkrieg führte sie als erste der kleinen Nachrichtenagenturen Europas \n die Funk-Telegrafie ein. Während der nächsten 50 Jahre beherrschte das \n Rattern der Fernschreiber die Redaktionsstuben der Medien, bis leisere \n Drucker und schliesslich die Übertragung von Computer zu Computer \n eingesetzt wurden. Nach einem kommerziell missglückten Fernsatzdienst \n war die sda in den 80er Jahren die erste Redaktion in der Schweiz, die \n an Bildschirmen arbeitete. Spektakulär war ab 1994 der Ersatz des \n Fernschreibernetzes durch die Satellitenübertragung. Sie wurde 10 Jahre \n später durch die neuen, zunehmend sicherer werdenden \n Übertragungsmöglichkeiten über das Internet ersetzt.

Die Neuzeit

Die \n Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg war gekennzeichnet von einem steten \n Aufschwung, immer mal wieder unterbrochen von einer Krise. 1967 zog die \n sda aus dem zu klein gewordenen Gebäude an der Gutenbergstrasse in Bern \n in den vierten Stock des Postbahnhofs an der Schanzenstrasse um. Nach \n dem plötzlichen Tod des damaligen Direktors Siegfried Frey wurde Georges \n Duplain zum neuen Direktor gewählt, der nach seiner Pensionierung 1979 \n von einem Triumvirat abgelöst wurde, bestehend aus dem Chefredaktor \n Hanspeter Kleiner sowie dem kaufmännischen und dem technischen Direktor, \n Willy Schaer und Peter Müller. Im gleichen Jahr zog die sda an den \n heutigen Standort in der Länggassstrasse um. In den 80er Jahren wurden \n moderne Führungsinstrumente eingeführt. Nun wurden auch Spezialdienste \n neben dem Basisnachrichtendienst eingeführt, und dieser wurde auch an \n Nichtmedien verkauft. 1988 wurde nach dem Ausscheiden von Chefredaktor \n Hanspeter Kleiner mit Oswald Sigg erstmals ein Nichtjournalist \n Chefredaktor der sda, der aber bereits 1991 wieder von einem \n Journalisten, Bernard Reist, abgelöst wurde, der gleichzeitig zum \n Sprecher des Triumvirats bestimmt wurde. Als Reist 2005 zum \n Informationschef der Walliser Kantonsregierung gewählt wurde und in \n seinen Heimatkanton zurückkehrte, übernahm Bernard Maissen den Posten \n als Chefredaktor. Zum Präsidenten der Geschäftsleitung wurde der \n Finanzdirektor, Markus Schwab, ernannt, der 2003 den in den Ruhestand \n tretenden Willy Schaer ersetzt hatte. Die sda mit ihren \n Tochtergesellschaften und Beteiligungen wurde zu einer Gruppe umgebaut. Nach der Pensionierung des Direktors Marketing & Logistik \n Peter Müller 2010 wurde Adrian Häsler als Finanzdirektor in die \n Geschäftsleitung gewählt, während Markus Schwab den Bereich \n Beteiligungen übernahm.

Nach der Aufgabe des Schweizer Dienstes der AP ist die sda wieder wie in ihren Anfangsjahren alleinige Agentur in der Schweiz. Dies entspricht allerdings der Situation in allen vergleichbaren \n Ländern. Weniger denn je scheint die Medienlandschaft eines kleinen \n Landes mehr als eine Nachrichtenagentur tragen zu können, so wünschbar \n dies aus journalistischer Sicht auch wäre.

Peter Müller, sda-Direktor Marketing & Logistik von 1976 bis 2010



Abb. 1: Foto-Ausstellung im Valle di Verzasca

sda Nachrichten

Mein Alp-Transit

Was ist das Tessin? Schon beim Artikel fängt es an knifflig zu werden: Denn da gibt es auch noch den «Tessin», der am Nufenenpass entspringt und dann 250 Kilometer weiter südlich in den Po mündet. Was zwischen diesen beiden Punkten liegt, ist nun seit zwei Monaten mein journalistisches Ackerland.

Seitdem grabe ich um, ziehe Furchen, hinterlasse Spuren und frage ortskundige Medienmenschen, wie sie ihr Feld bestellen. Von ihnen gibt es eine ganze Menge, obwohl zwischen Bergmassiven und Seen, Autobahnzubringern und Shopping-Outletcentern die fruchtbaren Ebenen nur schwer zu finden sind.

Die meisten der rund 350'000 Tessiner leben in den Grossräumen Locarno, Bellinzona und Lugano. Sie sind meine Haupteinsatzgebiete als sda-Korrespondent. Zwischen Lugano auf der einen und Bellinzona und Locarno auf der anderen Seite liegt der Monte Ceneri. An dessen Gipfel verfangen sich seit Jahrhunderten Polemiken wie sonst nur Schlechtwetterfronten.

Eine Kostprobe: In Lugano wird das Geld erarbeitet, in Bellinzona verteilt und in Locarno mit vollen Händen (für die Kunst) ausgegeben. Wie immer steckt in einem solchen Bonmot ein Funken Wahrheit. Trotz Einbussen in den vergangenen Jahren bleibt Lugano der dritt wichtigste Finanzplatz der Schweiz. Hinzu kommen die Rohstoffhändler und Metallveredelungsunternehmen, die sich in den beiden letzten Jahrzehnten im Luganese und im Mendrisiotto angesiedelt haben.

Bellinzona ist nicht nur Kantonshauptstadt und folglich Sitz der Regierung und des Parlaments. Hier verhandelt auch das Bundesstrafgericht Fälle, die eine Tragweite für die gesamte Eidgenossenschaft haben. Mit Fertigstellung der NEAT gewinnt die Stadt ausserdem als Bahnknotenpunkt an Bedeutung.

In Locarno wird selbstverständlich nicht nur Geld ausgegeben. Aber Kunst und Kultur sind der ganzen Region des Locarnese lieb und teuer - und damit werden auch Besucher angelockt. Neben dem weltbekannten Festival del film di Locarno gibt es auch kleinere «Hidden Champions» in der Nähe des Lago Maggiore: An der Hochschule des Teatro Dimitri studieren junge Menschen aus der ganzen Welt das Bewegungstheater und präsentieren sich dem Publikum. Im Valle Maggia befindet sich eine über die Landesgrenzen hinaus bekannte Schule für Bildhauerei. Und

im benachbarten Valle di Verzasca organisierten junge Fotografen aus dem Tal heuer zum ersten Mal ein Fotofestival, bei dem sie «ein Fenster zur Welt» öffneten.

Wie aber sieht mein journalistischer Alltag als Neuling jenseits des Gotthards aus?

Tag 1: Medienkonferenz bei der ältesten Bank der italienischen Schweiz: Ehrwürdige Hallen, glänzender Marmor und eine erste Begegnung mit der Tessiner Medienmeute. Während sich der CEO trotz voller Pressepräsenz seelenruhig die Goldrandbrille putzt, führe ich Strichliste: 3 Menschen vom Radio, sieben Zeitungsleute und zwei Kamerateams à 3 Personen. Immerhin gibt es Besuch aus Brasilien. Nicht für den Fussball sei er gekommen, sagt der Gegenüber des Goldbrillenbankers feixend, sondern für das Geschäft. Am Ende ist der Verkauf besiegelt, die Luganeser Bank in brasilianischen Händen. Am Bankenplatz Tessin ist nicht mehr alles Gold, was glänzt.

Tag 5: Ich habe schon wieder den Namen des Stadtpräsidenten von Lugano vergessen. «Bor-ra-do-ri», Marco, ist doch nicht so schwer. 55 Jahre alt und politisches Schwergewicht. Wahrscheinlich das schnellste Pferd im Stall der Lega. Merken. Oder einfach auf die Liste mit den Kantonsnamen in drei Landessprachen schreiben, die ich heute Morgen angefangen habe.

Tag 8: «Borradori» geht mir mittlerweile so locker über die Lippen wie «otorinolaringoiatra», was übrigens Hals-Nasen-Ohrenarzt heisst. Anders als für die Banken läuft bei dieser Berufsgruppe heuer das Geschäft rund. Der kühle feuchte Sommer ist nicht gut für die Atemwege. Die Tessiner Newsportale graben deshalb die normalerweise bis Februar eingemotteten Grippetips schon Mitte Juli wieder aus. Salute!

Tag 11: Ich erkenne Marco Borradori in den verwinkelten Gassen Luganos aus 30 Meter Entfernung von hinten an seinem wallenden Haupthaar. Der Sindaco steht in einer Menschentraube, macht gute Miene zum bald sparsameren Spiel: Die Stadt ist dieses Jahr in den Miesen. Den Banken sei zu danken, dass man das Geld für den Luganeser Kulturpalast LAC schon früher zusammen hatte. Eröffnung 2015.

Tag 17: Ich stehe hier und kann nicht anders. Wieder Borradori. Dieses Mal bei der feierlichen Teil-Einweihung des Bahnhofs von Lugano. Shakehands mit dem SBB-Chef, dann weltmännisches Pathos: Der Alp-Transit, das Jahrhundertprojekt, unsere Kinder werden einmal...

Zürich wird zur Agglo von Lugano oder umgekehrt. Und wer regiert dann wen?

Tag 21: Der Gesamtbundestag kommt ins Tessin – zum ersten Mal seit Menschengedenken. Auf der Piazza Riforma in Lugano spürt man die ganze Leichtigkeit des Seins: 9. Februar, Frontalieri, «Voluntary Disclosure», alles für den Moment vergessen. Es scheint die Sonne (mitten im Sommer!), Risotto und Eis gibt es gratis und dann wimmelt es auch noch vor Selfie willigen BundesrätInnen.

Und: Ich spreche das erste Mal mit Marco Borradori. Bor-ra-do-ri.

Nicolei Morawitz, Redaktor sda Regionalredaktion Lugano



Abb. 1:

sda Nachrichten

Die Echtzeit-Informationsplattform für Medienschaffende und Kommunikationsprofis. sda-Direct – bringt's auf den Punkt.

Internet sei Dank! Nie war es leichter an Informationen aus aller Welt zu gelangen. Zu jedem erdenklichen Thema und Ereignis - ein Klick und blitzschnell reiht sich Ergebnis unter Ergebnis unter Ergebnis... nicht selten millionenfach, innerhalb eines Sekundenbruchteils. Irgendwo, für jeden die Information, die er sucht.

So zahlreich wie die Inhalte im Web, so vielfältig sind auch die Ansichten und Motivationen derjenigen, die an der Diskussion im Internet teilnehmen. Seien dies Politiker, Experten und Superstars, Medienhäuser, Behörden und Unternehmen oder schlicht auch Herr und Frau Schweizer von nebenan. Alle leisten mit Tweets, Hashtag-Kampagnen, Posts, Likes und Kommentaren ihren Beitrag zum Informations-Strom, der rund um die Uhr fließt.

Wie gelangt man nun von der Nachrichtenflut aus unterschiedlichsten Quellen einfach und rasch an verlässliche Inhalte. Und wie und wo findet man gezielt die wesentlichen Informationen?

sda-Direct - bringt's auf den Punkt.

Als nationale Nachrichtenagentur der Schweiz ist die sda spezialisiert auf die redaktionelle Verarbeitung grosser Information-Inputs aus regionalen, nationalen und internationalen Quellen. Daraus entsteht ein umfassender, vertieft recherchierter und unabhängiger Nachrichtendienst in deutscher, französisch und italienischer Sprache, der alle gesellschaftlich, politisch, wirtschaftlich und kulturell relevanten Themen umfasst.

Auf der Onlineplattform sda-Direct erhalten unsere Kunden rund um die Uhr mobilen Zugang zu den aktuellsten Informationen, massgeschneidert auf ihren Wissensbedarf.

Ein persönlicher Login auf www.sda-direct.ch ermöglicht...

\n \n mobilen Echtzeit-Zugriff auf die Agenturinhalte der sda, Sportinformation Si, AWP und news aktuell

h
n

\n Alert-Benachrichtigung per E-Mail SMS

n

•

\n umfangreiche Suchoptionen (Boolesche Suchsyntax wird unterstützt)

- \ \n freie Wahl des Suchzeitraums, Quellen und Channels
- h \n Speicherung häufig verwendeter Abfragen als Suchvorlagen
- h \n Recherchen im Archiv bis zurück ins Jahr 1985
- n

Für einen kostenlosen Testzugang oder wenn Sie Fragen haben zu einem bestehenden Account kontaktieren Sie uns unter +41 31 309 35 35 oder sales@sda.ch. Wir beraten Sie gerne!

Francis Roelofsen, sda



Abb. 1: König Fussball erhält Unterstützung von der Schweizer Fangemeinde.

Sportinformation Si

König Fussball immer mächtiger

Kein anderer Sport vermag die Fans rund um den Erdball dermassen in seinen Bann zu ziehen wie der Fussball. Dessen Dominanz innerhalb der Sportwelt wird laufend grösser, was sich auch in der Berichterstattung der Sportinformation niederschlägt.

Als nationale Sportnachrichten-Agentur berücksichtigt die Si sämtliche Sportarten, die dem Dachverband Swiss Olympic angeschlossen sind, in ihrer Basisdienst-Berichterstattung regelmässig in Text- und/oder Resultat-Form. Das öffentliche Interesse beschränkt sich jedoch mehr und mehr auf ein paar wenige Hauptsportarten, während es sogenannten Randsportarten zunehmend schwerer fällt, in den medialen Fokus zu geraten.

Auch bei der Si nimmt Fussball eine herausragende Stellung ein. 2013, in einem Jahr ohne WM oder EM, betrug der Anteil der Fussball-Meldungen im deutschsprachigen Si-Basisdienst 27 Prozent, im französischsprachigen fast 30 Prozent. Noch grösser ist der Anteil der Fussball-Meldungen im Online-Dienst, in welchem kaum über Randsportarten berichtet wird.

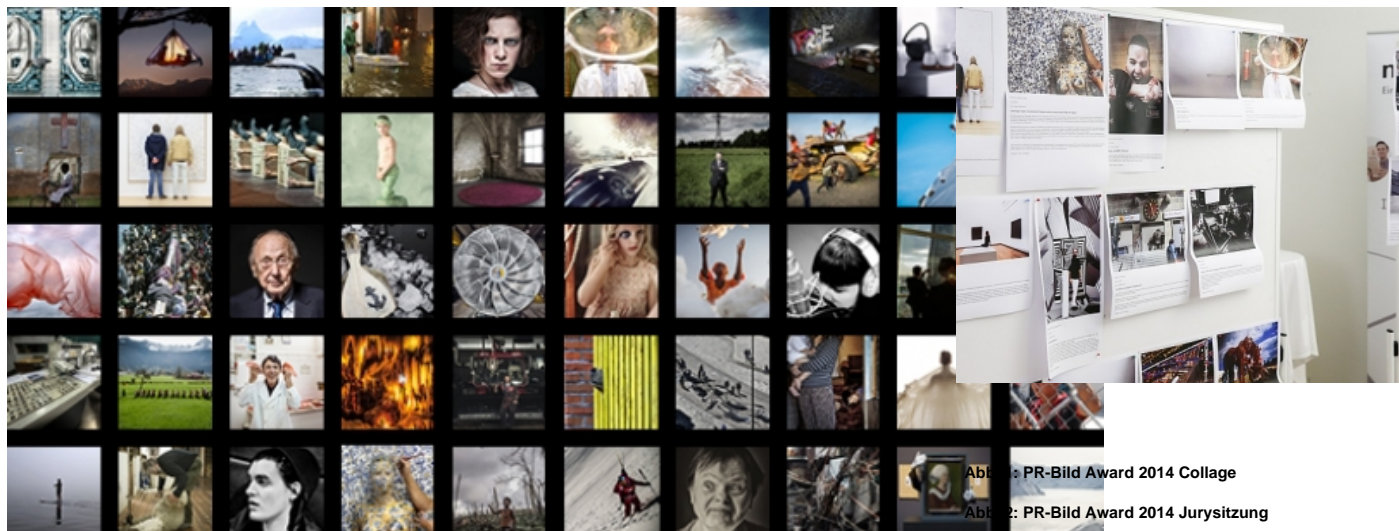
König Fussball hat sich in den letzten Jahrzehnten nicht damit zufriedengegeben, seine dominante Stellung innerhalb des Sports zu bewahren, sondern wurde immer mächtiger. Die Champions League, das Premium-Produkt des europäischen Fussballverbandes UEFA, füllt längst mehrere Sportseiten in den für die Topklubs wichtigen Märkten in Asien. Gleichermassen verhält es sich mit den wichtigsten nationalen Ligen Europas.

Während Auslosungen betreffend die Endrunden-Turniere in anderen Sportarten mehrheitlich abseits der medialen Live-Berichterstattung durchgeführt werden, stossen im Fussball bereits Auslosungen auf Qualifikationsstufe auf reges Interesse – entsprechend werden sie für die TV-Stationen aus aller Welt aufbereitet. Der Fussball ist mittlerweile so mächtig, dass er es sich gar leisten kann, die Gruppenauslosung für die EM-Qualifikation 2016 am letzten Tag der Olympischen Winterspiele in Sotschi durchzuführen, ohne dabei temporär an Beachtung zu verlieren.

Mit der neuen Zentralvermarktung dieser Qualifikationsphase hat die UEFA die Partien fast auf die ganze Woche verteilt und dergestalt die Medienpräsenz des Fussballs nochmals erweitert. Eine Runde wird nun an drei statt an einem Tag ausgetragen, sodass König Fussball zuletzt schweizweit selbst an einem Montagabend regierte. Das

Schweizer Startspiel gegen England im Rahmen der «European Qualifiers», wie die EM-Qualifikation neudeutsch seit der UEFA-Reform auch genannt wird, machte dies möglich und sorgte dafür, dass der Personalbedarf der Si am früher ruhigsten Sportabend der Woche viermal grösser war als bislang üblich.

Roman Eberle, Sportinformation Zürich



news aktuell

PR-Bild Award 2014

Die Jury des **PR-Bild Award 2014** war fleissig und hat grossartige Arbeit geleistet: Die Shortlist steht und ab sofort kann für die Favoriten unter www.pr-bild-award.ch abgestimmt werden! Sechzig Bilder von Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen hat die zwölfköpfige Award-Jury ausgewählt und jetzt zur öffentlichen Abstimmung bereitgestellt. Zum insgesamt neunten Mal hat die sda-Tochter news aktuell zusammen mit dem Magazin «persönlich» den renommierten Branchenpreis ausgeschrieben. Mediensprecher und PR-Fachleute aus der Schweiz, Deutschland und Österreich haben in den letzten Monaten gut 1'700 Bilder eingereicht. **Die öffentliche Abstimmung auf www.pr-bild-award.ch läuft bis zum 19. Oktober.** Die endgültigen Gewinner des Awards werden Mitte November in Hamburg bekannt gegeben.

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

Die Medienmitteilung finden Sie unter http://na.cc/Shortlist_PRBA

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



Abb. 1: Kai Gerwig, Geschäftsführer news aktuell (Schweiz) AG

news aktuell

Roadshow «PR-Inhalte gezielt kommunizieren»

Die diesjährige **Roadshow «PR-Inhalte gezielt kommunizieren»** der sda-Tochter news aktuell (Schweiz) AG ist erfolgreich zu Ende gegangen. Die Veranstaltungen wurden in Luzern, Genf, Lausanne, Zürich und Bern durchgeführt. Im Rahmen der Vortragsreihe hörten die Teilnehmer von Gastreferenten aus England und Deutschland, mit welchen Recherchequellen und -formaten heute in Redaktionen gearbeitet wird, was dies für ihre Medien- und Kommunikationsarbeit bedeutet und wie sie für ihre PR-Inhalte die relevanten Zielgruppen (Medien, Öffentlichkeit, Meinungsbildner) im In- oder Ausland erreichen können. Darüber hinaus gab es Tipps und Hinweise, um für PR-Botschaften die grösstmögliche Aufmerksamkeit zu erhalten.

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



Abb. 1: Preisträgerteam Eclat / ROD Kommunikation für SBB, vlnr: Lorenzo Geiger, Eclat; Jan-Hendrik Böke, Eclat; David Seib, ROP; Simon Zogg, ROP; Martin Läderach.

news aktuell

10. Award Corporate Communications

Am 11. September 2014 wurde im Herzen von Zürich, im Zürcher Metropol, der diesjährige «Award Corporate Communications» vergeben. Der Award-CC steht für kreativ vernetzte Kommunikationsleistungen und wird jährlich verliehen. Ziel ist die Förderung der professionellen internen und externen Kommunikation in Unternehmen, Nonprofit-Organisationen und der öffentlichen Verwaltung.

news aktuell unterstützt den nationalen Branchenpreis seit der ersten Ausgabe im Jahr 2005. Im Jubiläumsjahr engagierte sich die sda-Tochter erstmals als Preissponsor. Mit den begehrten «Communicators»-Trophäen wurden die Projekte «Eclat/Rod Kommunikation – Integrierte Kommunikation SBB» sowie «Swiss Life Zürich – Transformationskommunikation in drei Akten» ausgezeichnet. Nebst der alljährlichen Preisverleihungszeremonie warteten die Organisatoren mit einem speziellen Jubiläumsprogramm auf.

Medienmitteilung zur Preisverleihung: <http://na.cc/AwCC14>

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

The screenshot shows the AWP website interface. At the top, there's a navigation bar with 'AWP' logo and 'Am Puls der Märkte'. Below it, a search bar and a list of market news headlines. The main article is titled 'Aktien Schweiz: SMI grenzt Verluste ein - Nobel Biocare vor Übernahme'. The article text discusses the Swiss market's performance, mentioning the SMI index and the impact of the Nobel Biocare takeover. It also includes a table of market indices and a list of further links.

Markung	Zeit
Aktien Schweiz: SMI grenzt Verluste ein - Nobel Biocare vor Übernahme	12:35
Rheinmetall will mehr Geld mit Erbsitzeln machen	12:24
Asien Frankfurt: Das ist ein Plus - Voran auf Fed und Schäften	12:24
Allianz Schweiz erwirbt neuen Leiter 'Broker & Key Accounts'	12:16
Altabas Webforum für Börsengang erreicht Asien	12:03
Tut-Fusion einen Schritt weiter - Jousens schraubt Erwartungen hoch	11:50
Syngenta nennt Cargill-Klage wegen 'Agrisave Viteira' unbegründet	11:33
RWE Wachstumsaussichten für Deutschland eingetrübt - Keine Rezess...	11:32
SAP erwartet dreifache EDE-Verkaufskäufe	11:32
Aktien Europa: Moderne Navverente zum Wochenschluss - Schwache Chi...	11:32
Europa: Überschuss in der Handelsbilanz weicht sich aus	11:17
Bundesbank-Vorstand Dombret: Eurobonds derzeit kein Thema	11:17
OECD sieht schwächeres Wachstum - Euroraum bleibt Sorgenkind	11:17
ZF verkauft Lenksysteme an Bosch - Wichtiger Schritt für TRV-Deal	11:16
Rosha beginnt mit Phase-II-Studien für Lampazumab bei geschränkt...	10:55
ZDF entwirft Modell einer neuen Spirale	10:43
Ödette: Städtische Ungeheuer in Europa nimmt zu	10:40
Aktien Asien: Verluste nach schwachen China-Daten - Japans Börse ge...	10:39
Experten rechnen mit weltweit steigenden Haftpflichtschäden - Nachbä...	10:19
Lebenshaltungskosten steigen auf 1.06% - 14% mehr leere Wohnungen	10:16
Aktien Schweiz: Eröffnung: Leichte Abgaben im SMI - Nobel Biocare geb...	10:15
Wieder weniger Betriebe in Deutschland gegründet	10:14
Nobel Biocare: Aktien verlieren auf Übernahmeversprechen - Wohl kaum...	10:05
Aktien Frankfurt: Eröffnung: Verluste - China-Daten, Warten auf Fed	10:00
Samsung entwirft Anzeige gegen LG-Manager wegen 'Vandalismus'	09:51
Alpiq verlängert Abschreibungszeitraum für KKW-Gösgen und Leisbühl...	09:49
Luftansa-Piloten wollen in Kürze Streikwelle Langstrecke lahmlegen (...)	09:47
Schweizer Produzenten- und Importpreisindef PPI sinkt im August um 0...	09:45

Aktien Schweiz: SMI grenzt Verluste ein - Nobel Biocare vor Übernahme

Zürich (awp) - Der Schweizer Aktienmarkt ist mit tieferen Notierungen in die neue Woche gestartet, allerdings sind die Kursverluste im Leitindex SMI bis am Mittag bereits ganz waggewaschen. Nachdem zunächst schwache Vorgaben aus den USA, von enttäuschenden Wirtschaftsdaten aus China befeuert, auf die Entwicklung an der Schweizer Börse geschüttet haben, bietet nun das Schwerkriegs-Rache eine gute Stütze. Für Gesprächsstoff am Markt sorgt Nobel Biocare: Für den Zahnimplantatehersteller hat der US-Konzern Dabur ein freundliches Übernahmeangebot lanciert.

Der SMI verliert in der neuen Woche - wenn auch nur moderat - weiter an Wert. Nach Anfang September erreichte der Index bei 8556 Punkten den höchsten Stand seit Ende 2007, doch ist er seither mehr oder weniger auf der Stelle. Neue Impulse könnten dem Handel am Nachmittag die Daten zum Empire State Index sowie zur US-Industrieproduktion und Kapazitätsauslastung liefern. Der Fokus der Anleger geht jedoch der US-Leitzinsentscheidung am Mittwochabend, heisst es. Dabei fürchten sich die Investoren vor einer baldigen und kräftigen Zinssenkung der US-Fed.

Der Swiss Market Index (SMI) notiert um 12 Uhr nur noch um 0,06% tiefer auf 8709,33 Punkten. Der gekappte Swiss Leader Index (SLI) verliert 0,11% auf 1110,52 Zähler und der breite Swiss Performance Index (SPI) 0,06% auf 8772,02 Stellen. Von den 30 wichtigsten Aktien notieren 21 im Minus, acht im Plus und Garbitt unverändert.

Bei den Blue Chips haben Transacore (-1,2%) von Syngenta (-0,3%) die erste Laterna übernommen. Die Aktien des Agrarchemiekonzerns Syngenta wurden zunächst von der Nachricht zur Anleihe des amerikanischen Rüstungsfinders Cargill unter Druck gesetzt. Cargill verk Syngenta sei seine genetisch veränderte Maislinie 'Agrisave Viteira' kommerziell zu haben, bevor das Produkt eine Einfuhrerlaubnis aus China erhalten habe. China hatte mehrere Maleisierungen aus den

Weiterführende Links

Firma	Swiss Market Indices SMI, SPI, SLI
Russ	MKT STK
Branche	(B)
Land	CH

Abb. 1:

AWP Neue Titelgebung macht AWP-Dienste noch attraktiver

Ein Titel, eine Schlagzeile, ist wichtig, um den Leser gleich beim ersten Blick «abzuholen». Der Titel sollte dabei nicht nur Kernaussagen transportieren und sachlich sein, er sollte auch die Neugier wecken und zugleich vermitteln, dass der Leser aus der Lektüre einen Nutzen zieht. Um den Nutzwert unseres Finanznachrichtenservices weiter zu verbessern, hat AWP daher die Titelgebung umfassend überarbeitet: Unsere Titel und Schlagzeilen sind jetzt noch leserfreundlicher, noch einfacher und eingängiger.

Gerade bei den Online-Medien sind Headlines noch viel entscheidender als im Print. Denn der Leser entscheidet meistens innert weniger Sekunden, ob er weiterklickt. Mit einer Vielzahl von Anpassungen haben wir auf Leser- und Kundenbedürfnisse reagiert, um unsere auf Webseiten und Finanzportale zugeschnittenen Dienste AWP Basic und AWP Top News für den Leser noch attraktiver zu machen.

Deutlich leserfreundlicher

So sind unsere Titel, wo immer möglich, einfach verständliche Aussagen, die den Leser sachlich über die Kernaussagen des Beitrags informieren und ihm so gleichzeitig als Orientierungshilfe in der täglichen Flut an Finanznews dienen. Zudem wurden die Headlines konsequent entschlackt, damit sie noch ansprechender daherkommen als bisher. Dabei wird auf Abkürzungen so weit wie möglich verzichtet, ebenso auf Klammerhinweise sowie versale Schreibweise und Schrägstriche (Slash). Deutlich reduziert wurde überdies die Anzahl Labels, die einen Titel zeitweise einleiten.

Das Ergebnis lässt sich sehen: In unserem Newsservice ist das Erscheinungsbild unserer Headlines deutlich informativer, ruhiger und «optisch» schöner geworden. Leser können jetzt beim «Scannen» der Headlines noch schneller als bisher entscheiden, welches die für sie wesentlichen Finanznachrichtenartikel sind.

Nichts geändert haben wir indes an der Titelgebung in unseren Flash-Meldungen. Die einzeiligen Eilmeldungen haben Vorrangcharakter und besitzen punkto Nachrichtenwert die höchste Aktualität, zumal mit dem Senden einer Flash-Meldung das Ereignis meistens noch nicht abgeschlossen ist.

Neue Metadatenfelder ermöglichen mehr Flexibilität

Zeitgleich haben wir einen neuen strukturierten Datenstrom mit zwei neuen Metadatenfelder – ByLine und StoryType – eingeführt. Das neue Format AWP NewsML 2.0 ermöglicht unseren Kunden mehr Flexibilität in der Darstellung der Nachrichten.

Die ByLine ist eine Text-Aussage, in der beschrieben wird, was sich in der vorliegenden Meldung gegenüber der vorangegangenen Meldung zum gleichen Event/Thema geändert hat. Sie kann als Metadatenfeld ausgelesen werden und bei der Publikation einer Meldung mitangezeigt werden. Wo eine ByLine angezeigt werden soll, ob am Anfang oder am Ende eines Artikels, entscheidet der Kunde individuell.

Der StoryType wiederum gibt Informationen über die Art bzw. über den Typ der Meldung. Zurzeit werden im neuen Metadatenfeld folgende StoryType berücksichtigt: Aktualisierung, Wiederholung, Zusammenfassung, Tabelle oder Korrektur.

Das neue Format AWP NewsML 2.0 steht unseren Kunden als Alternative zu den bestehenden Formaten bereits zur Verfügung. Für Kunden, die beim bisherigen Format bleiben wollen, ändert sich nichts – insbesondere die ByLine wird weiter als fixer Bestandteil des Textes ausgeliefert.

Thomas Pentsy, AWP



Abb. 1: Gardi Hutter, Clownin

Abb. 2: Mathias Seger, Eishockey-Spieler

AWP

Schweizer Persönlichkeiten multimedial porträtiert

Haben Sie sich bei der Lektüre eines Zeitungsinterviews schon mal überlegt, wie die Stimme des Interviewten wohl klingen mag oder was während des Gesprächs in seinem Gesicht zu lesen ist? Und möchten Sie manchmal noch mehr von einer Person mitbekommen, als Sie im Text erfahren?

Das multimediale Interview macht genau dies möglich: Es zeigt Facetten einer Persönlichkeit, die in einem gedruckten Interview so nicht zur Geltung kommen. Bei der multimedialen Interviewreihe, die SDA/AWP Multimedia für Bluewin.ch realisiert, zeigen sich Schweizer Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur von unterschiedlichen Seiten:

Entweder-Oder in Bild und Ton

Im Video beantworten sie simple Fragen wie: VW Bus oder Ferrari? (Mathias Seger, Eishockeyspieler), Playmobil oder Lego? (Nicola Spirig, Triathlon-Olympiasiegerin) oder Katze oder Hund? (Anna Rossinelli, Sängerin). Warum sie ganz spontan diese oder jene Wahl treffen, sagen die Schweizer Prominenten auch gleich: Katzen machen weniger Dreck, findet beispielsweise die sympathische Basler Sängerin.

Per Maus durch Karrieren klicken

In der sorgfältig zusammengestellten Bildstrecke erfahren die User weitere, manchmal auch wenig bekannte Details aus dem Leben der Porträtierten. Oder wussten Sie, dass Anna Rossinelli bei Auftritten an Beerdigungen oft an die Decke schauen muss, um nicht selbst in Tränen auszubrechen?

1 Blick – 10 Infos

Wieviele Lieder auf dem iPod einer Moderatorin lagern oder welche Kilometerzahl eine Band pro Jahr im Tourbus zurücklegt, erfährt der User in der Grafik «... in Zahlen». Übersichtlich dargestellt, ist die Grafik ideal, um vieles kurz und bündig sichtbar zu machen.

Einsichten statt Antworten

Natürlich kommt auch das klassisch geschriebene Gespräch beim multimedialen Interview nicht zu kurz. Im Gegenteil: Ausführlich erzählen die Protagonisten aus ihrem Leben, gewähren Einblicke in ihre Gefühlswelt und

geben Anekdoten aus ihren Karrieren zum Besten, die in Erinnerung bleiben.

Durch die Kombination von Text, Bild und Ton gelingt es, eine Persönlichkeit erlebbar zu machen, wie es nur im Web möglich ist. Die verschiedenen medialen Elemente bieten aber nicht nur dem User Abwechslung und Vorteile, auch bluewin.ch profitiert von der Medien-Vielfalt: Die Verweildauer der Besucher steigt mit jedem Element deutlich.

[Das multimediale Interview mit Clownerin Gardi Hutter, hier klicken!](#)

Corina Hany, Redaktorin SDA/AWP Multimedia



Abb. 1: Fan Bingbing während eines Fotoshootings in Shanghai, China, 2009. (KEYSTONE/Rian Dundon)

KEYSTONE

«Schwarzer Montag»

Jeden Monat wechselnd zeigt KEYSTONE zusammen mit dem Verlag Echtzeit und INCHfurniture unter dem Label **«Schwarzer Montag»** im Westflügel in Zürich Bilder der Gegenwart und solche, die nicht in Vergessenheit geraten dürfen. Eröffnet wurde die Reihe Anfang September mit «Fan» des amerikanischen Fotografen Rian Dundon, ab 6. Oktober folgt «Back to the Future» von Irina Werning. «Fan» ist die Geschichte des jungen Fotografen **Rian Dundon** aus Kalifornien, der im Auftrag von TIME.com in China unterwegs war, als er angefragt wurde, ob er einer chinesischen Schauspielerin Englisch beibringen könne. Schon bald traf er die Chinesin mit dem unglaublichen Namen Fan Bingbing und ihren Manager, Mu Xiaoguang. Rian nahm den Auftrag unter der Bedingung an, dass er die faszinierende Fan dabei fotografisch begleiten könne. Wenig später waren sie unterwegs zu einem Schönheitswettbewerb in der Küstenstadt Qingdao. Während neun Monaten entstand so eine fotografische Geschichte, die vom Alltag hinter dem Glanz und Glamour des chinesischen Idols Fan erzählt. «Fan» ist noch bis zum 4. Oktober 2014 zu sehen.

Schon ab dem 6. Oktober geht der «Schwarze Montag» in die nächste Runde: Für «Back to the Future» hat die Argentinische Fotografin Irina Werning Menschen aus aller Welt dazu eingeladen, in ihre eigene Zukunft zurück zu reisen und Porträts aus Jugendzeiten nachzustellen. Eine faszinierende Reise durch Zeit, Identität und Erinnerung, nostalgisch und manchmal humoristisch, über das Leben und seine Vergänglichkeit.

Der «Schwarze Montag» eröffnet am jeweils ersten Montag des Monats im Westflügel in Zürich eine neue Bilderreihe, die einen Monat lang zu sehen ist. Der **Westflügel** ist ein Raum für Möbel, für Bücher und neu auch für Bilder fürs Leben: Im Westflügel ist die gesamte Kollektion der Möbel von **INCHfurniture** zu sehen; ebenso liegt das gesamte Programm des Verlags **Echtzeit** auf, zusammen mit einer erlesenen Auswahl an antiquarischen Büchern zu Architektur und Fotografie. Mit dem **«Schwarzen Montag»** engagiert sich KEYSTONE für die Diskussion um dokumentarische Fotografie in all ihren Aspekten.

Öffnungszeiten: Montag bis Freitag, 12.30 Uhr bis 18.30 Uhr, am Samstag von 11 Uhr bis 17 Uhr.
Am Dienstag ist der Westflügel jeweils geschlossen.

Adresse:

Schwarzer Montag
im Westflügel
Viaduktstrasse 21
CH - 8005 Zürich **Kontakt:**
Tel +41 79 963 88 82

keystone@westfluegel.ch

www.keystone.ch

[@schwarzermontag folgen](#)\n \n

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe

Text-/Bild-Paket von news aktuell jetzt auch mehrsprachig buchbar

Mit dem Nachrichtennetzwerk OTS stellt news aktuell (Schweiz) AG sicher, dass Medienmitteilungen und multimediale Inhalte immer die richtigen Adressaten finden. Bilder erhöhen die Wahrnehmung einer Medienmitteilung und verschaffen mehr Klicks im Internet. Auch Nutzer sozialer Netzwerke können auf diese Bilder zugreifen. news aktuell bietet daher eine **kombinierte Text-Bild-Verbreitung**, in der Schweiz und international, zu Sonderkonditionen an. Ab sofort ist das Paket auch mehrsprachig buchbar.

Alle Informationen zu diesem Angebot finden Sie unter

<http://www.newsaktuell.ch/verbreitung/bild/>

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

Aktion: Preisermässigung bei Bestellung des «Schweizer PR- & Medienverzeichnis»

Das **Handbuch «Schweizer PR- & Medienverzeichnis»** ist das verbreitetste Arbeitsinstrument seiner Art für Kommunikationsprofis und Medienschaffende in der Schweiz. Es enthält die Adressen und Kontakte aller relevanten Medien der Schweiz sowie die Ansprechpartner der wichtigsten Medienstellen. Ab sofort gewährt news aktuell bei Bestellung des beliebten Nachschlagewerks einen **Preisnachlass von 50% (CHF 74.00, exkl. MwSt & Porto)**.

Bestellformular:

<http://www.newsaktuell.ch/renteria/pr-und-medienverzeichnis>

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

Zwei neue Kollegen im Team von news aktuell

Seit Anfang August verstärken **zwei Neuzugänge** das Salesteam von news aktuell (Schweiz) AG in Zürich.

Mauro Franzoso (38) hat in den letzten Jahren vorwiegend im Projektmanagement im Bereich Human Resources/Organisationsentwicklung gearbeitet, zuletzt im Key Account Management der Firma Lyreco. Bei news aktuell ist er als Key Account Manager tätig.

Claudio Casellini (23) ist als Account Manager zuständig für die Branchen Automobil, Energie, Telekommunikation/IT, Kultur und Sport. Zuvor hat er

bei der Mediaplanet Group AG in Zürich als Project Manager im Content Marketing/Sales gearbeitet.

news aktuell Team: <http://www.newsaktuell.ch/team/>

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

AWP ist Medienpartner der Kapitalmarktkonferenz Investora

Am 1. und 2. Oktober 2014 findet in Zürich die «Investora» statt, die Kapitalmarktkonferenz für Small- und Midcaps. An dem Anlass werden die Konzern- und Finanzchefs rund 30 börsenkotierter Unternehmen ihre «Investment Story» präsentieren. AWP, die grösste Schweizer Wirtschafts- und Finanznachrichten-Agentur, wird die Konferenz als Medienpartner begleiten und laufend von der Konferenz berichten. Die Investora richtet sich an institutionelle und qualifizierte Investoren, Analysten, Vermögensverwalter, Anlageberater, Finanzmedienvertreter und Branchenspezialisten. Weitere Informationen finden sich unter: www.investora.ch.

AWP ist Sponsor am Sipug Day 2014

Am 28. Oktober wird im Hotel Marriott, Zürich, der SIPUG DAY 2014 durchgeführt. Wie in den Vorjahren wird AWP auch dieses Jahr als Sponsor dieses Networking-Anlasses der Finanzinformationsindustrie auftreten. Der SIPUG DAY ist der Informationstag der Swiss Information Providers Users Group (SIPUG) mit Vorträgen und integrierter Vendorsausstellung. Der Anlass dient als Netzwerk-Plattform für Personen mit direktem Bezug zu Finanzinformationen sowohl von Finanzinstituten wie auch seitens der Anbieter. Mehr Informationen dazu finden Sie auf: www.sipug.ch.