

Editorial

Lagerfeuer

Doch, es gibt sie noch, die Momente, in denen sich (fast) die ganze Schweiz am medialen Lagerfeuer zusammenfindet. Meist ist es der Sport, der für solch magische Momente sorgt. Gerade diesen Sommer erleben wir das wieder einmal, wenn wir mit den Fussballern leiden, mit den Olympioniken hoffen und mit den Schwingern fiebern werden. Was das für die sda Sportredaktion bedeutet, erfahren Sie in diesem Newsletter.

Aber sie werden seltener, die gemeinsamen Erlebnisse. Meist konsumiert jeder und jede für sich allein, wann man gerade Zeit und Lust hat einzelne Medieninhalte und «shared» diese dann via Social Media mit Freunden. Da alles mobil erhältlich ist, braucht es kein Lagerfeuer und nicht einmal mehr das Cheminée in der heimischen Stube, um News zu teilen und zu kommentieren. Die Zeiten von Radio Beromünster, Sottens oder Monte Ceneri sind vorbei. Die Nachrichtensendungen von damals waren aber Inspiration für ein Kunstwerk, von dem Sie ebenfalls im Newsletter mehr erfahren.

Die Medien müssen heute auf allen Plattformen, rund um die Uhr attraktive multimediale Inhalte anbieten, um die gewünschte Aufmerksamkeit zu erhalten. Die sda will ihren Kunden dabei helfen. Gemeinsam mit KEYSTONE webt sie täglich einen Newsteppich, der ab nächstem Jahr auch Videoinhalte enthält. Der Basisdienst wird damit erstmals multimedial, und dass ohne Zusatzkosten für den Kunden. Egal ob Lagerfeuer oder individualisierte Mobil-Nutzung: Die Grundversorgung für alle Mediennutzungen kommt traditionell von der Agentur.

Bernard Maissen, Chefredaktor

Impressum

Bernard Maissen (sda); Winfried Kösters (sda); B at Grossenbacher (sda); Roman Eberle (sda Sport); Julien Oberholzer (sda Sport); Jonas Schneeberger (sda Sport); Roger Eichmann (sda); Thomas Pentsy (AWP); Beatrix Ta (news aktuell); Catharina Graf (KEYSTONE)

Leitartikel

Französischer Bildhauer widmet der sda eine Skulptur



Wir blenden zurück in die 40-er Jahre des letzten Jahrhunderts. Der Zweite Weltkrieg wütet in Europa. Die Desinformation regiert in der Nachrichtenwelt. Zu dieser Zeit lauscht der französische Bildhauer Jean-Louis Faure täglich die gesprochenen Nachrichtenbulletins der Schweizerischen Depeschagentur über den Westschweizer Radiosender Sottens. Es ist zu jener Zeit die einzige objektive Informationsquelle über den Kriegsverlauf. Dem jungen Faure prägen sich die Worte des Nachrichtensprechers René Payot ein, mit denen jedes Radio-Bulletin beginnt: «Die Schweizerische Depeschagentur in Bern bringt nun die neuesten Nachrichten». Dieses Ritual animiert den Bildhauer zu einer Skulptur, die er soeben an einer Vernissage der sda übergeben hat.

Die Stimme von René Payot und die sda in frischer Erinnerung macht sich Faure ans Werk. In der typischen Manier eines Künstlers lässt er seiner Fantasie freien Lauf. Und so lässt er Assurbanipal, den König des Assyrischen Reiches von 669 bis 631 vor Christus, in der Skulptur in Erscheinung treten. Assurbanipal verschießt drei Pfeile, die eine in Agonie versunkene Löwin durchbohren. Und ein zweites Element der Skulptur sticht ins Auge. Zuerst ist ein Sony-Radio zu sehen, das während eines Grossbrandes halb verkohlt gerettet werden konnte. «Die erste lautschriftliche Aufnahme der Welt», betitelt der Bildhauer sein Werk.

«Faure ist ein Künstler und Historiker, dessen Skulpturen keine Possen scheuen», beschreibt der Waadtländer Journalist und Schriftsteller Charles-Henri Favrod das Werk. Und er fährt fort: «Faures Skulptur spornt den Geist an und ruft Reaktionen hervor. Er verwirrt den Betrachter und





provoziert zugleich.» Wer Faure in Paris und anlässlich der Übergabe der Skulptur an die sda erlebt hat, spürt die fesselnde, grosszügige und demütige Persönlichkeit des Künstlers und dessen alles aufsaugende Neugier. Wer sich mit Faure unterhält, muss sich auf einen leidenschaftlichen Dialog gefasst machen.\n

Im Rahmen einer kleinen Zeremonie übergab Faure am 20. April der sda die Skulptur. René Roudaut, französischer Botschafter für die Schweiz und Liechtenstein, nahm an diesem Anlass ebenfalls teil. Er würdigte die menschlichen Qualitäten und die enorme Schaffenskraft des Künstlers.\n

Bernard Maissen, Chefredaktor der sda, stellte bei seiner Würdigung die unverändert gültige Mission der sda in der Medienwelt ins Zentrum. Die hohen Werte, die der ehemalige Nachrichtensprecher Payot verkörpert habe, lebe die sda heute wie damals. An Faure gewandt sagte Maissen, die Skulptur werde die sda-Mitarbeitenden täglich an diese Werte erinnern. «Seien sie versichert, dass wir zu Ihrem Werk und seiner Bedeutung Sorge tragen werden.»\n

Béat Grossenbacher, stv. Chefredaktor

Abb. 2: Kleine Zeremonie bei der Enthüllung der Skulptur mit Bernard Maissen, dem Radio-Reporter

Patrick Ferla, Jean-Louis Faure und dem französischen
Botschafter, René Roudaut (v.l.n.r)

Abb. 1: Jean-Louis Faure neben seinem Werk, das er
der sda übergeben hat.



Abb. 1: Der Bildhauer stellt in seinem Pariser Atelier sein jüngstes Werk vor. Zu sehen ist dort «eine vor vier Jahrhunderten gestorbene junge Frau, die gerade ein letztes Vergnügen verpasst hat». Zwei Eier liegen auf einer Platte, für die die Frau so geschwärmt hat.

sda Nachrichten

Ein langer Weg mit vielen Stolpersteinen...

Die Skulptur des Künstlers Jean-Louis Faure fand zunächst in der französischen Botschaft in Bern ihren Platz. Das Werk mit dem Titel «Die erste lautschriftliche Aufnahme der Welt» war dort seit dem 1. Oktober 2013 ausgestellt. Geplant war jedoch von Anfang an, die Skulptur nur temporär in der Botschaft zu platzieren. Eigentlich hätte das Kunstwerk die Schweiz am 1. Juli 2014 verlassen sollen. So jedenfalls stand es im offiziellen Dokument der Eidg. Zollverwaltung.

Es sollte anders kommen. Faure setzte sich hartnäckig dafür ein, dass das Werk in der Schweiz blieb, war es doch dem ehemaligen Nachrichtensprecher René Payot gewidmet. Unterstützung erhielt Faure vom Waadtländer Journalisten und Schriftsteller Charles-Henri Favrod, einem grossen Freund Faures. Nach längerer Suche waren sich alle Beteiligten schliesslich einig, wo die Skulptur neu ihren festen Platz finden sollte - bei der sda. Das war im Juli 2015.

Der Weg durch die administrativen Mühlen stand jedoch erst am Anfang. Es sollten noch viele Monate und das beherzte Engagement des französischen Botschafters René Roudaut nötig sein, damit das Werk am neuen Bestimmungsort ankommen sollte. Schliesslich gab es doch noch ein Happy End. Die Skulptur konnte im letzten April von der französischen Botschaft an die Länggassstrasse 7 transportiert werden, dem Hauptsitz der sda.

Béat Grossenbacher, stv. Chefredaktor



Abb. 1: «Ein langer und schwerer Weg» ist seit 2015 Teil der permanenten Ausstellung im Musée de l'Homme in Paris.

sda Nachrichten

Künstler mit vielen Facetten

Der französische Bildhauer Jean-Louis Faure kam am 1. Mai 1931 in Paris zur Welt. Nach einem Studium, das er selbst als kurzatmig bezeichnet, stiess er während kurzer Zeit zur Ecole des Beaux-Arts in Paris. Er leistete anschliessend Militärdienst in Algerien, als Soldat der Kavallerie in der Garde des Gouverneurs. Dank seines künstlerischen Talents übernahm er rasch einmal die Aufgabe des Malers der Kavallerie.

Seine erste Ausstellung als Künstler geht auf die zweite Hälfte der 50-er Jahre zurück. Sie fand in der bolivianischen Stadt La Paz statt. Zurück in Frankreich übernahm er die künstlerische Leitung von Magazinen und in bedeutenden Verlagshäusern. Mit der Bildhauerei fing er 1979 an. Er schuf in den folgenden Jahren mehr als 100 Werke. Die meisten dieser Arbeiten sind in den Museen von Denon und Niepce de Chalon-sur-Saône ausgestellt.

Darüber hinaus sind vier seiner Werke im Musée de la Grande Guerre du pays de Meaux zu bewundern. Diese Ausstellung wurde im November 2011 eingeweiht und ist vollumfänglich dem Ersten Weltkrieg gewidmet. Seit 2015, als in Paris das Musée de l'Homme am Place Trocadéro komplett renoviert wiedereröffnet wurde, stellt Faure dort aus. Sein Werk, das den Namen «Ein langer und schwerer Weg» trägt, ist dort in einer permanenten Ausstellung zu sehen. «Das ist eine grosse Ehre für mich», kommentiert Faure dies voller Respekt. «Als Bub hätte ich davon nie zu träumen gewagt.»

Béat Grossenbacher, stv. Chefredaktor



sda Nachrichten

Giacomo Salvioni neuer Verwaltungsrat der sda

Der Tessiner Verleger Giacomo Salvioni ist anlässlich der Generalversammlung der Schweizerischen Depeschagentur (sda) vom 22. Juni in Bern zum neuen Mitglied des Verwaltungsrates gewählt worden. Der sda-Verwaltungsrat zählt damit neu neun Mitglieder. Die sieben amtierenden Verwaltungsräte und Verwaltungsratspräsident Hans Heinrich Coninx wurden einstimmig für ein weiteres Jahr in ihren Ämtern bestätigt.

Giacomo Salvioni ist am 3. August 1951 in Faido TI geboren und Bürger von Lugano. Er arbeitet und wohnt in Bellinzona. Salvioni hat in Lugano das naturwissenschaftliche Gymnasium besucht. Nach der Matura liess er sich zum Grafischen Ingenieur HTL ausbilden. Im Jahre 1978 stieg er bei der traditionsreichen Salvioni arti grafiche SA in Bellinzona ein. Die Aktienmehrheit und die alleinige Geschäftsführung erwarb er 13 Jahre später.

Die Salvioni arti grafiche war Eigentümerin der Tessiner Tageszeitung «il Dovero». Das Blatt schloss sich 1992 mit dem «Eco di Locarno» zur Zeitung «laRegione» zusammen, deren Verleger Salvioni heute noch ist. Die «laRegione» hat eine beglaubigte Auflage von knapp 35'000 Exemplaren und eine Leserschaft von 100'000 (Stand April 2015). Sie verfügt über Büros in Lugano, Locarno und Chiasso.

Einen entscheidenden Schritt tat Salvioni 2011, als er zusammen mit dem Verlagshaus Tamedia die Pendlerzeitung «20 minuti» in italienischer Sprache lancierte. Das Layout orientierte sich an den erfolgreichen Pendanten «20 Minuten» in der Deutschschweiz und «20 minutes» in der Westschweiz. Als Verleger von «20 minuti» amtieren gemeinsam Salvioni und Pietro Supino, Präsident des Verwaltungsrates von Tamedia. «20 minuti» hatte beim Start eine Auflage von 36'000 Exemplaren.

Neben der Leitung der Salvioni SA ist Giacomo Salvioni alleiniger Geschäftsführer der Regiopress SA. Ferner präsidiert er die Aufsichtsbehörden von Ticinonline, 20 minuti Ticino SA und den Verlegerverband Stampa Svizzera. Er ist Präsident von Viscom Ticino, Ti Press SA und die Teleradio 7 SA. Salvioni ist verheiratet mit Beatrice und Vater von drei Kindern.

Winfried Kösters, stv. Chefredaktor sda

Abb. 1: Giacomo Salvioni ist am 22. Juni 2016 ins Gremium des sda-Verwaltungsrats gewählt worden.

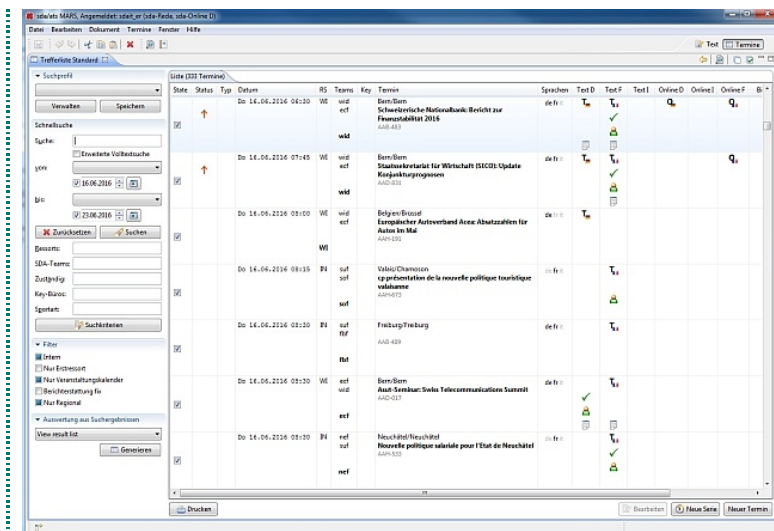


Abb. 1: Mit der Einführung von sda-AGENDA stehen der sda und KEYSTONE eine neue Termindatenbank und ein effizientes Planungstool zur Verfügung.

sda Nachrichten

sda-AGENDA – Termindatenbank und Planungstool für die multimediale Content-Produktion der sda

Mit dem Projekt zum Aufbau der gemeinsam genutzten Planungsplattform sda-AGENDA streben sda und KEYSTONE an, Synergien in der Planung, in der Produktion und in der Distribution zu nutzen und in allen drei Bereichen eine bessere Zusammenarbeit zu ermöglichen. Zudem soll der langfristige Marktauftritt von sda und KEYSTONE gestärkt werden, indem mit der Planungsplattform sda-AGENDA neue Produkte entwickelt, bzw. bestehende Produkte besser vermarktet werden können.

Für die sda ist der Produktionsstart am 18. Mai erfolgt. KEYSTONE wird demnächst angebunden, sodass Planung und Coverage der Bildberichterstattung über das neue Tool abgewickelt werden können.

Mit Einführung von sda-AGENDA bekommt die Datenpflege der einzelnen Termineinträge höheres Gewicht und Adressdaten können geocodiert hinterlegt werden. Die einzelnen Tages-, Wochen- und Monatsprogramme sowie der Veranstaltungskalender können vollständig automatisiert auf Knopfdruck generiert werden.

Das von APA-IT entwickelte AGENDA-Modul wurde nahtlos in das Redaktionssystem der sda integriert. Es ermöglicht so einen optimalen Workflow. Die beim Anlegen eines Events vergebene Termin-ID, wird zentraler Aufhänger für die Bündelung von Text, Bild, Grafik, O-Töne und Video. Damit wird die sda in der Lage sein ihre multimedialen Inhalte als Informationspakete an ihre Kunden auszuliefern.

Als weitere Ausbaustufen ist die Auslieferung von Themenpaketen (z.B. zu den Olympischen Spielen oder zum Gotthard Tunnel) denkbar. Vorstellbar wäre auch, dass Kunden einen direkten, tagesaktuellen Einblick in die Themenplanung der sda erhalten.

Roger Eichmann, Leiter Informatik



Abb. 1: Fast 100'000 Polizisten, Soldaten und Mitarbeiter von privaten Sicherheitsfirmen stehen während der EM im Parkeis beim Eiffelturm in Paris bereit. Die Fanzonen bieten Platz für über 90'000 Personen.

sda Sport

Sicherheitsstandards wie beim Fliegen

Frankreich führt innerhalb von zwei Monaten drei Sport-Grossanlässe durch. Die Fussball-EM stellt dabei sieben Monate nach den Terroranschlägen in Paris die grösste Herausforderung dar. Fast 100'000 Polizisten, Soldaten und Mitarbeiter von privaten Sicherheitsfirmen stehen im Einsatz. Unzählige Szenarien haben die für die EM aufgetriebenen Sicherheitskräfte zusammen mit Feuerwehrleuten und Sanitätern in den Wochen und Monaten vor dem Turnier durchgespielt, etwa Gasangriffe auf Fanzonen oder Bombenexplosionen in den Stadien.

Trotz der ernststen Bedrohungen und den bleibenden Bildern vom 13. November bewegten wir uns angstfrei durch Frankreich. Die Gefahr eines Terrorakts in einer Metrostation oder einem Café ist zu abstrakt, um in Panik zu verfallen. Und dort, wo es für Terroristen während der EM besonders symbolträchtig wäre zuzuschlagen, haben die Sicherheitsvorkehrungen tatsächlich eine beruhigende Wirkung.

Vor den Stadien verlaufen die Checks für die Journalisten wie man es von den Flughäfen kennt. Laptop auspacken, Hosensäcke leeren, Tasche aufs Band und durch den Scanner. Danach geht es durch einen Metalldetektor in einen abgesperrten Sektor vor dem Stadion. Dort wird jeder nochmals grob durchsucht. Für die normalen Tickethalter ist das Prozedere dasselbe. Nur dürfen sie keine Taschen ins Stadion mitnehmen. Ab und zu macht ein Polizeitrupp mit Spürhunden im abgesicherten Bereich rund um das Stadion die Runde.

Eine gewisse Gelassenheit

Vor den Fanzonen - die grösste unter dem Eiffelturm bietet Platz für über 90'000 Personen - finden ähnliche Kontrollen statt. Die Mannschaftshotels sind abgeriegelt, die Spieler werden mit Polizeieskorte jeweils zum Training gefahren. «Wenn wir joggen, dann kommt die Security mit. Man hat dann so ein präsidiales Gefühl», sagte Nordirlands Trainer Michael O'Neill. Die neuen Sicherheitsstandards, die Zeit und manchmal Nerven kosten, werden nicht nur von den Spielern und Trainern mit einer gewissen Gelassenheit hingenommen.

Die Fanzonen sind gut gefüllt und in den Städten ist die Stimmung mehrheitlich ausgelassen und positiv. Beim French Open, wo in den letzten Jahren jeweils rund um die Anlage von Roland Garros ein chaotisches

Durcheinander herrschte, standen die Besucher diszipliniert vor den Eingängen an. Wegen der deutlich erhöhten Sicherheitsstandards beim Anfang Juni zu Ende gegangenen Tennis-Turnier mussten die Zuschauer zum Teil eine gute halbe Stunde länger anstehen. Vor dem Einlass in die Anlage wurden sie jeweils dreimal kontrolliert und durchsucht.

Bei der Tour de France mit zwei Etappenorten in der Schweiz wird eine Spezialeinheit der französischen Polizei den Tross über die gesamte Rundfahrt begleiten. Auch das eine Neuerung, die auf die erhöhte Terrorgefahr in Frankreich zurückzuführen ist. Die Budgets für alle drei Grossanlässe mussten wegen den veränderten Sicherheitsanforderungen massiv erhöht werden. Bloss fehlt es vor lauter Herausforderungen am geeigneten Personal. Davon profitierten in den ersten EM-Tagen die Hooligans, eine andere, fast vergessene Bedrohung.

Julien Oberholzer und Jonas Schneeberger, sda-Sportredaktion



Abb. 1: Nicht mit dem Branding übertreiben und sich kurz fassen: Die Infografik von news aktuell zeigt, welche Faktoren bei PR-Videos zum Erfolg führen.

news aktuell

Die zehn Erfolgsfaktoren für PR-Videos

Immer sparsam mit Logos und Corporate Design umgehen, die passenden Keywords einsetzen und die richtigen Vorschaubilder auswählen. Wer PR-Videos veröffentlicht, sollte diese und weitere Tipps beherzigen. Die sda-Tochter news aktuell hat die zehn wichtigsten Erfolgsfaktoren für Video-PR in einer Infografik zusammengestellt:

1. Behalte immer Dein Ziel im Auge. Setz Dir ein einziges übergeordnetes Ziel. Stimme die gesamte Produktion darauf ab.
2. übertreibe nicht mit dem Branding. Zu viele Logos und zwanghaftes Corporate Design schrecken ab.
3. Bleibe unter zwei Minuten. Journalisten senden 1:20 Min. Länger schaut auch bei PR-Videos keiner zu.
4. Locke mit Vorschau-Bildern. Ziehe die Zuschauer mit spannenden Stills ins Video rein.
5. Investiere in den Opener. Hole Deine Zielgruppe in den ersten Sekunden ab. Sonst ist sie sofort wieder weg.
6. Lass den richtigen Sprecher ran. Ob jung oder alt, männlich oder weiblich: Die Stimme muss zum Video passen.
7. Animiere zum Klicken. Denk an Links, damit sich die Zuschauer länger mit Deinen Botschaften beschäftigen.
8. Analysiere Deine Zuschauer. Wo steigen sie aus? Wann schauen sie zu? Woher kommen sie?
9. Setze die richtigen Keywords. Ohne passende Schlagworte bleibt Dein Video für Google und YouTube unsichtbar.

10. Sprich mit Deinen Nutzern. Beantworte Kommentare und sichte die Bewertungen. Ohne Dialog bleibt Ihr Euch ewig fremd. \n

Wer mehr über das Thema Video-PR und die Angebote von news aktuell zur Videoverbreitung wissen möchte, kann sich [hier](#) informieren.\n

\n

Kontakt:\n

news aktuell (Schweiz) AG\n

Kai Gerwig, Geschäftsführer\n

+41 (0)43 960 68 01\n

gerwig@newsaktuell.ch

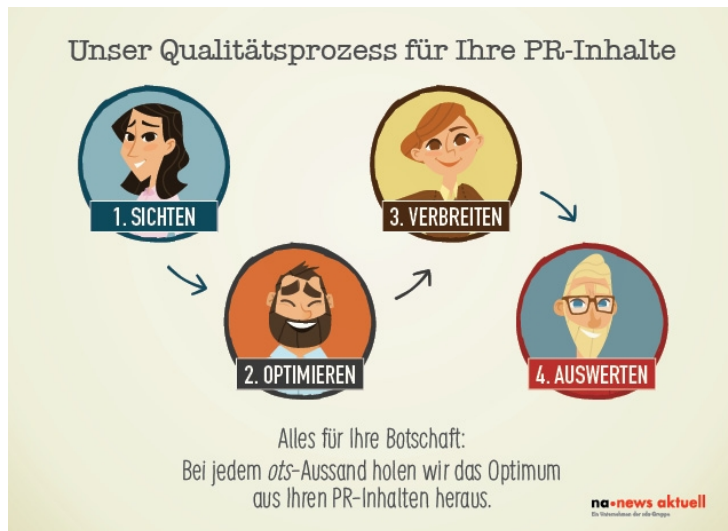


Abb. 1: Qualitätsprozess von news aktuell: Bei jedem ots-Aussand das Optimum von PR-Inhalten rausholen.

news aktuell

Reichweite und Qualität durch den Faktor Mensch

Das Verbreitungsnetzwerk ots von news aktuell kennt jeder PR-Profi. Ein effizienter Service, um PR-Inhalte an relevante Journalisten und Influencer zu verteilen. Aber was genau machen wir bei news aktuell, damit Medienmitteilungen tatsächlich die richtigen Menschen zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort erreichen? Wir haben einen verbindlichen Qualitätsprozess etabliert, der das Optimum aus jedem PR-Content herausholt. Entscheidend dabei ist und bleibt der Faktor Mensch. Das sorgt für beste Reichweite und Qualität.

Die Arbeitsweise der Nachrichtenagenturen ist international weitestgehend standardisiert. Auch wir als Tochter der nationalen Nachrichtenagenturen sda und dpa verbreiten die Meldungen unserer Kunden länderübergreifend nach den gleichen Prozessen. Also haben wir vor gut zwei Jahren beschlossen, die Content-Verarbeitung aus Deutschland und der Schweiz in Hamburg zusammenzuführen und gleichzeitig das Account Management in Zürich zu stärken. So schlugen wir gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: wir konnten unsere Kundenbeziehungen vertiefen und unsere Servicequalität und -zeiten weiter ausbauen und professionalisieren.

Das vereinte Newsdesk von news aktuell verbreitet heute den PR-Content von vielen Tausend Kunden. 15 Mitarbeitende, darunter drei mit einem Arbeitsschwerpunkt auf Schweizer Inhalten, sorgen fast rund um die Uhr dafür, dass bis zu 250 PR-Inhalte fehlerfrei und zur richtigen Zeit veröffentlicht werden. «Wir arbeiten nach dem Vier-Augen-Prinzip, sprich: einer bearbeitet das eingehende Material und ein anderer schaut drüber, bevor wir etwas veröffentlichen», erklärt Monika John, die Leiterin des Newsdesk die bewährte Vorgehensweise.

news aktuell sichtet und verschlagwortet rund 25'000 Meldungen pro Jahr. Fast 50 Prozent der Texte werden separat angefasst und optimiert, bevor sie veröffentlicht werden. Das können Korrekturen bei Rechtschreibung oder Grammatik sein, aber auch Verbesserungsvorschläge zu Formatierungen, zu Headlines oder zum Unternehmensprofil im Presseportal. Ausserdem prüft das Newsdesk ob Verlinkungen korrekt und Kontaktdetails vollständig sind. Die Kollegen informieren auch zu Bildrechten und beraten zum optimalen Versandzeitpunkt, internationalen Besonderheiten und ergänzenden Inhalten.

Tag für Tag arbeitet das Newsdesk eng mit den Medien zusammen. Profunde Kenntnisse der internationalen Medienlandschaft und ihrer Gesetzmässigkeiten fliessen in den persönlichen Dialog mit den Kunden ein. Qualität und Service stehen für Monika John an oberster Stelle. Ohne den menschlichen Faktor wäre dieser Anspruch allerdings nicht zu bewerkstelligen: «Trotz der verführerischen technischen Möglichkeiten der vollständigen Automatisierung, die zugegebenermassen auch kostensparend ist, haben wir uns für diesen eher konservativen Weg entschieden und auf menschliche Intelligenz gesetzt.»\n

Neben der inhaltlichen Qualitätssicherung findet zusätzlich auch eine technische Optimierung bei jeder Veröffentlichung statt: das Tagging. Die Mitarbeitenden des Newsdesks vergeben für jede Medienmitteilung, jedes Bild und jedes Video jeweils ein Ressort und individuelle Stichwörter. Die Kodierung des angelieferten Materials spielt eine wichtige Rolle im Qualitätsprozess von news aktuell. Sie sorgt für maximale Reichweite und Relevanz. Mit Hilfe der Metadaten, die zu jeder veröffentlichten Meldung gehören, werden sowohl die professionellen Redaktionssysteme der Medien als auch Google bestens bedient. So finden Journalisten, Influencer, Blogger und andere Informationssuchende die Inhalte, die sie suchen.\n

Das menschliche Auge und sein Abstraktionsvermögen sind dem Algorithmus einer Maschine noch immer weit überlegen. Genau das ist die Stärke des Newsdesk. Bei news aktuell sorgt der Faktor Mensch für eine erfolgreiche und langfristig wirkende Medien- und öffentlichkeitsarbeit.\n

\n

Die Servicezeiten bei news aktuell:\n

Montag - Donnerstag: 7.00 bis 20.00 Uhr\n

Freitag: 7.00 bis 18.00 Uhr\n

Sonntag: 10.00 bis 17.30 Uhr\n

Hotline ausserhalb der Servicezeiten

AWP

AWP baut französischsprachigen Service aus

Der französischsprachige Service von AWP ist noch umfassender: Die Berichterstattung, insbesondere die Abdeckung von Westschweizer und Tessiner Wirtschafts- und Finanzmarkthemen, wurde kräftig ausgebaut. Auch wurden der Personalbestand aufgestockt sowie das Nachrichtenprogramm und die Arbeitsprozesse überarbeitet, um den Lesern noch mehr hochwertige Finanznews in Französisch bieten zu können. Davon profitieren auch die deutschsprachige Redaktion sowie die Leser von Finanznachrichten in deutscher Sprache, findet doch ein reger Austausch zwischen unseren beiden Redaktionen statt.

Noch näher und aktueller am Markt

Die französischsprachige Redaktion setzt sich derzeit aus acht erfahrenen Redaktoren zusammen, die sämtliche Schweizer Wirtschaftsbereiche abdecken. Im Rahmen einer Neuzuteilung in der Gesamtreaktion hat die französischsprachige Redaktion dabei neue Branchenverantwortungen übernommen: So decken unsere Branchenredaktoren die Banken in der Westschweiz sowie die Uhren- und Rohstoffindustrie ab. Einer unserer Fachredaktoren befasst sich zudem spezifisch mit Wirtschafts- und Finanzthemen im Tessin, eine Premiere in der Schweizer Finanzagenturlandschaft.

Diese Gliederung ermöglicht uns in diesen Themenkreisen noch mehr Tiefe und Aktualität. Denn die Redaktoren haben die Aufgabe, die Kontaktnetze in ihren jeweiligen Bereichen auf- und auszubauen, um jede relevante News auf unsere Nachrichtendienste zu bringen. Verstärkt werden dabei auch verschiedene Events wie Haute-Horlogerie-Messe in Genf oder Jahresabschlüsse von Westschweizer Kantonalbanken vor Ort abgedeckt.

Auch aktuelle internationale Themen betreffend Schweizer Unternehmen können wir dank den personellen Verstärkungen noch besser im Auge behalten - wie zum Beispiel im Fall der Tessiner Privatbank BSI. Im Bankensektor befassen sich unsere Branchenspezialisten auch mit ausländischen Instituten, die in der Schweiz aktiv sind oder sein möchten, wie zuletzt bei der französischen Bank Oddo. Diverse Fokus-Berichte und Interviews wiederum bereichern regelmässig unseren Nachrichtendienst - und fliessen zudem auch in unseren deutschsprachigen Service ein.

Neu auch am Wochenende aktiv

änderungen wurden überdies an unseren Redaktionszeiten vorgenommen: Wie der deutschsprachige Service umfasst der französischsprachige Service seit kurzem ebenfalls einen Wochenenddienst. So verfügen unsere Leser auch am Weekend über die wichtigsten Finanz- und Wirtschaftsnachrichten sowie über eine Presseschau von Samstag und Sonntag.

Alle diese Massnahmen haben es uns ermöglicht, namhafte neue Kunden zu gewinnen. Die französischsprachige Chefredaktion verfolgt die Entwicklung und die Trends in der Wirtschafts- und Finanzmarkberichterstattung aufmerksam, um - falls erforderlich - unseren Dienst weiter zu verbessern und fortlaufend an die Bedürfnisse der Leserschaft anzupassen. Als führende plattformunabhängige Wirtschaftsnachrichtenagentur versorgt AWP in französischer Sprache die Finanzprofis mit unserem Flagship-Service AWP Premium, während AWP Basic das Produkt für Websites sowie E-Banking- und Mobil-Lösungen ist. Mehr Informationen dazu sowie zu unseren weiteren französischsprachigen Dienstleistungen wie AWP Top News finden sich unter:

<http://www.awp.ch/index.php/fr/services.html>

André Lehmann, Leiter Französische Redaktion awp



Abb. 1: Fechter Max Heinzer portraitiert am 14. April 2016 in Bern.

Abb. 2: Mountainbikerin Jolanda Neff posiert mit ihrem Mountainbike am 11. Mai 2016 in Thal.

KEYSTONE

Olympische Sommerspiele Rio 2016

Nach der EURO 2016 in Frankreich geht der Sportsommer bereits in die nächste Runde: mit den Olympischen Sommerspielen 2016 in Rio de Janeiro. Auch da ist KEYSTONE gut aufgestellt - unter anderem mit Multimedia.\n

\n

Vom 5. bis 21. August schaut die Sportwelt nach Rio de Janeiro, Brasilien, und den Olympischen Sommerspielen 2016. Im Vorfeld der Spiele haben wir die Schweizer Olympioniken aus unterschiedlichen Disziplinen in Bild und Video portraitiert und bieten damit ein umfassendes [Multimedia Angebot](#).\n

Unter [Rio 2016](#) haben unsere visuellen Spezialisten reichhaltiges Hintergrundmaterial zu den Olympischen Spielen und dem Austragungsort Rio de Janeiro übersichtlich und klar aufbereitet. Historische Momente und Olympische Legenden, eine fotografische Übersicht über Schweizer Medaillen an Olympischen Sommerspielen seit 1924 sowie zeitgemässes Storytelling mit aktuellen Reportagen aus Rio: Dank unserem breiten Netzwerk mit globalen Bildpartnern sind alle olympischen Facetten abgedeckt.\n

Während der Spiele dokumentieren mit den Fotografen Peter Klaunzer und Laurent Gillieron zwei erfahrene Sportspezialisten das Geschehen vor Ort aus Schweizer Sicht. Der eigens eingerichtete Olympia-Desk in Zürich bewirtschaftet die [Subseite Rio 2016](#) und versorgt die Schweizer Medien laufend mit den aktuellsten Bildern, Videos und Infografiken vom 1. bis 22. August, von 6 Uhr morgens bis Mitternacht.\n

Während der Paralympics, die vom 7. bis 18. September 2016 in Rio de Janeiro stattfinden, versorgt die Fotografin Alexandra Wey die Schweizer Medien mit Bildern der Schweizer Athleten und Athletinnen vor Ort - und die Redaktion in Zürich sorgt für die schnelle, zuverlässige visuelle Berichterstattung über die paralympischen Spiele 2016.\n

Besondere Anforderungen an Fotografie, Video oder Infografik nehmen wir sehr gerne entgegen, und unsere

Fotografen sind für Assignments buchbar. Für Fragen betreffend Rio 2016 stehen Ihnen die E-Mail Adresse rio2016@keystone.ch und die Telefonnummer 044 200 13 67 zur Verfügung.

Viva sua Paix - Lebe deine Leidenschaft!

Kurz und bündig

News aus der SDA-Gruppe