

«Wir ermöglichen Unternehmen durch professionelle Bilder mehr Präsenz und ein Gesicht»

Sponsoring lebt von Bildern. Ohne Bilder können Engagements und Emotionen nicht effektiv bei den Zielgruppen verankert werden. So stark die Bewegtbilder im Fernsehen und in den neuen Medien an Bedeutung gewonnen haben – das klassische Bild bleibt ein wichtiger Kommunikationsträger im Sponsoring. Umso mehr erstaunt es, dass viele Veranstalter und Sponsoren über wenig professionelle Bildwelten verfügen, die sie für ihre Event- und Unternehmenskommunikation wirkungsvoll einsetzen könnten. Die Produktion und Distribution von Bildwelten ist vielerorts rudimentär. Hier sehen die PR-Dienstleister Photopress gemeinsam mit News Aktuell viel Entwicklungspotenzial.



Uwe Liebminger

uliebminger@photopress.ch
Stv. Geschäftsführer
Photopress AG

Wie spüren Sie als Anbieter von Bild- und Text-PR die gegenwärtige Wirtschaftskrise? Sind Ihre Services überhaupt noch gefragt?

Uwe Liebminger: Jetzt erst recht! Wir sprechen nicht von Krise. Lieber reden wir von Chancen, die sich in wirtschaftlich schwierigen Zeiten gerade im Bereich Bild-PR bieten. Es ist spannend zu beobachten, dass einerseits vereinzelt Unternehmen die aktuelle Situation nutzen und nun speziell in PR-Massnahmen investieren. Davon können auch wir profitieren. Auf der anderen Seite stellen wir aber auch fest, dass sich eine gewisse Zurückhaltung breit macht. Insgesamt nutzen wir die Marktentwicklung für intensivere Kundengespräche.



Kai Gerwig

gerwig@newsaktuell.ch
Geschäftsführer
News Aktuell (Schweiz) AG

Gleichzeitig analysieren wir laufend unser Produktportfolio und versuchen die Leistungen den individuellen Kundenbedürfnissen anzupassen.

Kai Gerwig: Auch wir von News Aktuell spüren aufgrund der allgemein angespannten Wirtschaftslage derzeit keinen Nachfrageeinbruch. Was wir jedoch bei den Kunden beobachten ist eine gewisse Preissensibilität, die sich im Verlauf der Konjunkturabkühlung eventuell weiter akzentuieren könnte. Zurzeit gelingt es uns nach wie vor, neue Kunden zu gewinnen und diese sukzessive aufzubauen. Das mag erstaunen, zumal ja die Kommunikationsbranche bekanntlich sehr konjunkturabhängig ist.



na•news aktuell
Ein Unternehmen der SDA-Gruppe

Und warum bei Ihnen nicht?

Gerwig: Der Hauptgrund liegt sicher darin, dass wir nicht nur Content produzieren, sondern diesen auch über die relevanten nationalen und internationalen Nachrichtennetzwerke sofort und zielgerichtet distribuieren können. Näher bei den Medien zu sein, geht nicht!

Liebminger: Durch die zunehmende Bedeutung der integrierten Kommunikation – und damit auch des Sponsorings – wächst der Stellenwert von PR-Massnahmen. Sie unterstützen gezielt ein Engagement oder eine Botschaft durch Text- und Bildkommunikation.

Die Redaktionsstuben werden aufgrund der sinkenden Medienerlöse respektive der Sparzwänge vielerorts bedenklich ausgedünnt. Immer weniger Journalisten müssen immer mehr leisten, natürlich nicht ohne Folgen für die Qualität. Kommt hinzu, dass sich das Verhältnis zwischen Journalisten und PR-Schaffenden in den letzten Jahren entspannt hat – ob das für die Qualität der Medien gut oder schlecht ist, sei einmal dahingestellt. Haben Sie unter diesen Umständen zunehmend leichtes Spiel, Ihren Originaltext respektive Ihre PR-Bilder in die redaktionelle Berichterstattung einzuschleusen?

Gerwig: Wir liefern PR-Content unabhängig davon aus, ob die Medienbranche leidet oder nicht. Die Services von News Aktuell und Photopress sind im redaktionellen Verarbeitungsprozess der Medien gut integriert. Je besser und qualitativ hochstehender wir diese Services ausführen, desto weniger Aufwand haben die Redaktionen mit der täglichen Informationsflut, was sich positiv auf die Effizienz der Journalisten und Redaktoren auswirkt. Unzählige Studien zeigen auf, dass bei einem Grossteil der in den Medien veröffentlichten Berichten der Ursprung eine gute PR-Leistung ist. Sie bilden vielfach den Ausgangspunkt für die weiteren journalistischen Eigenleistungen. Nicht unterdotierte Redaktionsstuben oder das tatsächlich entspanntere Verhältnis unter Journalisten und PR-Schaffenden begünstigen die Nutzung unserer Text- und Bildservices, sondern einzig und allein die Qualität unserer Leistungen.

Liebminger: Wir verzeichnen aktuell mehr Zugriffe auf unserer Multimedia-

Datenbank als je zuvor! Sicher auch vor dem Hintergrund, dass Bilder auf der Photopress-Datenbank unter www.photopress.ch für journalistische Zwecke kostenlos bezogen werden können.

Was ist die Idee von Photopress?

Liebminger: Wir verstehen uns als Spezialist im Bereich der Bild-PR beziehungsweise Bildkommunikation. Ziel und Idee von Photopress ist es, den Kunden professionelle Dienstleistungen für eine erfolgreiche Kommunikation anzubieten. Als Tochter der grössten Bildagentur der Schweiz, Keystone, bieten wir hohe Professionalität und Qualität in den Bereichen Bildproduktion, Bildspeicherung und Bildversand an die Medien und damit einen einzigartigen Mehrwert für eine

«In der
sich stark
und schnell
verändernden
Kommunikationsbranche
gewinnt das
Bild immer
mehr an
Bedeutung.»

erfolgreiche Kommunikation. Dabei konzentrieren wir uns natürlich auf unser Main Business – die Bildkommunikation. Gleichzeitig arbeiten wir eng mit News Aktuell zusammen. News Aktuell bietet mit seinen professionellen Services ein umfassendes Nachrichtennetzwerk, wiederum national und international. Mit den Services von Photopress benötigen Unternehmen oder Organisationen nicht unbedingt

eine eigene Bilddatenbank und profitieren von einem weltweiten Distributionsnetz an die Medien.

Welche Zielgruppen sprechen Sie mit Ihren Leistungen an?

Liebminger: Wir zählen sämtliche Branchen – vom kleinen Unternehmen bis zum grossen Konzern – zu den Zielgruppen. Zudem Veranstalter aus Sport, Kultur und anderen Bereichen, die sich durch Bildkommunikation Marktvorteile verschaffen wollen. Grundsätzlich sprechen wir mit unseren Dienstleistungen Unternehmen und Organisationen an, die professionelle Bildwelten für ihre Unternehmenskommunikation und Medienarbeit benötigen. Diese produzieren wir gemäss den Kundenbedürfnissen, speichern sie auf einer eigens für sie eingerichteten Datenbank und versenden sie an nationale und internationale Print- und Onlinemedien, mit denen wir durch strategische Partnerschaften international verbunden sind.

Was ist Ihr USP gegenüber anderen Anbietern von Bild-PR-Services?

Liebminger: Über das Netzwerk von Keystone sind wir in der Lage, Bild-PR via Satellit direkt an alle relevanten Redaktionen sowohl im Inland als auch global zu versenden. Wir bieten also keine reinen Pull-Angebote wie die meisten Bilddienstleister, sondern Pull- und Push-Lösungen, die sich durch eine direkte Belieferung der Medien differenzieren und auszeichnen.

Schön und gut, aber inwieweit hat sich Photopress im Markt überhaupt etablieren können?

Liebminger: Viele Partner arbeiten seit mehreren Jahren mit uns zusammen und wissen um die Bedeutung gezielter Bild-PR. In der sich stark und schnell verändernden Kommunikationsbranche gewinnt das Bild immer mehr an Bedeutung. Dieser Entwicklung werden wir mit unseren Dienstleistungen gerecht. Als Tochterunternehmen von Keystone können wir unseren Partnern wie erwähnt den direkten Anschluss an die Schweizer Print- und Onlinemedienlandschaft garantieren. Damit verfügen wir über eine USP, die besonders bei Kommunikations- und PR-Profis geschätzt wird. ▶

► *Was für Zielsetzungen will Photopress langfristig erreichen?*

Liebminger: Wir wollen in der Schweiz Marktleaderin im Bereich Bild-PR bleiben. Dabei wollen wir Unternehmen, Organisationen und auch NPOs (Non-Profit-Organisationen) mit unseren Dienstleistungen einen Mehrwert in der Kommunikation bieten. Hier besteht noch viel Potenzial! Ziel ist es, den Kundenstamm in den Kernbereichen Sport, Lifestyle und Tourismus weiter auszubauen. Mit Swiss Olympic als Kunde haben wir ein starkes Zeichen im Sport setzen können, ebenso im Bereich Lifestyle durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Uhrenmarken wie Omega oder Tissot und in der Sparte Tourismus mit Schweiz Tourismus. Zur Zielerreichung ist es enorm wichtig, dass wir auf dem Markt aktiv sind und potenziellen Kunden die Vorteile einer Zusammenarbeit mit Photopress aufzeigen. Gleichzeitig sehen wir viele Möglichkeiten bei Unternehmen, die sich im Sponsoring engagieren. Mit gezielten PR-Bildern können wir Botschaften und den Brand in die Öffentlichkeit transportieren. Langfristig wollen wir für Partner eine vollumfängliche Informationsmanagement-Plattform sein, die von der Analyse bis zum Monitoring alle Dienstleistungen anbietet.

Wie sieht die Zusammenarbeit anhand eines Beispiels aus?

Liebminger: Die Zusammenarbeit mit PostFinance beispielsweise beinhaltet die Produktion und den Versand von PR-Bildern im Rahmen ihrer Sponsoringengagements. So sind wir bei Hockeyspielen während der Saison vor Ort und produzieren PR-Bilder aller Top Scorer. Oder wir begleiten die OL-Nationalmannschaft an die jährlich stattfindende Weltmeisterschaft und erstellen PR-Bilder, immer basierend auf den Bedürfnissen von PostFinance. Diese werden auf unserer Multimedia-Datenbank archiviert. PostFinance ihrerseits weist in der Kommunikation rund um ihre Sponsoringaktivitäten auf ihre Bilddatenbank unter www.photopress.ch hin. Somit können die Verantwortlichen von PostFinance auf eine professionelle Lösung bei der Archivierung von Bildern zählen und Journalisten wissen gleichzeitig, wo sie Bildmaterial für ihre Medienberichterstattung kostenlos bezie-

hen können. Sämtliche Bilder stehen PostFinance zudem für ihre Unternehmenskommunikation uneingeschränkt und kostenlos zur Verfügung.

Warum zählt der Bereich Kultur nicht zum Kundenstamm? Was haben Sie gegen Kultur?

Liebminger: Natürlich nichts! Aber hier sind wir beim Aufbau eines spezifischen Kundenstamms noch nicht so weit wie im Bereich Sport, wo sich die professi-

«Mit gezielten PR-Bildern können wir Botschaften und den Brand in die Öffentlichkeit transportieren.»

onelle Bildkommunikation viel schneller etablieren lässt. Speziell im Sponsoring ist das kommerzielle Umfeld in der Kultur weniger sichtbar als im Sport mit Werbeanzeigen, Trikotwerbung und diversen Sonderwerbformen. Kultur ist bei uns im Bereich Lifestyle angesiedelt. Aber ich zähle die Kultur klar zu einem Wachstumsmarkt, wo wir unsere Dienstleistungen sinnvoll einbringen können. Dabei denke ich beispielsweise an die unzähligen Openair-Festivals und Indoor-Veranstaltungen, bei denen die Bildkommunikation oft mehr oder weniger dem Zufall überlassen wird. Sie vergeben damit eine grosse Chance, ihre Botschaft via Bild zu transportieren und damit ihren Event in der Vermarktung bezüglich Wahrnehmung und Positionierung optimal zu unterstützen. Denn ein attraktives Bild ist nach wie vor eines der wichtigsten Kommunikationsinstrumente.

Gerwig: In der Kultur haben wir es mit zwei grundlegenden Herausforderungen zu tun: Einerseits kämpfen die Veranstalter mit knappen Ressourcen, was sich auch bei der Vielfalt der Kommunikationsmöglichkeiten bemerkbar machen dürfte, andererseits sagen die Kulturverantwortlichen unisono, dass Kultur völlig anders funktioniert als der Sport, beispielsweise bezüglich der Medienarbeit. Das stimmt natürlich nur bedingt. Grundsätzlich gelten bei der Text- und Bild-PR genau die gleichen Mechanismen wie etwa in Sport, Politik und Wirtschaft. Die Distribution des Contents muss natürlich entsprechend den Zielgruppen angepasst werden.

Professionelle Bild-PR ist eine noch relative junge Dienstleistungssparte. Inwieweit werden denn die Leistungen von Photopress von den Medien akzeptiert und übernommen?

Liebminger: Journalisten kennen heute unser Angebot und nutzen dieses auch gerne. Sie schätzen den schnellen 24h-Service und wissen, wenn sie Bilder zu Themen wie Sport, Lifestyle oder auch Tourismus suchen, dass sie diese bei uns auch finden. Somit schaffen wir einen Mehrwert für unseren Kunden und für die Medienschaffenden. Voraussetzung ist natürlich eine einwandfreie Qualität der Bilder. Dem werden wir gerecht.

Inwieweit können Sie garantieren, dass Ihre PR-Services von den Medien tatsächlich genutzt werden?

Liebminger: Eine Garantie gibt es keine, das kann kein einziger PR-Dienstleister bieten. Wir produzieren im Auftrag unserer Kunden PR-Bilder und sichern ihnen über den Vertrieb via Satellit die direkte Anbindung an die Redaktionen der nationalen und internationalen Print- und Onlinemedienlandschaften. Einen Abdruck können wir jedoch nicht garantieren, da wir keinen direkten Einfluss auf den Bildauswahlprozess in den Bildredaktionen und bei den Journalisten haben. Wir profitieren aber von der Erfahrung von Keystone und den News-Fotografen, die sehr wohl wissen, wie ein gutes redaktionelles Bild aussieht. So können wir redaktionell attraktive Bilder produzieren, die eine PR-Botschaft tragen.

Gerwig: Das Nachrichtennetzwerk, eine qualitativ hohe Produktion und nicht zu-

letzt die Relevanz der Information sind die wichtigsten Voraussetzungen, dass die Medien von unseren Bild- und Textdienstleistungen in der einen oder anderen Form Gebrauch machen.

Wie hat sich Photopress in den letzten Jahren entwickelt?

Liebminger: Photopress konnte sich in den vergangenen Jahren als Marketleaderin im Bereich der bezahlten Bild-Public-Relations behaupten und dabei ein lineares Wachstum von rund 20 Prozent verbuchen. Besonders in den Branchen Sport, Lifestyle und Tourismus können wir heute auf einen grossen Kundenstamm zurückgreifen, der unseren Dienstleistungen – speziell den Distributionsmöglichkeiten – seit Jahren vertraut und in der Kommunikation einsetzt.

Sie sprechen von Wachstum. Aber auf der Online-Kundendatenbank von Photopress sind schon seit längerer Zeit immer etwa die gleichen Kunden aufgeführt.

Liebminger: Dafür gibt es eine einfache Erklärung: Nicht alle Kunden wollen, dass ihre Bilder über unsere Datenbank frei zugänglich sind. Diese Kunden sind primär an einer gezielten Distribution, professionellen Bildbetreuung und -beratung interessiert.

Wie hat sich das Marktumfeld für Ihre Dienstleistungen in den letzten drei Jahren verändert?

Liebminger: Für unsere Kunden ist es von grosser Bedeutung, ihren Brand, ihre Produkte oder Botschaften in der Medienlandschaft zu sehen. Diesen Wunsch nach Visibilität versuchen wir zu erfüllen. Unsere PR-Bilder finden auch immer wieder den Weg ins Internet und erreichen damit ein Millionenpublikum. Die schnell wachsende Kommunikationsbranche und die damit verbundenen Möglichkeiten erzeugen bei unseren Partnern aber auch höhere Erwartungen und Anforderungen an Photopress.

Das Bewegtbild erobert immer mehr die verschiedenen Medienplattformen. Inwieweit bietet Photopress mit seinen klassischen Leistungen ein Auslaufmodell an?

Liebminger: Ganz sicher kein Auslaufmodell! Zwar ist die Entwicklung im Bereich von Bewegtbildern zweifellos auf dem Vormarsch – allerdings wird sie das klassische Bild nicht verdrängen. Im Idealfall ist eine Kombination beider Gattungen anzutreffen. Nichtsdestotrotz nehmen wir diese Entwicklung ernst und stellen uns darauf ein. So bieten wir heute bereits Services im Bereich der Bewegtbildkommunikation an. Allerdings bewegt sich die Nachfrage noch auf einem bescheidenen Niveau.

Welche Leistungen haben Photopress und News Aktuell in den letzten drei Jahren ausgebaut respektive welche sind neu dazugekommen?

Gerwig: Unsere Kerndienstleistung Originaltextservice (ots) gibt es seit mehr als 20 Jahren. Hier investieren wir gezielt in die Reichweite des einmaligen

«Dank der Kombination unserer Services laufen Bilder und Medienmitteilungen direkt in die Redaktionssysteme ein.»

Nachrichtennetzwerks. Kürzlich haben wir beispielsweise eine mobile Version der Onlinedatenbank www.presseportal.ch lanciert. Das Presseportal.ch bietet den Nutzern mit RSS und Widgets sowie zahlreichen Social-Media-Komponenten wie der Verlinkung mit Twitter und Facebook vielfältige Möglichkeiten der interaktiven Kommunikation. Mit

der weltweiten Journalistendatenbank MEDIAtlas oder unserem Seminarangebot «media workshops» sind wir seit drei Jahren auch breiter diversifiziert. Um die Kompetenz im Nachrichtengeschäft zu unterstreichen, führen wir jährlich rund 40 Workshops zu Themen aus Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie zum persönlichen Erfolgsmanagement durch.

Liebminger: Photopress agiert heute auch als Media-Relations-Agentur für einzelne Brands – speziell für Sportbrands. So verantworten wir beispielsweise die gesamte Medienarbeit rund um den Brand Peak Performance in der Schweiz. Viele unserer Partner schätzen zudem unseren Support im Bereich der klassischen PR-Arbeit wie das Texten und Redigieren oder die Planung, Organisation und Durchführung ganzer Medienevents.

Wie funktioniert die Zusammenarbeit zwischen Photopress und News Aktuell?

Liebminger: Es gab in den vergangenen Jahren eine lose Zusammenarbeit, die sich heute zu einer strategischen Kooperation entwickelt hat und am Markt mit einem klaren Konzept umgesetzt wird. Photopress – als Tochter von Keystone – ist seit dem 1. Januar 2008 zu 60 Prozent im Besitz der APA (Austria Press Agentur) und zu 40 Prozent im Besitz der SDA (Schweizerischen Depeschagentur). Die ersten Monate standen ganz im Zeichen des «sich Zurechtfindens», sodass einer engeren Zusammenarbeit zwischen Photopress und News Aktuell nun nichts mehr im Wege steht.

Gerwig: Dank der Kombination unserer Services laufen Bilder und Medienmitteilungen direkt in die Redaktionssysteme ein. Der Content ist dadurch optimal in den Workflow der Medien integriert, weshalb er eine besonders hohe Beachtung erfährt. Damit leisten Photopress und News Aktuell einen wesentlichen Beitrag zu einer professionellen PR-Arbeit, abgestimmt auf die Bedürfnisse der Redaktionen. Beide Unternehmen agieren aber auch nach wie vor unabhängig voneinander. Die gemeinsamen Kunden können entweder von unseren Bild- und Textdienstleistungen «aus einem Hause» profitieren oder aber diese je nach Bedarf spezifisch beziehen. ▶

► *Was bringt der Einsatz von Photopress einem Sponsor in Sport, Kultur und anderen Bereichen?*

Liebminger: Photopress bietet Sponsoren die Möglichkeit, ihre mit dem Sponsoring verbundenen Ziele durch genau definierte und gezielte PR-Bilder einem nationalen oder internationalen Publikum bekannt zu machen. In Kombination mit den durch den Sponsor durchgeführten flankierenden Massnahmen ermöglichen wir Unternehmen durch professionelle Bilder mehr Präsenz und geben ihnen ein Gesicht. Somit dienen unsere Leistungen als Multiplikator der Wahrnehmung der Sponsoringzielsetzungen in der Öffentlichkeit. Die Unternehmen können die Bilder zudem für ihre eigene Unternehmenskommunikation verwenden – ohne zusätzliche Kosten.

Wie werden die Leistungen von Sponsoren und von Veranstaltern genutzt?

Liebminger: Viele Unternehmen, die im Sponsoring aktiv sind oder auch Veranstalter von Events, nutzen bereits unsere Dienstleistungen. Gerade für Sponsoren sind sie von grosser Bedeutung, weil die durch uns produzierten PR-Bilder in die flankierenden Massnahmen integriert werden können und sie damit einen Mehrwert für die Gesamtkommunikation erzielen. Die Bilder werden zudem für die Unternehmenskommunikation und die allgemeine Medienarbeit eingesetzt. Einige Partner arbeiten seit vielen Jahren mit uns zusammen und betrachten uns mittlerweile als wichtiges Puzzlestück in ihrer Gesamtkommunikationsstrategie.

Wie schätzen Sie die weitere Marktentwicklung und die Auswirkungen auf Ihre Dienstleistungen ein?

Liebminger: Wir gehen davon aus, dass sich die wirtschaftliche Situation bis zum Herbst 2010 etwas beruhigen wird. Mit den Olympischen Spielen in Vancouver und der Fussball-WM stehen wiederum zwei Sportgros-sanlässe an, die für die gesamte Kommunikationsbranche spannend sind und Impulse geben können. In Absprache mit unseren Shareholdern haben wir ein Finanz-Monitoring und eine klare Strategie auf die Beine gestellt. Wir sind also für die weitere Marktentwicklung gut gerüstet.

Photopress AG

Die Photopress AG wurde 1935 als unabhängige Pressebildagentur gegründet. Im Jahr 2008 wurde Photopress und die Bildagentur Keystone zu 60 Prozent durch die APA (Austria Presse Agentur) und zu 40 Prozent durch die SDA (Schweizerische Presseagentur) übernommen.

Das Tätigkeitsfeld von Photopress AG beinhaltet:

Pressebildservice

Photopress organisiert für Events jeder Art einen Fotografen aus dem eigenen Fotografen-Pool. Durch Partneragenturen kann die Agentur auch weltweit auf Fotografen zugreifen. Ebenfalls zum Angebot zählen Themenfotografie, Produktfotografie oder Porträtaufnahmen.

Pressebildversand per Satellit

Gegen 150 Tages- und Wochenzeitungen sowie Onlineportale in der ganzen Schweiz sind am Keystone-Satellitennetz angeschlossen. Bilder und Bildlegenden werden innerhalb kürzester Zeit direkt in die Bildredaktionen von Print- und Onlinemedien im In- und Ausland transportiert, international durch Partneragenturen wie EPA, AP und AAP.

Presse-Com-Service

Auf der Multimedia-Datenbank www.photopress.ch werden Bilder, Presstexte und Grafiken sowie Video- und Tondokumente von Kunden verwaltet. Diese stehen kostenlos zum Download zur Verfügung oder können mit einem Passwort geschützt werden. Die Qualität der Dokumente richtet sich nach den Ansprüchen der Medien.

Presstext-Erstellung und -Versand

Photopress erstellt auch Presstexte und organisiert den gezielten Versand. Im Textversand arbeitet Photopress national und international mit News Aktuell zusammen.

Videoproduktion

Durch die Kooperation mit Cheese & Chocolate bietet Photopress auch Videoproduktionen für Anlässe und Konferenzen jeder Art an.

Pressekonzepte/-mandate

Photopress erstellt individuell abgestimmte Pressekonzepte, organisiert Presseevents und übernimmt komplette Pressemandate.

Quelle: Photopress 2009

Gerwig: Lassen wir konjunkturelle Zyklen mal aussen vor, dann ist die Kommunikation mit all ihren Disziplinen generell eine Wachstumsbranche. Von diesem Umfeld profitieren Dienstleister wie Photopress und News Aktuell mit Sicherheit auch in Zukunft.

Interview: Jürg Kernen

News Aktuell (Schweiz) AG

News Aktuell (Schweiz) AG mit Sitz in Zürich ist ein Unternehmen der SDA-Gruppe und beschäftigt 17 Mitarbeitende. Seit dem Jahr 2000 übermittelt News Aktuell Informationen an alle massgeblichen Redaktionen und Finanzmärkte. Die Schweizerische Depeschagentur SDA hält heute 50 Prozent der Aktien, News Aktuell GmbH ist mit 30 Prozent und die Deutsche-Presse-Agentur (dpa) mit 20 Prozent beteiligt. News Aktuell bietet ein einmaliges Nachrichtennetzwerk für die Verbreitung von Medieninformationen in der Schweiz und international.

Originaltextservice (ots)

Über den Originaltextservice (ots) erreichen Medienmitteilungen alle relevanten Redaktionen, Freie und Fachjournalisten, Datenbanken und Websites. Die Distribution erfolgt via Agenturticker, E-Mail, RSS und Onlineplattformen. Ots erfüllt alle Anforderungen an den Versand einer Medienmitteilung im digitalen Zeitalter. www.newsaktuell.ch/ots

ots.International

In Zusammenarbeit mit PR Newswire und 40 weiteren Partneragenturen übermittelt News Aktuell Medienmitteilungen auch über die Schweizer Grenzen hinaus. Ots.International erreicht in 135 Ländern 6000 tagesaktuelle Medien und 4000 Websites. Kenntnisse der lokalen Gegebenheiten und der verschiedenen Medienlandschaften ist die Kernkompetenz des weltweit führenden Nachrichtennetzwerks mit einer einzigartigen Reichweite. www.newsaktuell.ch/international

MEDIAAtlas – Die Journalistendatenbank

Die Journalistendatenbank MEDIAAtlas bietet per Internet Zugriff auf weltweit 540'000 tagesaktuell gepflegte redaktionelle Kontakte. Der Schweizer Datensatz umfasst mehr als 11'000 Ansprechpartner. Per E-Mail hält News Aktuell Kunden täglich über Änderungen und Neuerscheinungen auf dem Laufenden. Zusätzlich beantwortet das Recherche-Team Anfragen innerhalb von 24 Stunden. www.newsaktuell.ch/mediatlas

Media Workshops

Für die fachliche und persönliche Weiterentwicklung von Kommunikationsschaffenden und Führungskräften bietet News Aktuell jährlich rund 40 praxisbezogene Kompaktseminare an. Hochkarätige Referenten aus Wirtschaft, Medien und Agenturen vermitteln ihr Wissen zu Marketing, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie zum persönlichen Erfolgsmanagement. www.media-workshop.ch

Originalbildservice (obs)

Mit dem Originalbildservice (obs) werden den Journalisten Kundenbilder mediengerecht zur Verfügung gestellt. In Zusammenarbeit mit Photopress verbreitet News Aktuell Bildmaterial via Keystone an Zeitungen und Zeitschriften in der Schweiz und im Ausland. www.newsaktuell.ch/obs