

Sport total aus Neuss

Wenn irgendwo auf dieser Welt ein Tor fällt oder etwas Wichtiges im Sport passiert, erfährt es die Öffentlichkeit im In- und Ausland meistens durch eine Nachricht aus ... Neuss. Denn am Hammfeldamm im Haus der Medien sitzt eine der international größten Ressort-Nachrichtenagenturen: der Sport-Informations-Dienst (sid). Umfassende Information, hochaktuell und hintergründig bei maximaler Schnelligkeit, das sind die Ansprüche der Sportnachrichtenagentur. Rund um die Uhr arbeiten allein 50 Redakteure in Neuss und den sid-eigenen Redaktionen in Hamburg, Berlin, Frankfurt, Leipzig und München an News und Stories aus dem nationalen und internationalen Sport. Dazu kommen noch einmal rund 1.000 Korrespondenten, zu denen selbst namhafte Persönlichkeiten wie Konrad Adenauer, Franz Beckenbauer, Dr. Hans-Jochen Vogel oder Fritz Walter gezählt haben. Wenn das nicht reicht, helfen Kooperationen mit den internationalen Agenturen Agence France-Press und Reuters. Durchschnittlich werden 200 bis 300 Meldungen an alle relevanten Medien des deutschsprachigen Raums verbreitet, in Spitzenzeiten wie Weltmeisterschaften oder Olympia sind auch schon mal 500 Meldungen täglich normal.

Satellitenkommunikation sorgt für Meldungen in Echtzeit

„Stellen Sie sich vor, in Gladbach fällt ein Tor. Das ZDF bekommt diese Meldung eine Minute danach. RTL aber erst 15 Minuten später. Der Empfänger der verspäteten Tor-Meldung würde sich zu Recht beschweren.“ Sid-Geschäftsführer Peter Rebig beschreibt kurz aber präzise seine Vertriebsanforderung. 30.000 Worte oder mehr, vom Ergebnisdienst bis zur Live-Reportage, von der Meldung bis zum Kommentar müssen jeden Tag bei allen Kunden gleichzeitig ankommen. Das funktioniert weder durch

Briefpost, Telefax oder E-Mail, sondern durch ein ausgeklügeltes Satellitenverteilungssystem (Broadcast) via Eutelsat. Wer beim Sport-Informations-Dienst Kunde wird, bekommt als erstes eine Schüssel aufs Dach und einen von sid entwickelten Satellitenempfänger. Dieser wird wiederum mit einem PC oder dem Redaktionsnetzwerk, zum Beispiel der Zeitung oder der Fernsehstation, verbunden. Eine spezielle Software empfängt dann die regelmäßigen Meldungen der Sportagentur, Redakteure und Mitarbeiter werten diese aus und senden oder drucken sie. Damit in Neuss auch jeder weiß, ob und welche Meldung „ankommt“, treffen in der Zentralredaktion täglich über 90 Tageszeitungen und Zeitschriften ein und warten auf ihre Auswertung.

Vom 1-Mann-Betrieb zur global tätigen Nachrichtenagentur

Alfons Gerz ist der Mann, der dem heutigen Sport-Informations-Dienst zum Erfolg verhalf. Der 1993 verstorbene Unternehmer, Verleger und Hochschulprofessor gründete direkt nach dem Zweiten Weltkrieg als gerade einmal 32-jähriger Journalist nach dem Studium der Musik- und Theaterwissenschaften und einem Volontariat eine Sport-Nachrichtenagentur. Mit der Presselizenz Nummer 004 von den britischen Alliierten, etwas Startkapital für Aufbauankurbler und einer Handvoll Kollegen begann er seinen Informationsdienst 1945 in Düsseldorf. Erster Kunde des sid war noch im selben Jahr die Sportredaktion des damaligen Nordwestdeutschen Rundfunks, inzwischen WDR, in Köln. Heute ist der Neusser Sport-Informations-Dienst die weltweit größte Sport-Nachrichtenagentur und nach dem Tod des Firmengründers weitgehend selbstständig bleibendes Familienmitglied der Pariser Nachrichtenagentur Agence-France-Press (afp).



Kundenservice steht an erster Stelle

Neben der Satellitenübertragung verschickt der sid seine Meldungen natürlich auch noch per Post. Einige Kunden möchten die Meldungen trotz Satellitenübertragung gerne abheften. Auch E-Mail, Fax und Telex sind Übertragungswege für die einen oder anderen Kunden, die nicht unbedingt minuten- oder tagesaktuell berichten müssen. Doch Meldungen sind nicht alles: Ob Spezialgrafiken oder Telefonauskunft, die Kunden treten mit den verschiedensten Anforderungen an den sid heran. Individuelle Wünsche werden weitgehend erfüllt, obwohl sich diese Sonderleistungen weder qualitativ noch quantitativ vertraglich festlegen lassen, so Geschäftsführer Peter Rebig. Herausforderung für die sid-Redaktion ist es dabei nicht so sehr, über jede bedeutende Veranstaltung zu berichten, sondern jede Veranstaltung zu kennen und deren Wichtigkeit einzuschätzen. Terminpflege bekommt in Neuss einen sehr großen Stellenwert. So können die Kunden gegen entsprechende Gebühr auf die agentureigene Sportdatenbank online zugreifen. Und auch Spezialkunden gibt es, also zum Beispiel Sportvereine oder Sponsoren, die lediglich speziell selektierte Meldungen erhalten, beispielsweise für den Vereins- oder Firmenpressespiegel. Darüber hi-

naus gibt es inzwischen eine ganze Reihe von Tochterfirmen des sid, die weitere Marktsegmente neben den klassischen Medien Zeitung, Radio und Fernsehen bedienen.

sid XXL - die Extras einer Sportnachrichtenagentur

Allein vom Nachrichtengeschäft und der Verbreitung über die klassischen Medien können auch die Neusser Marktführer nicht zukunfts-trächtig existieren. Neben dem Kerngeschäft hat der sid 1997 das Internet gewinnbringend entdeckt. So produziert die Neue-Medien-Redaktion Sportmeldungen für Online-Portale wie Freenet, Tageschau, Handelsblatt Online und Eurosport. Dabei werden

lediglich zum Teil Nachrichten des klassischen Dienstes genutzt. In vielen Fällen werden auch thematisch eigene Schwerpunkte gesetzt, ganz nach Wunsch des Kunden. Ein paar Beispiele: Eishockey, Basketball, Football, Leichtathletik, Formel 1, Fußball Ergebnisse/Tabellen, DFB-Pokal, Champions League, Euro-Fußball, Golf US-PGA-Tour.

Zum Leistungspaket der sid-Tochter cosmos-pps gehört die Eventorganisation: Ob ein Sportverein eine Pressekonferenz abhalten möchte, Pressedienste für Unternehmen verschickt werden sollen oder ganze Veranstaltungen betreut werden sollen, die sid-Tochter cosmos-pps kümmert sich um die Jour-

nalistenakkreditierung ebenso wie um die arbeitstechnischen Voraussetzungen im Medienbereich, TV-Verhandlungen bei Großevents wie der Leichtathletik-EM in München, der Schwimm-EM in Berlin oder Tennisereignissen im Düsseldorfer Rochus-Club. Den Trend des Zusammenwachsens von Sport und Lifestyle hat der sid ebenfalls nicht verschlafen. So bieten die Neusser als ein spezielles Abopaket den sogenannten TrendSportDienst (tsd) an, einen zweimal monatlich erscheinenden Artikel-dienst mit Material von Modetrends bis US-Profisport sowie Trends in Sport und Fitness. Zielgruppe: Junge Leser von Tageszeitungen und Magazinen. ~



Redaktion: So ruhig geht's beim sid selten zu. Zwischen 200 und 300 Meldungen liefern die Redakteure und Korrespondenten den Abonnenten täglich per Satellit.