

SN extra

160 Jahre SN

Eine Beilage der
Schaffhauser Nachrichten

Mittwoch, 1. Dezember 2021

Seite 5
24-Stunden-Betrieb
So entstehen News

Seiten 14 und 15
Im Mediensturm
Zur Lage der Firma

Seite 39
Historische Momente
Was die SN dazu sagten



BILDER MELANIE DUCHENE UND ROBERTA FELE

In ruhigen wie in unruhigen Zeiten

Das Coronavirus hält die Welt auch nach 21 Monaten weiterhin im Griff, die Debatte um die Klimaziele wird mit erhöhter Dringlichkeit geführt, Flüchtlingsströme drängen nach Europa. Leben wir, so fragt man sich, in besonders unruhigen Zeiten?

Blättert man zurück im 160-jährigen umfassenden Archiv der «Schaffhauser Nachrichten» wird deutlich, dass die Frage falsch gestellt ist. Sinnvoller formuliert wäre: Waren sie denn je ruhig, die Zeiten?

Im steten Wandel

Was hätten die Menschen im Jahr 1861 geantwortet, als am 25. Dezember, vor fast genau 160 Jahren, die erste Ausgabe der «Schaffhauser Nachrichten» erschienen ist? Sie hätten auch viel zu berichten gehabt von einer Welt in Bewegung: Die Vereinigten Staaten schlitterten in einen blutigen Bürgerkrieg, Europa wurde weiterhin von Königshäusern beherrscht, dazwischen entwickelt sich der moderne Schweizer Bundesstaat, der zu diesem Zeitpunkt gerade einmal 13 Jahre alt war.

Seither hat sich die Welt verändert, ja manche behaupten, das Tempo der Veränderungen habe zugenommen. Technologisch sind wir in diesen 160 Jahren ganz erstaunlich vorangeschritten, fliegen bequem um den Globus, haben den Mond betreten und schicken uns an, nach den

Seit 160 Jahren berichten die «Schaffhauser Nachrichten» über das Wichtigste aus der Region und der Welt. Vieles hat sich verändert, geblieben ist das Bedürfnis nach wahrhaftem Journalismus.

von Chefredaktor
Robin Blanck

Sternen zu greifen. Ein erheblicher Teil der Menschen wurde aus bitterer Armut befreit, hat Zugang zu medizinischer Versorgung und die Zahl der Personen, die eine Schulbildung erhalten, steigt beständig. Wir sind jederzeit erreichbar und kommunizieren in Sekundenschnelle egal wo wir gehen und stehen. Verändert hat sich auch das: Von einer Zeit der Informationsknappheit sind wir mit dem Aufkommen des Internets in ein Zeitalter der Informationsüberflutung eingetreten.

Bedürfnisse bleiben erhalten

Bei aller Veränderung geblieben ist das Grundbedürfnis der Menschen nach einer friedlichen Welt, in der sie einen Platz und ein Auskommen in Freiheit und Gerechtigkeit finden, in der sie ihrem Streben nach Glück ungehindert nachgehen können.

Geblieben ist auch das Bedürfnis nach verlässlichen Informationen: nach glaubwürdigen, belastbaren Nachrichten aus der Region und aller Welt. Genau weil dieses Interesse die Zeitenläufe unbeschadet überstanden und sogar zugenommen hat, existieren die «Schaffhauser Nachrichten» auch nach 160 Jahren noch.

Wissen als Grundlage

Das beständige Interesse an Nachrichten ist kein zufälliges, denn in der Schweiz sind wir in langer, euro-

paweit einmaliger Tradition überzeugt, dass wir den Weg zum Glück jeweils miteinander und an der Urne aushandeln müssen. Informierte Bürgerinnen und Bürger sind eine *conditio sine qua non* für unser Staatswesen: Ohne ausreichende Kenntnisse über Vorlagen und Wahlen, ohne unabhängige Informationen und Hintergrundwissen ist mündige Freiheit undenkbar.

In diesem Sinn verstehen die «Schaffhauser Nachrichten» sich als ein mitgestaltender Teil der öffentlichen Debatte: Wir berichten aktuell und umfassend, greifen Themen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur auf, informieren, liefern Fakten und Hintergründe und sprechen mit den wichtigen Akteuren.

Dazu gehören auch die Leserbrief- und Zuschriften, mit denen die Leserinnen und Leser rege an der Diskussion teilnehmen und diese erst so zu einer echten *res publica*, zur öffentlichen Angelegenheit, machen.

Journalistische Redlichkeit

Mit dem Internet ist ein neuer Kanal für die Publikation von Inhalten auf die Bühne getreten, dessen unlegbare Vorteile auch für die «Schaffhauser Nachrichten» in Zukunft noch mehr Gewicht erhalten werden. Gleichzeitig müssen auch die Schattenseite dieser Entwicklung benannt sein: Meinung und Behauptung schicken sich im Web an, Fakten in den Hintergrund zu

drängen und das Internet zu einem Ozean der Unwahrheit verkommen zu lassen. Gerade dann ist professioneller Journalismus besonders gefordert, der nach klaren, erprobten und transparenten Kriterien arbeitet, der Gerüchte nicht unhinterfragt wiedergibt.

Dieses Bekenntnis zu wahrhaftem Journalismus verbindet uns mit allen unseren Vorgängergenerationen auf der Redaktion der «Schaffhauser Nachrichten» auf Engste: Es ist unser erstes Bestreben, die Leserinnen und Leser jeden Tag mit relevanten und glaubwürdigen Nachrichten zu beliefern, fair und ausgewogen zu berichten und die Sache und nicht die Person in den Vordergrund zu stellen.

Naturgemäss nimmt die Regionalberichterstattung einen besonderen Platz in den «Schaffhauser Nachrichten» ein, die als eines der letzten regional verankerten Medienhäuser im Land eine eigene Sicht pflegen.

Dieses Bekenntnis zur Region und ihren Menschen kann uns aber nicht dazu verleiten, Schaffhausen als Nabel der Welt misszudeuten: Der Blick geht seit Anbeginn über die Region hinaus in die Welt, die wir mit dem Schaffhauser Blick betrachten und einordnen. Das ist kein Zeichen der Provinzialität: Nur, wer auf festem Grund steht, kann auch die ihn umgebende Welt einordnen und erkennen. Das gilt für ruhige und noch mehr für unruhige Zeiten.

Gratulationen und Wünsche aus nah und fern

Eine politische Debattenkultur, die ihresgleichen sucht

Walter Vogelsanger
Regierungspräsident Kanton Schaffhausen

Vor rund 40 Jahren wurde ich als junger Begginger in der Stadt zufällig von Eric Bühler fotografiert. Meine Pflichtlektüre war damals der «Schlaatemer Bot» und nicht die SN. Dennoch erinnere ich mich noch bildhaft an diesen ersten Kontakt zum SN-Kosmos. Den Schleitheimer Boten gibt es heute leider nicht mehr. Nichtsdestotrotz bleibt die Schaffhauser Medienlandschaft die wohl gesündeste der

Schweiz, der «letzte Mohikaner» in einem Umfeld medialer Zentralisierungsorgien.

Innerhalb dieser Landschaft haben es die SN geschafft, ein langjähriges und unabhängiges Medium aufzubauen. Auch heute noch besinnt sich die SN auf das, was sie ausmacht: Unabhängigkeit, Integrität und die Liebe zur Region – was uns debattierfreudige Schaffhauser mitunter zu einer politischen Diskussionskultur motiviert, die in der Schweiz ihresgleichen sucht.

Die sogenannte vierte Gewalt hat unsere Gesellschaft nötiger denn je. In einer Zeit grenzenlosen Informationsüberflusses bringt sie komplizierte Sachverhalte klar und verständlich zum Ausdruck.

Der Druck des digitalen, medialen Strukturwandels geht aber auch an den SN nicht spurlos vorbei. Die Jagd nach der nächsten «grossen Schlagzeile» nimmt in der ganzen Schweiz immer groteskere Züge an.

Ich wünsche den SN in diesen turbulenten Zeiten, dass sie weiterhin ihre Raison behalten, auf ihre regionale Kompetenz vertrauen und uns noch mindestens weitere 160 Jahre als unabhängiges und schlagkräftiges Medium erhalten bleiben.



Matthias Ackeret
Journalist und Verleger von «Persönlich»

Vor 160 Jahren begann in Amerika der Sezessionskrieg, in Schaffhausen wurden die «Schaffhauser Nachrichten» gegründet. Beides endete mit einem Happy End, wobei Ersteres viel blutiger war: Die USA wurden zur führenden Weltmacht und die «Schaffhauser Nachrichten» zu einem wichtigen Teil der heimischen Identität. Doch dieses Vertrauen muss man sich täglich erwirtschaften. Es ist bewundernswert, wie die «Schaffhauser Nachrichten» die Schwierigkeiten meistern, in denen die Medienbranche momentan steckt, aber auch ihre Unabhängigkeit gegenüber den grossen Medienhäusern verteidigt. Für mich sind die SN ein wichtiges Verbindungsmitglied zu meiner alten Heimat. Ich bin stolz, dass ich das grosse Jubiläum vor zehn Jahren im Stadttheater moderieren durfte. In diesem Sinne ein herzhaftes Happy Birthday!



Eric Gujer
Chefredaktor «Neue Zürcher Zeitung»

«Bannwald der Demokratie» lautete einmal der selbstbewusste Begriff für die unabhängigen Schweizer Regionalzeitungen. Dieser Bannwald machte die demokratischen Entscheidungsprozesse bis auf die Gemeindeebene erlebbar, er lieferte die nötigen Detailinformationen für die Stimmbürger und trug so immer wieder dazu bei, das komplexe politische System der Schweiz zukunftsfähig zu machen. Aber er ist arg geschrumpft. Die Konsolidierung der Branche, die in unseren Nachbarländern schon vor 40 Jahren eine Realität war, hat auch die Schweiz erreicht. Zeitungen verschwinden oder werden zusammengelegt zu grossen Verbänden. Umso wichtiger sind die verbliebenen starken Bäume – so wie die «Schaffhauser Nachrichten». Sie geben ihrer Region eine Stimme und wichtiger noch: Sie sorgen für Vielfalt in einer zunehmend uniformen lokalen Presselandschaft. Dort, wo der Bannwald noch existiert, hat er von seiner Bedeutung nichts verloren.

Demokratiepolitisch wertvoll

Peter Neukomm
Stadtpräsident Schaffhausen

In den letzten Jahren wurden in der Schweiz immer mehr Redaktionen zusammengelegt oder durch grosse Medienhäuser übernommen, sodass die Vielfalt der Berichterstattung abgenommen hat. Wir Schaffhauserinnen und Schaffhauser dürfen uns glücklich schätzen, dass «unsere» «Schaffhauser Nachrichten» auch nach 160 Jahren noch unabhängig und eigenständig recherchieren und berichten können. Das ist nicht nur aus medienpolitischer Sicht begrüssenswert, sondern

auch demokratiepolitisch wertvoll, gelten die Medien doch als die vierte Staatsgewalt.

Diese wichtige Rolle geht mit grosser Verantwortung einher. So können Stil und Fokus der Berichterstattung wesentlich zum Selbstbildnis, aber auch zur Aussenwirkung unserer Region beitragen. Weiter sind Ausgewogenheit und Fairness in der politischen Berichterstattung von grosser Wichtigkeit für die freie Meinungsbildung der Stimm- und Wahlberechtigten. Und schliesslich können kritische und aufmerksame Journalistinnen und Journalisten einen wichtigen Beitrag zu einer lebendigen Demokratie beitragen, indem sie der Politik und der Gesellschaft immer wieder den Spiegel vorhalten und zur Selbstreflexion einladen. Gerade im Zeitalter der digitalen Revolution und der damit verbundenen Informationsflut sind starke, eigenständig recherchierende Medien besonders wichtig.

Ich gratuliere den «Schaffhauser Nachrichten» herzlich zu ihrem 160-jährigen Bestehen und hoffe, dass wir auch die nächsten 160 Jahre von einer unabhängigen und selbstständigen Lokalzeitung profitieren dürfen.



Martin Keller
Verleger «Bote vom Untersee und Rhein»

Der «Bote vom Untersee und Rhein» aus Steckborn und die SN haben ihre gemeinsame Schnittmenge im ehemaligen Bezirk Diessenhofen und im Bezirk Stein am Rhein. Trotz dieser Konkurrenzsituation pflegen wir seit Jahrzehnten eine gute Nachbarschaft mit Respekt und Achtung dem anderen gegenüber. Dafür sind wir der heutigen Unternehmensleitung unter Beat Rechsteiner, wie auch seinen Vorgängern, Norbert Neininger und Max Rapold, die den Grundstein dafür gelegt haben, sehr dankbar. Dass der «Bote» in Notfällen oder bei Grosseinsparungen bis Ende 2013 in der «ZDS» im Herblingertal gedruckt wurde, unterstreicht unser partnerschaftliches Verhältnis.

Zum Jubiläum gratulieren wir herzlich und wünschen unserer um 39 Jahre älteren, grossen Kollegin, der Unternehmensleitung und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine gute Zukunft!



Herold Bieler
Publizistischer Leiter «Walliser Bote»

Der «Walliser Bote» ist 21 Jahre älter und ein wenig günstiger. Wir müssen uns weniger gegen reiche Zürcher Verlage wehren. Aber es gibt auch Parallelen. Nebst der in etwa gleichen Auflage haben wir wie die SN erfolgreich unsere Eigenständigkeit und Unabhängigkeit erhalten können. Das ist ein Zeichen für gute Qualität.

Bei den SN gefallen mir die klugen, oft auch mutigen Kommentare und die klaren Analysen. So geht Lokaljournalismus. Leserinnen und Leser können dank der SN aktuelle Ereignisse besser nachvollziehen und in den politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext einordnen.

Seriöser Journalismus ist gefragt denn je. Dazu brauchen wir freie und wirtschaftlich unabhängige Medien. Und Zeitungen stehen immer noch für verlässliche und glaubwürdige Informationen. Das macht selbst eine 160-Jährige unverzichtbar.



Nora Leutert
Co-Redaktionsleiterin «Schaffhauser AZ»

Traditionellerweise sticheln wir von der AZ ja gerne gegen den grossen Gegenpol an der Vordergasse. Zum Geburtstag muss aber auch mal gesagt werden: Ohne euch, liebe Kolleginnen und Kollegen von den SN, sähe die lokale Medienlandschaft ziemlich desolat aus. Euer beständiger Tagesjournalismus leistet etwas für das regionale Leben, was wir als Wochenzeitung nicht vermögen. Den eigenen Weg zu finden ist einfacher, wenn man andere Wege kennt. Und neben und dank euch erfreuen wir uns einer gewissen Narrenfreiheit. Also lassen wir den Champagner fliessen, liebe SN. Wir sind froh, dass es euch gibt und dass ihr das tut, was ihr tut. Herzliche Gratulation von euren allertruesten Leserinnen und Lesern.



Stefan Lutz
Chefredaktor «Südkurier»

Wie schön, dass es Euch gibt, liebe Kolleginnen und Kollegen von den «Schaffhauser Nachrichten». So kompliziert die Beziehungen zwischen Deutschland und der Schweiz manchmal auch sein mögen – für die Nachbarschaft von «Südkurier» und «Schaffhauser Nachrichten» gilt das nicht. Wir arbeiten seit vielen Jahren schon gemeinsam an wichtigen journalistischen Themen, tauschen uns aus und geben uns Tipps. Und das unkompliziert, in Freundschaft und mit voller Wertschätzung. Das ist eine besondere Verbindung, über die wir uns sehr freuen. Mit 76 Jahren Geschichte ist der «Südkurier» nicht mal halb so alt wie die «Schaffhauser Nachrichten» – aber Eure 160 Jahre sind trotzdem jung, frisch und fröhlich. Alles Gute und bleibt, wie Ihr seid!



Markus Somm
Chefredaktor und
Verleger «Nebelspalter»



Philipp Wyss
Chefredaktor
Online/Zeitung
«Südostschweiz»

Der Geist weht rechts – Die «Schaffhauser Nachrichten» sind bürgerlich-liberal wie früher die meisten guten Zeitungen dieses Landes, heute zählen sie mit ganz wenigen zu den letzten Mohikanern, die eine Gesinnung hochhalten, der die Schweiz ihren Erfolg verdankt. Ist es nicht abstrus? Ist es nicht erstaunlich, wenn wir wissen, dass gut 70 Prozent unserer Wahlbevölkerung sich genauso als bürgerlich-liberal ansehen würden? Wenn es Mut braucht, zu den letzten Mohikanern zu gehören, dann hat diese Zeitung diesen Mut auf jeden Fall bewiesen.

Ich habe die Schaffhauser Journalisten und Chefredaktoren immer bewundert, wie sie die Stellung hielten hier oben am Rhein, ganz gleich, welche Moden die Zürcher Zentraljournalisten ergriffen. Das Intelligenzblatt der Schaffhauser blieb intelligent, als der Geist längst links wehte, ob so geistreich, wie sich die Linke das einbildete, ist eine andere Frage, die in Schaffhausen täglich beantwortet wird: in der SN, einem Vorbild, einem Freund, einer Unangepassten, die sogar älter ist als der «Nebelspalter» – 14 verflixte Jahre.



Angela Weiss
Chefredaktorin
Radio Munot

Gratulationen aus dem Stock obendran – Die erste grönländische Zeitung erscheint, als auch das «Schaffhauser Intelligenzblatt» geboren wird. 160 Jahre später bestehen die «Schaffhauser Nachrichten» noch immer – eingebettet in das grösste Medienhaus des Kantons Schaffhausen, zu dem auch Radio Munot gehört. Ende 2016 sind wir auch räumlich zusammengedrückt. Wir haben Berührungspunkte, etwa bei gemeinsamen Herbstmesseauftritten oder beim Sommerfest, leben aber auch in einer gesunden Konkurrenz zueinander. Aus meiner Sicht ist es wichtig, dass Schaffhausen Medien hat, die täglich informieren – mit dem Fokus auf Regionalem. Die Rolle einer Zeitung sehe ich darin, tiefergehend zu recherchieren, einzuordnen, zu informieren.

Ich gratuliere den «Schaffhauser Nachrichten» zum 160-jährigen Bestehen und wünsche der Zeitung weiterhin gute Geschichten, interessierte Journalistinnen und Journalisten und das 320-Jahr-Jubiläum.



Sandy Gasser
Co-Redaktorin
«Klettgauer Bote»

Herzlichen Glückwunsch, grosse Schwester! – Wenn die grosse Schwester Geburtstag feiert, freut sich der kleine Bruder. Die Freude beim «Klettgauer Bote», dass die «Schaffhauser Nachrichten» das stattliche Jubiläum von 160 Jahren feiern dürfen, ist daher gross. Vor einem Jahr haben wir in Schleithelm das 150-Jährige mit einer Sonderausgabe zelebriert, die grosse Feier blieb pandemiebedingt aus. Die Pandemie hält die Medien auf ganz spezielle Weise in Atem. Anlässe finden nicht statt, die Berichterstattung und die Bilder von unbeschwerten Momenten fehlen. Wir müssen uns – auch im hohen Alter – den Gegebenheiten der Umstände anpassen, immer der objektiven Information unserer Leserinnen und Leser verpflichtet. Im Gründungsjahr der «Schaffhauser Nachrichten» begann der Amerikanische Bürgerkrieg, die Welt ist also schon immer in Bewegung, damals wie heute. Am Tag der Erstaussgabe, 25. Dezember 1861, war der Weihnachtstag – eine Jahrtausendalte Konstante. Auch die SN sind konstant und bleiben gefestigt im Herzen der Schaffhauserinnen und Schaffhauser. Wir gratulieren der grossen Schwester ganz herzlich!

Grüsse aus der Südostschweiz – Verleger Norbert Neininger und Philipp Landmark waren um die Jahrtausendwende mein Bezug zu den «Schaffhauser Nachrichten». Der einstige Volontär und damalige Leiter der Regionalredaktion war dazwischen mein Chef bei der früheren «Linth-Zeitung» in Rapperswil. Er ermöglichte mir den Einstieg in den Journalismus. Gerne erinnere ich mich an Treffen mit Journalisten der alten Schule oder an volle Aschenbecher in der Redaktionsstube in der Schaffhauser Altstadt. Ebenso an die «externen Sitzungszimmer» wie die «Karst Bar» von Thuri oder den «Cuba Club».

An der Zeitung gefiel mir stets die Eleganz, grosse Bilder, das gepflegte Layout und kluge Texte. Generell haben Regionalzeitungen nach wie vor eine Berechtigung. Sie stärken das gesellschaftliche Leben, fördern die Meinungsbildung und sind bis heute verlässliche Partner. Herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag aus der Südostschweiz und alles Gute für die Zukunft.



Peter Hartmeier
Publizist und
Berater

Ich war Sekundarschüler und schrieb begeistert Aufsätze; schon damals stand fest, dass ich Journalist werden wollte. So nahm ich vor den Ferien allen Mut zusammen und erkundigte mich an der Vorgasse, ob die Redaktion für zwei, drei Wochen jemanden brauchen könnte. Etwas ratlos schickte mich die anwesende Dame zum Redaktor für Lokales, Heinz Bollinger. Er betrachtete mich belustigt, zog unentwegt an seinem «Villiger Kiel» und befand dann, man könne ja einen Versuch wagen: Ich solle ihm täglich einen kurzen Bericht bringen, der dann unter dem Titel «Kleiner Stadtreporter» veröffentlicht würde. Falls man ihn lesen könne, fügte er noch verschmitzt an.

Und damit begann eine berufliche Laufbahn, die ich keine Sekunde je bereut habe: Ich entdeckte als Journalist in unterschiedlichen Ländern die unterschiedlichsten Menschen – mit Sorgen und Nöten, aber auch mit grossartigen Ideen und Plänen.

Ich verbinde meine Gratulation zum stolzen Jubiläum mit dem Geburtstagswunsch, dass auch in den nächsten Jahren grossmütige Redaktoren jungen Leuten Chancen geben – nicht zuletzt, weil die Zeitung – ob gedruckt oder online – mit ihnen jung bleibt.



Nathalie Homberger
Chefredaktorin
«Schaffhauser Bock»

Wir gratulieren! – 160 ist eine überaus stolze Zahl! Das Team des «Schaffhauser Bocks» und «Schaffhausen24» gratuliert den «Schaffhauser Nachrichten», die das 160-Jahr-Jubiläum feiern.

Die Medienlandschaft hat sich merklich verändert. Gerade die Printmedien haben mit der fortschreitenden Digitalisierung zu kämpfen. Umso erfreulicher ist es, dass die Schaffhauserinnen und Schaffhauser mit den SN, dem «Bock» sowie der AZ drei völlig verschiedene Medien mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten zur Auswahl haben – und diese drei Medien in einem umkämpften Lesermarkt in fairem Nebeneinander ihrer publizistischen Arbeit nachgehen.

Wie in der ersten Ausgabe des «Schaffhauser Intelligenzblatts» steht, hoffen wir, dass die SN weitere 160 Jahre «den Wünschen des Publikums zu Stadt und Land vollkommen Genüge» leisten werden!

Eine bedeutende Rolle über die Heimat hinaus

Pietro Supino

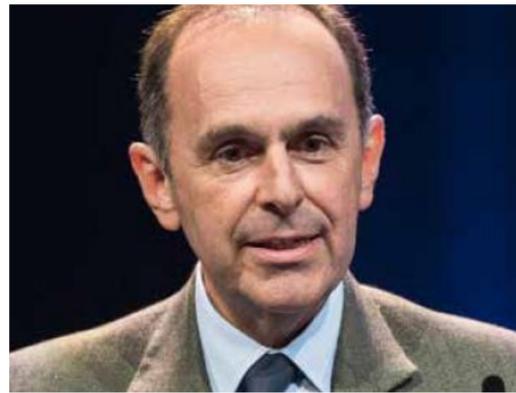
Präsident des Verlegerverbands Schweizer Medien, Verleger von Tamedia und 20 Minuten

Es ist ein Anlass zur kollektiven Freude, dass es in Schaffhausen seit 160 Jahren eine unabhängige Tageszeitung gibt. Das sagt viel über die schweizerische Medienlandschaft, aber auch einiges über die Schaffhauserinnen und Schaffhauser aus. Seit die Gründerfamilie Meier die Verantwortung für ihren Verlag nach fast hundert Jahren weitergab, sorgen engagierte Persönlichkeiten dafür, dass das Unternehmen sich im Strukturwandel der Bran-

che sehr gut entwickeln konnte. Dass im nördlichsten Zipfel der Schweiz eine Tageszeitung mit einer Auflage von knapp 20 000 Exemplaren bestehen kann, wäre ohne die Treue ihres Publikums nicht möglich. Dazu trägt auch eine eidgenössische Medienpolitik bei, die diese Vielfalt stützt. Wenn im kommenden Februar über das Medienpaket abgestimmt wird, geht es – diese Bemerkung sei mir als Verlegerpräsident gestattet – in besonderer Masse um regional verankerte Institutionen wie die Meierei.

Dieses regionale Medienhaus spielt über seine engere Heimat hinaus seit Jahrzehnten eine bedeutende Rolle. Max U. Rapold, der die Firma seinerzeit in eine Stiftung überführte, war während zwölf Jahren Präsident unseres Schweizer Verlegerverbands. Sein Nachfolger Norbert Neininger gehörte dem Verbandspräsidium ebenso an wie der heutige Verwaltungsratspräsident Beat Lauber.

Ich gratuliere den «Schaffhauser Nachrichten» zu ihrer imponierenden Geschichte und wünsche mir, dass sie noch lange unsere Medienlandschaft bereichert.



Selbstkritik ist keine Altersfrage

Pascal Hollenstein

Publizistischer Leiter CH Media

Alter kann ein Vorteil sein, denn Alter bringt Erfahrung, Gelassenheit und Weisheit. Umgekehrt birgt Alter – und ein Jubiläum erst recht! – auch Gefahren. Den Blick zurückgewendet neigt man dazu, die Rezepte der Vergangenheit zur Richtschnur für die Zukunft zu nehmen. «Gut so – weiter so» ist aber in einer Branche mitten in einer Disruption eine fahrlässige Haltung.

Zunächst: Ich schätze die Zusammenarbeit mit den «Schaffhauser Nachrichten» und den vielen netten Kolleginnen und Kollegen am Rhein ausserordentlich. Und ich hoffe, dass wir sie noch lange fortsetzen können. Indes wundert man sich doch gelegentlich über die eine oder andere Schrulligkeit, die man sich in Schaffhausen leistet.

Beispiel? Die SN haben sich vor ein paar Jahren ein – schönes! – neues Erscheinungsbild gegeben, das sie allerdings zwingt, die von CH Media gelieferten Mantelinhalt neu zu layouten, statt ganze Seiten zu übernehmen. Das ist, man muss es sagen, ineffizient. Es bindet Kräfte, die man im Grunde in den Journalismus investieren könnte. Ob die Leserschaft vom Schaffhauser Layout-Sonderzug wirklich profitiert? Andere, ebenfalls unabhängige Partner, gar im widerborstigen Kanton Schwyz, haben sich nicht für den Schaffhauser Weg entschieden.

Zweites Beispiel: Die SN präsentieren ihrer Leserschaft als eigentliches Filetstück liebevoll kuratierte Kurzfutter-Seiten mit Nachrichten aus aller Welt. Lohnt sich dieser Aufwand wirklich noch, in einer digitalen Welt zumal, in der die Leserschaft ihr Kurzfutter tagein, tagaus am Handy konsumiert? Investierte man nicht besser in Hintergründe, exklusive Stoffe?

Es spricht für die Vielfalt in unserer Branche, dass sich Chefredaktoren nicht immer einig sind. In diesen und anderen Punkten bin ich es mit Kollege Robin Blanck nicht. Dass er die Kritik eines fremden Fötzels und Lieferanten aushält, spricht für ihn und für die «Schaffhauser Nachrichten». Dennoch rate ich zu Selbstkritik als Grundhaltung. Auch im hohen Alter von 160 Jahren.

Für die Störung der Festfreude bitte ich um Verzeihung und für Verständnis. So sind wir eben, wir Journalisten.



STAHLGIESSEREI

→ Hier beginnt die Stadt.



Die «Schaffhauser
Nachrichten» hinterlassen
einen bleibenden Eindruck.
Wir auch.

Herzliche Gratulation zum Jubiläum
Klaiber Immobilien AG

**7.00 Uhr**

Der Frühschicht des Onlineproduktionspools (OPP) beginnt. Die Artikel, die am Morgen zuoberst auf dem Newsportal der SN sind, wurden schon vorbereitet. Dennoch gibt es vielleicht bereits News, die aufbereitet gehören oder Bilder, die ausgesucht werden können, wie hier von Daniel Zinser, Leiter des OPP, und Praktikantin Neda Hofer.

**7.30 Uhr**

Wie gross soll die Zeitung heute werden? Wie viele Inserate müssen untergebracht werden? Diese Fragen bespricht der Tagesverantwortliche der Redaktion, hier Dario Muffler, mit der Leiterin der Anzeigenproduktion, Susanne Gysin. Das Resultat dieser Sitzung ist ein sogenanntes Druckschema, das festhält, welches Ressort welche Seiten bespielt.

9.20 Uhr

Die gesamte Regionalredaktion sowie die Mitglieder des Inland-Teams treffen sich zur täglichen Redaktionssitzung. Hier wird festgelegt, welche Themen es in die Ausgabe des nächsten Tages schaffen, wo sie etwa platziert und wie umfangreich sie werden. Wegen Corona finden die Sitzungen auch draussen statt, darum ist Landredaktor Thomas Martens dick eingepackt.



Ein Tag in den SN

Praktisch während 24 Stunden sind Mitarbeiter der «Schaffhauser Nachrichten» im Einsatz, um den Leserinnen und Lesern aktuelle Nachrichten und gute Texte zu bieten.

Fotos: Melanie Duchene und Roberta Fele

10.30 Uhr

Journalismus passiert nicht nur am Schreibtisch: Die Redaktion geht nach draussen, spricht vor Ort mit Menschen und besucht Medieninformationen, wie hier Daniel Thüler (Mitte) und Kay Fehr.

**13.00 Uhr**

Während Redaktorinnen wie Elena Stojkova für ihre Geschichten recherchieren und die Texte zu schreiben beginnen, sorgt Dienstredaktor Urs Leu für das richtige Layout, sucht Bilder raus und liest Texte auf Korrektheit und Verständlichkeit.

**23.45 Uhr**

Die Dateien sämtlicher Zeitungsseiten sind an die Druckerei übermittelt worden. Nun kontrolliert Layouter Thomas Harzenmoser die E-Paper-Version der SN. Sie sind die letzten, welche die Redaktion verlassen.

5.00 Uhr

Nach dem Transport von St. Gallen nach Schaffhausen werden die Zeitungen durch die Schazo in die Briefkästen der Region verteilt, sodass die Zeitung vor dem Frühstück bereit liegt.

16.00 Uhr

Zum zweiten Mal am Tag kommt ein grosser Teil der Redaktion zusammen. Nun ist auch der Abschlussredaktor, der die Redaktion als Letzter verlässt, dabei. Chefredaktor Robin Blanck (links) bespricht die Titelseite der Zeitung: Was ist die beste Geschichte? Wo gibt es das attraktivste Bild? Wer hat knackige Zitate?

**21.00 Uhr**

Auf der Redaktion ist es inzwischen ruhiger geworden. Zu dieser Uhrzeit arbeitet Abschlussredaktorin Christine Schnapp auf Hochtouren. Sie produziert die Seiten im ersten Bund der Zeitung. Zudem liest sie ausgedruckte Versionen von Seiten und ist damit die letzte Kontrollinstanz vor dem Druck.

**0.30 Uhr**

Während auf der Redaktion in Schaffhausen die letzten Lichter definitiv ausgehen, laufen die Druckmaschinen in St. Gallen Winkel.

**Für die Regionen
tagtäglich und
für die Schweiz
am Wochenende.**

Die Zeitung ist das täglich Brot

Die Tageszeitung ist für viele Menschen ein steter Begleiter in unruhigen Zeiten, der Pegelstandanzeiger, wenn der Rest der Welt im Chaos versinkt – oder einfach ein guter Freund. Peter Bühler liest sie seit über 60 Jahren. Jeden Tag.

Alexander Vitolić

«Es kam schon mal vor, dass ein neuer Verträger unseren Briefkasten ausgelassen hat. Natürlich nicht aus Absicht.» Das sei mit einem Anruf erledigt gewesen, sagt Peter Bühler. Es ist der einzige Zwischenfall, an den sich der 84-Jährige und seine Frau Heidi erinnern können in Zusammenhang mit den «Schaffhauser Nachrichten». Ansonsten sei immer alles in Ordnung gewesen.

Das Ehepaar zog 1964 in das Doppelhaus am Emmersberg. Damals wurde aus zwei Abos eines. Dass sie nach Verlagsinformationen zu den wahrscheinlich langjährigsten Abonnenten der SN gehören, überrascht sie nicht, sie gehören zum Tag wie der Kaffee oder Tee am Morgen. Peter Bühler ist ein bescheidener, schlanker Mann mit tief sitzenden, aufmerksamen Augen, einer hohen Stirn und kräftigen Händen. In seinem früheren Leben war er Maurer, sagt er.

Er ist es nicht gewohnt, viel über sich zu reden. Dafür erzählt seine Frau, dass er jeden Tag nach dem Mittagessen hinter der Zeitung verschwindet für eine halbe Stunde. Sie lacht: «So weiss ich, dass alles in Ordnung ist.» Heidi Bühler ist zwei Jahre jünger als ihr Mann, sie



Peter Bühler liest die SN nach dem Mittagessen.
BILD: A. VITOLIĆ

bezeichnet sich als Ladentochter unter anderem in einer Bäckerei und im elterlichen Gasthof «Hirschen» in Oberstammheim. Sie ist begeisterte Akkordeonspielerin. Peter Bühler kümmert sich um den Garten und hackt im Wald das Holz für die Heizung. Hinter dem Haus türmt sich ein beachtlicher Stapel. Seit einiger Zeit würde er auch kochen, verrät seine Frau. Zusammen gehen sie viel spazieren.

Wie gehen sie beide mit der Pandemiesituation um? «Wir vermissen nichts», sagt Heidi Bühler. Sie gingen oft spazieren, und im Sommer verbrachten sie

Für eine Zeitung ist es letztlich ein Privileg, Teil von so vielen verschiedenen Lebensläufen sein zu dürfen.

und ihre Kinder und Enkelkinder viel Zeit auf ihrem Weidling. «Der Rhein ist unsere Feriendestination.» Peter Bühler nickt still und lächelt.

Sie besitzen keinen Computer, die Tageszeitung ist neben Nachrichtensen-

dungen der wichtigste Informationskanal. Peter Bühler erinnert sich, dass die Zeitungen früher chaotischer ausgesehen hätten, heute scheinen sie dafür dünner. Der Wirtschaftsteil könnte etwas ausführlicher sein.

Region, Wirtschaft oder Sport

Dem Wirtschaftsteil gilt auch das Hauptinteresse von Jakob K.*, wenngleich der 74-jährige Immobilienexperte die Berichterstattung kritisch beobachtet. Die SN begleitet ihn und seine Familie, waschechte Schwaben, wie er sagt, seit mindestens zwei Generationen.

Helmut H., ein langjähriger Leser aus Büssingen, erzählt, dass er die SN jeweils am Morgen durchblättere. Abonniert habe er sie seit den 1950er-Jahren, heute lese er allerdings auch den «Südkurier», wenn es um die Region geht.

Der Sportteil interessiert die 79-jährige Marlies J. am meisten. Die frühere Verkaufsfachangestellte hat das SN-Abonnement mit ihrem mittlerweile verstorbenen Mann von den Eltern übernommen. Auch das ist schon viele Jahre her. Berichte über Tennis und Skisport lese sie auch heute noch gerne. Sie schmunzelt: Bei ihren Freundinnen stosse sie mit diesen Themen seit jeher auf wenig Gegenliebe.

Ruth W. ist über 90 Jahre alt. Sie lebt heute im Pflegeheim, die frühere Primarsschullehrerin erinnert sich, dass die Zeitung früher den Namen Intelligenzblatt getragen habe. Ihre Familie gehöre seit jeher zu den Leserinnen und Lesern, auch wenn sie selbst die SN heute manchmal nur noch überfliege.

Anne A. kam 1960 nach Feuerthalen, schon ihr Vater hatte die Zeitung abonniert. Wenn die frühere Kaufmännische Angestellte an ihre Geschichte mit den SN denkt, kommen unweigerlich auch Erinnerungen an ihre Jugend auf. Zum Beispiel, dass sie mit ihren älteren Geschwistern während des Zweiten Weltkriegs aus der Bretagne über Grenoble in die Schweiz flüchten musste.

Das alles macht bewusst: Für eine Zeitung ist es letztlich ein Privileg, Teil von so vielen verschiedenen Lebensläufen sein zu dürfen.

* Nicht alle langjährigen Leserinnen und Leser möchten mit vollem Namen in der Zeitung erscheinen, und die SN respektieren diesen Wunsch natürlich. Deshalb verwenden wir an einigen Stellen nur die Initialen des Nachnamens.

Anzeige

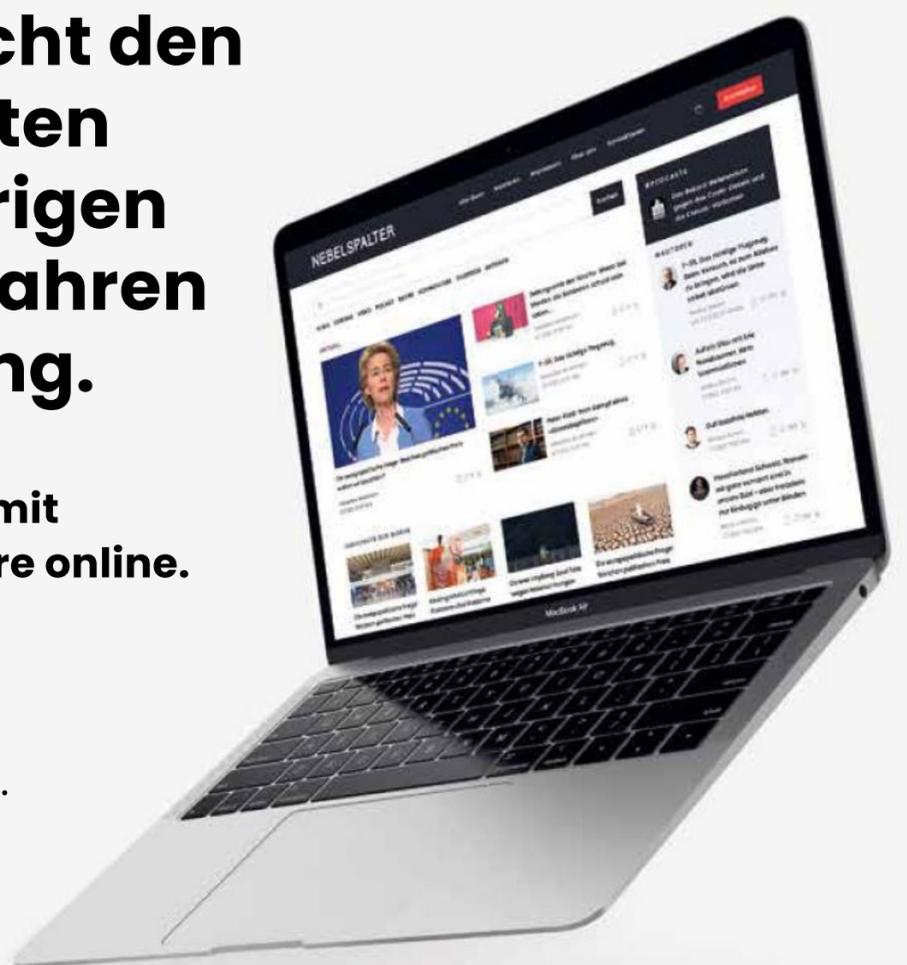
NEBELSPALTER

Der Nebelspalter wünscht den Schaffhauser Nachrichten alles Gute zum 160-jährigen Bestehen. Mit erst 146 Jahren fühlen wir uns direkt jung.

Besuchen Sie den neuen Nebelspalter mit Recherche, Berichterstattung und Satire online.

Der Nebelspalter spaltet den Nebel:
Wir stellen infrage, wir bringen Informationen, die Sie nirgendwo finden.
Genau, fair, ohne Angst.

Mehr auf: **www.nebelspalter.ch**



Im Gespräch mit: Simonetta Sommaruga

Die für Medien zuständige Bundesrätin spricht über die Bedeutung von Lokaljournalisten und darüber, weshalb es wichtig ist, auch unangenehme Fragen zu beantworten.

«Medien informieren – und sie schauen den Mächtigen auf die Finger»

Dario Muffler

Zuletzt stand Bundesrätin Simonetta Sommaruga anlässlich des Klimagipfels in Glasgow im Fokus der Medien – nicht nur der nationalen, sondern auch der internationalen, war sie doch eine von zwei Verhandlungsführerinnen. Als Vorsteherin des Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation ist sie aber auch die Schweizer «Medienministerin». In dieser Funktion steht Sommaruga kurz vor einem Abstimmungskampf, bei dem es um mehr geht, als nur um vergünstigte Posttarife für Zeitungen.

Frau Sommaruga, mit welcher Frage müsste ein Interview beginnen, damit Sie es gerne lesen?

Simonetta Sommaruga: Ich erfahre gerne etwas über die Person, mit der ein Interview geführt wird. Darum habe ich als Leserin persönliche Fragen zum Einstieg gerne.

Lesen Sie Interviews, die Sie gegeben haben, bei deren Erscheinung?

Sommaruga: Wenn es die Agenda zulässt, schaue ich gerne, wie ein Interview in gedruckter Form wirkt.

Wann ist es für Sie noch etwas Besonderes, in einer Zeitung zu erscheinen?

Sommaruga: Als ich als Konsumentenschützerin angefangen habe, musste ich mich zuerst daran gewöhnen, in den Zeitungen vorzukommen. Mittlerweile ist das natürlich anders. Aber noch heute freut es mich beim Zeitungslernen immer wieder, dass ich wichtigen Anliegen Gehör verschaffen kann. Vor zwanzig Jahren ging es oft um den Konsumentenschutz, heute steht zum Beispiel der Service public im Fokus.

Gerade vor Abstimmungen oder nach wichtigen Entscheiden des Bundesrats sind Sie gefordert und gefragt: Wie viele Interviews geben Sie in solchen Phasen in etwa pro Woche?

Sommaruga: Das variiert je nach Vorlage stark. Aber ich beantworte gern Fragen dazu. Es ist die Aufgabe des Bundesrats, hinzustehen und die Bevölkerung zu informieren.

Politikerinnen und Politiker nutzen die Möglichkeit, ihre Botschaften in Zeitungen zu platzieren zwar gerne, beklagen sich aber regelmässig über Journalistinnen und Journalisten. Insbesondere, wenn wir unangenehme Fragen stellen. Warum ist es wichtig, mit Journalisten auch über unangenehme Fragen zu sprechen?

Sommaruga: Der kritische Journalismus gehört zur Demokratie. Es ist die zentrale Aufgabe der Medienschaffenden, nachzufragen und nachzuhaken.

Verwaltungen stocken ihre Kommunikationsstellen auf, um ungefiltert auf allen Kanälen ihre Botschaften zu streuen. Macht Ihnen diese Entwicklung keine Sorgen?

Sommaruga: Viele Menschen, vor allem jüngere, informieren sich stark über die sozialen Medien, sie wollen wir auch erreichen. Deshalb haben auch die Behörden begonnen, die sozialen Medien zu nutzen, auch ich mache das. Aber klar: Ich will als Bundesrätin nicht einfach über Twitter kommunizieren. Pressekonferenzen, Interviews, Podiumsdiskussionen und der direkte Kontakt mit der Bevölkerung bleiben deshalb zentral.

In der Coronakrise gibt es vermehrt Stimmen, welche «die Medien» pauschal als Spaltpilze der Gesellschaft bezeichnen. Was entgegnen Sie diesem Vorwurf?

Sommaruga: In der Coronakrise ist das Virus das Problem, nicht die Medien. Gerade die Pandemie hat gezeigt, welche zentrale Bedeutung die Medien spielen. Die Medien haben informiert, eingeordnet, kritisch kommentiert. Das ist ihre Rolle.

Spüren Sie Misstrauen der Bevölkerung gegenüber Medien?

Sommaruga: Die Mehrheit der Bevölkerung hat ein grosses Vertrauen in die einheimischen Medien. Das hat erst kürzlich wieder eine Studie gezeigt. Natürlich sind nicht alle mit jedem Artikel und jeder Sendung einverstanden. Das ist aber auch nicht nötig. Unsere Demokratie lebt von verschiedenen Meinungen. Genau darum ist die Medienvielfalt so wichtig.

Sie haben an der Eröffnung des Swiss Media Forums von der Plattformisierung gesprochen. Was meinen Sie damit?

Sommaruga: Immer mehr Menschen informieren sich nicht über Zeitungen oder auf den Webseiten der Medienhäuser, sondern via Plattformen wie Facebook. Die Artikel, die dort verlinkt werden, stammen aber nicht von den Plattformen, sondern von Redaktionen, die vor Ort die ganze Arbeit machen. Facebook und Co. haben keine Korrespondenten in der Schweiz, sie berichten nicht über eine Abstimmungsvorlage im Kanton Schaffhausen oder über den lokalen Sport und die Kultur. Das machen die Medien vor Ort. Deshalb ist es für die Bevölkerung und unsere Demokratie so wichtig, dass auch künftig alle Regionen von Zeitungen und Radios abgedeckt werden.

Spielen Techkonzerne eine Rolle bei diesem Misstrauen?

Sommaruga: Wer sich im Internet bewegt, hinterlässt Spuren. Und die Techkonzerne nutzen dann diese Daten. Gleichzeitig fließen immer mehr Werbegelder zu den Plattformen, und nicht zu den einheimischen Verlagen. Dies schwächt den Me-

dienplatz Schweiz. Grosse, international ausgerichtete Internetkonzerne können die lokalen Medien aber nicht ersetzen.

Wer muss nun handeln, damit die grossen Techkonzerne nicht noch mehr Übermacht gewinnen?

Sommaruga: Das Parlament hat eine Medienvorlage verabschiedet, über die wir im kommenden Februar abstimmen. Diese sorgt dafür, dass auch in Zukunft über alle Regionen des Landes berichtet wird. Und zwar am Radio, in den Zeitungen und im Internet, durch Redaktionen, die vor Ort sind. Daneben bin ich schon lange der Meinung, dass die Plattformen die Leistungen der einheimischen Medien abgelten sollen. Bis wir so eine Regelung haben, dauert es aber noch mehrere Jahre. So lange können wir nicht warten. Damit sich die Bevölkerung auch in Zukunft in allen Landesteilen und Sprachregionen auf eine vielfältige Berichterstattung abstützen kann, braucht es darum jetzt die Medienvorlage.

Viele Verlage und Zeitungen wurden in den vergangenen Jahren zusammengelegt. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?

Sommaruga: Diese Entwicklung gibt mir zu denken. Denn damit wird die Berichterstattung über das Geschehen vor Ort geschwächt. Um zu wissen, was lokal passiert, braucht es die ortskundige Journalistin und den Redaktor mit lokaler Verankerung. Sie wissen, was in Marthalen oder Thayngen passiert. Ohne Medien, die vor Ort sind, gehen die regionalen Informationen verloren. Genau darum werden die kleinen und mittleren Zeitungen mit der Medienvorlage besonders unterstützt.

Viel mehr Personen als vor zehn Jahren wollen gar keine News mehr konsumieren. Was bedeutet das für eine direkte Demokratie?

Sommaruga: Ich habe den Eindruck, dass das Interesse an einer fundierten Berichterstattung in der Coronapandemie eher gestiegen ist. Aber klar: Unsere direkte Demokratie basiert darauf, dass die Bevölkerung sich informieren kann und verschiedene Standpunkte kennt. Darum ist es wichtig, dass wir in der Schweiz ein breites und vielfältiges Medienangebot haben.

Was ist Ihrer Meinung überhaupt die wichtigste Funktion von freien Medien?

Sommaruga: Sie informieren, sie tragen zur Meinungsbildung bei – und sie schauen den Mächtigen auf die Finger.

Aktuell wird über ein Medienförderungsgesetz diskutiert. Wieso soll die öffentliche Hand Medien fördern?

Sommaruga: Die einheimischen Medien stehen finanziell unter Druck. Die Werbegelder fließen zu den grossen Internet-

«Ich will als Bundesrätin nicht einfach über Twitter kommunizieren.»

Simonetta Sommaruga

Geboren wurde Simonetta Sommaruga am 14. Mai 1960. Sie wuchs im Kanton Aargau auf. Am Konservatorium Luzern machte sie eine Ausbildung zur Konzertpianistin. 1993 bis 2010 war Sommaruga für die Stiftung Konsumentenschutz tätig. 1999 bis 2003 war sie Nationalrätin. 2003 bis 2010 sass sie für den Kanton Bern im Ständerat. In den Bundesrat gewählt wurde sie am 22. September 2010. Bis Ende 2018 stand sie dem Eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartement vor. Seit Januar 2019 ist sie Vorsteherin des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation. Sommaruga ist SP-Mitglied.





Die überregionale Berichterstattung

Die «Schaffhauser Nachrichten» verstehen sich seit jeher als Kompletzeitung, die das Regionale, aber auch das Geschehen im Rest der Welt abbildet. Per Anfang 2020 wurde mit einer Neugestaltung des überregionalen Teils zuletzt nochmals in die Berichterstattung ausserhalb der Region investiert. Eine dreiköpfige Inlandredaktion begleitet die nationale Politik eng. Dabei versuchen die SN herauszuarbeiten, bei welchen Themen Schaffhausen besonders betroffen ist – oder mit Experten zu sprechen, die hier daheim sind oder hier ihre Wurzeln haben. Ein wichtiger Bestandteil der Arbeit im überregionalen Teil ist auch die Kommentierung der Aktualität. Hier beschränkt sich die Redaktion nicht auf nationale Themen, es werden auch internationale Angelegenheiten eingeordnet und kommentiert. Da drei Mitarbeitende nicht ein ganzes Weltgeschehen abdecken können, arbeiten die SN mit CH Media zusammen. Sämtliche überregionale Inhalte können übernommen werden. Die Redaktion ist aber frei in der Gestaltung und gewichtet nach eigenem Gutdünken. Im überregionalen Bereich besteht eine ähnliche Zusammenarbeit mit der «Frankfurter Allgemeinen Zeitung». (dmu)

plattformen ins Ausland ab. Parallel dazu gehen bei den Zeitungen die Einnahmen aus den Aboverkäufen zurück. Ohne Medienvorlage besteht die Gefahr, dass die einheimischen Medien weiter geschwächt werden. Mit der Medienvorlage werden Zeitungen, Privatradios und das Regionalfernsehen gestärkt, damit sich die Bevölkerung weiterhin gut über das Geschehen vor Ort informieren kann.

Wie können Journalistinnen und Journalisten dem Staat kritisch auf die Finger schauen, wenn Sie von ihm bezahlt werden?

Sommaruga: Der Bund vergünstigt die Zustellung von Zeitungen seit Jahrzehnten. Die Zeitungen sind dennoch unabhängig geblieben. Das wird auch mit der Medienvorlage so bleiben. Diese setzt nämlich auf bewährte Instrumente und stellt sicher, dass die Behörden keinen Einfluss nehmen können auf Artikel oder Sendungen. Die Zustellung der «Schaffhauser Nachrichten» wird heute schon vergünstigt. Der Bund gibt der Post Geld dafür, dass diese die «Schaffhauser Nachrichten» vergünstigt zur Leserschaft nach Hause bringt. Ich kann mir nicht vorstellen, dass dies in den letzten Jahren Einfluss gehabt hat auf Ihre Berichterstattung.

Hilft das Medienförderungsgesetz, dass es zu keiner weiteren Konzentration der Zeitungen und Verlage gibt in der Schweiz?

Sommaruga: Ich habe in Schweden gesehen, was die Folgen sind, wenn immer

mehr Zeitungen verschwinden: Über ganze Landstriche wird nicht mehr berichtet. Journalistinnen und Journalisten hat es dort nur noch in den grossen Städten. Das will in der Schweiz niemand. Mit der Medienvorlage stärken wir deshalb insbesondere die Berichterstattung aus der Region, denn die kleinen und mittleren Medien erhalten überproportional Unterstützung – dazu gehören auch die «Schaffhauser Nachrichten». So gewährleisten wir, dass die Bevölkerung in allen Sprachregionen auch künftig lesen und hören kann, ob ihre Gemeinde eine Steuererhöhung plant, was bei ihrem Fussballclub hinter den Kulissen läuft und welche Pläne der grösste Arbeitgeber der Gegend hat.

Was passiert, wenn das Medienförderungsgesetz an der Urne scheitert?

Sommaruga: Seit 2003 sind über 70 Zeitungen verschwunden; so etwa die «Ostschweiz am Sonntag». Und allein im Kanton Thurgau fusionierten fünf Titel zu einem Blatt, zur «Thurgauer Zeitung». Ohne dieses Gesetz steigt das Risiko, dass weitere Zeitungen verschwinden und dass Lokalradios und das Regionalfernsehen geschwächt werden.

Zum Schluss nochmals etwas Schönes: Was zeichnet Ihrer Meinung einen guten journalistischen Text aus?

Sommaruga: Ich selber habe es gern, wenn die Sprache einfach und verständlich ist und wenn verschiedene Standpunkte vorkommen.

Abstimmung über das Mediengesetz – darum geht es

Die Medienförderung in der Schweiz soll während der nächsten sieben Jahre 150 Millionen Franken betragen. Das hatte das Parlament im Juni dieses Jahres nach mehreren und zähen Verhandlungsrunden beschlossen. Inzwischen ist das Referendum dagegen zustande gekommen. Die Stimmbewölkerung wird am 13. Februar über die Vorlage an der Urne befinden. Sagt das Stimmvolk Ja zur Vorlage, dann treten die Bestimmungen frühestens 2023 in Kraft.

40 Millionen Franken fliessen neu in die sogenannte indirekte Medienförderung für die Früh- und Sonntagszustellung von Printmedien. Erhöht wurden die bereits bestehenden Beiträge an die Ermässigungen der Post-Tarife für Zeitungsverlage von 30 auf 50 Millionen Franken. Es profitiert auch die Mitgliedschafts- und Stiftungspressen von neu 30 Millionen statt 20 Millionen Franken. Ebenfalls bewilligt hat das Parlament einen Betrag von rund 28 Millionen Franken, der für die Ausbildung an Journalistenschulen und

Medienhäusern sowie für Nachrichtenagenturen und IT-Projekte von Zeitungsverlagen eingesetzt werden soll.

Ganz neu für die Schweizer Medienförderung ist, dass auch Onlinemedien von Geldern profitieren sollen. Dieser Punkt war in der Debatte am umstrittensten. 30 Millionen Franken wurden für diesen Bereich gesprochen. Onlinenportale sollen mit höchstens 60 Prozent ihres Umsatzes entschädigt werden. (dmu)

Impressum

160 Jahre SN

Eine Beilage der «Schaffhauser Nachrichten»

Mittwoch, 1. Dezember 2021

Meier + Cie AG Schaffhausen,

Verlag der «Schaffhauser Nachrichten»

Redaktion: Dario Muffler

Gestaltung und technische Herstellung:

«Schaffhauser Nachrichten», Franziska Rüttschi

Anzeigenverkauf: Verlag der

«Schaffhauser Nachrichten»

Druck: Tagblatt Print, St. Gallen-Winkeln

Von Nummer eins zu Nummer eins

1854

«Der Murtenbieter»

Herausgeberin:
Freiburger Nachrichten AG,
Freiburg



1861

«Schaffhauser Nachrichten»

Herausgeberin:
Meier + Cie AG
Schaffhausen

1863

«Freiburger Nachrichten»

Herausgeberin:
Freiburger Nachrichten AG,
Freiburg



1935

«Anzeiger von Kerzers»

Herausgeberin:
Freiburger Nachrichten AG,
Freiburg



Mit geballten 411 Jahren

gratuliert die Freiburger Nachrichten AG der Meier & Cie AG respektive den «Schaffhauser Nachrichten» zum 160. Geburtstag. Die unabhängige Freiburger Nachrichten AG ist im Besitz von über 475 in der Region verankerten Kleinaktionären und auf ihre Unabhängigkeit so stolz und bedacht wie unsere Freunde in Schaffhausen.

**Freiburger
Nachrichten**

Immer zuhause. Egal wo.



Ob ein Bild tatsächlich mehr als tausend Worte sagt, erweist sich nicht zuletzt in der Diskussion darüber, was denn eigentlich ein gutes Bild sei.

So unbeschwert können Politiker sein. Damit eine solche Fotografie gelingt, ist neben dem Mut, abzufragen, auch stets ein Quentchen Glück im Spiel: Bea Will, Raphaël Rohner (auf der Schaukel), Simon Stocker im Jahre 2016.

BILD SASKIA BAUMGARTNER

Das zeigen, was nie mehr so sein wird

Nach welchen Kriterien wurden die Bilder auf dieser Seite ausgewählt? Stimmung, historisches Alter, emotionale Qualität und einzigartiger Moment einer so nicht mehr existierenden Welt.

Alfred Wüger

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. So heisst ein oft zitiertes Bonmot. Es ist sieben Wörter lang. Wenn wir beachten, dass ein Wort im Rechtschreibduden im Schnitt 10,6 Buchstaben hat, dann kommen bei tausend Worten um die 10 000 Zeichen zusammen, und das mit Leerschlägen. Der Text auf dieser Seite umfasst gut 6000 Zeichen mit Leerschlägen, und Sie sehen vier Bilder, also müssten sie – und zwar unabhängig von ihrer Grösse – von einem Text von 40 000 Zeichen mit Leerschlägen aufgewogen werden. Das wären ungefähr vier Doppelseiten. Vier Doppelseiten Text mit nur vier Bildern, das kann man sich heute eigentlich fast nicht mehr vorstellen.

Das Bild lebt nicht vom Bild allein

Wie oft sagt man: «Diese Geschichte lebt vom Bild.» Nun ist es paradoxerweise so, dass ausgerechnet diese Seite, die Sie jetzt lesen, nicht einfach vom Bild lebt, denn die Geschichte des Bildes in der Zeitung ist nicht so alt wie die Zeitung selbst. Mitte des 19. Jahrhunderts setzte sich die Technik des Fotografierens durch, und damit wurden auch die Zeitungen neugierig auf die Möglichkeit, Bilder zu zeigen. Der Krimkrieg 1855 wurde in der Presse noch als Heldenepos inszeniert. Erst der Amerikanische Bürgerkrieg 1861 bis 1865 wurde dann mit seinen schrecklichen Seiten dokumentiert. Wirklich durchsetzen konnte sich die Fotografie indes erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Es war die britische Zeitung «Daily Mirror», die 1904 als erste Zeitung der Welt vermehrt Fotos in ihre Texte einbaute. Die «New York Times» druckte ab 1922 regelmässig Fotos ab. Diese frühen Fotos galten allerdings mehr als Illustration und weniger als eigenständige Form der Nachricht. Fotos wurden damals auch bedenkenlos retuschiert.

Ein kleines Beispiel aus der persönlichen Erinnerung: Ein früherer Staatschef der Sowjetunion, Leonid Breschnew, war ein

starker Raucher, und irgendwann verbot ihm der Arzt den Tabak, und folglich wurden ihm auf Pressebildern die Zigaretten zwischen den Fingern wegretuschiert. Heute undenkbar – man würde von Fake News sprechen. Das Bild darf heute ruhig knallen. Aber gleichzeitig ist nicht alles erlaubt.

Die Ähnlichkeit der Schnappschüsse

Die Geschichte der Bilder in der Zeitung fängt mit Sportbildern an. Damals war das Fotografieren noch ein Kraftakt und ein Spektakel. Zum eigentlichen Fotojournalismus kam es, nachdem die Apparate kleiner und damit handlicher geworden waren. Aber beim Handy – nomen est omen – von heute sind wir bei unserem Tour d'Horizon noch lange nicht.

Verweilen wir stattdessen noch etwas bei den Sportbildern. Wenn wir beispielsweise dreissig Fotografien nehmen würden, die einen Skirennfahrer an der Minschkante oder im Haneggschuss zeigen würden, dann wären diese Aufnahmen wahrscheinlich sehr ähnlich, ja, wir würden uns nach kurzer Zeit schon ermüdet abwenden, vielleicht mit einem: «Na und?» Genauso bei Fussball- und Handballbildern oder bei den Zieleinfahrten von Radrennen. Ein Bild sagt eben nicht quasi automatisch mehr als tausend Worte, sondern nur auf das besondere Bild – Maradonas Hand am Ball etwa – trifft das zu.

Die Jagd nach solch besonderen Bildern führte im Jahre 1936 dazu, dass in New York die Wochenzeitschrift «Life» erschien. Zum ersten Mal standen nicht Artikel, sondern die Bilder im Mittelpunkt. So grossformatige Fotos hatte man davor nie in einer Zeitschrift gesehen. Kopiert haben dieses Konzept die «Quick», der «Stern», die «Bunte» in Deutschland. So weit, so gut, so international.

Inserate früher bebildert als Texte

In den «Schaffhauser Nachrichten» erschien eine der ersten Fotografien im Jahre 1946, am 26. Januar. Eine der ersten Fotografien im Textteil, muss man dazusagen, denn Inserate wurden schon damals grosszügig bebildert, so zum Beispiel der Auftritt der «chilenischen Nachtigall» Rosita Serrano, deren «einmaliges Sensationsgastspiel» am 24. Januar 1946 attraktiv beworben wurde.



Bauarbeiten am Kraftwerk Schaffhausen im Jahre 1961.

BILD FOTO KOCH



Udo Jürgens im Hallenstadion Zürich, Dezember 2009.

BILD ALFRED WÜGER



Allein der grossen Welt begegnen: Lockdown 2020.

BILD MELANIE DUCHENE

Egal, zu welchem Zweck eine Fotografie verwendet wird, sie muss gut sein, sie muss das gewisse Etwas haben. Was ist das? Es ist ein unbestimmtes Fluidum. Man macht ein Dutzend Aufnahmen von einem Menschen, elf sind gemessen an dem einen, das man ausgewählt, völlig missraten, obwohl sie alle sehr ähnlich sind. Der schwedische Regisseur Ingmar Bergmann erzählt von einer solchen Erfahrung mit dem damals gerade sehr missmutigen Schauspieler Victor Sjöström, den er im Film «Wilde Erdbeeren» dann so einmalig einfangen konnte. Ein Glücksfall. Wie es ein Glück ist, wilde Erdbeeren zu finden, so ist das gute Bild, der einmalige Schuss ein Geschenk. Auch Eric Bührer, der mit seinem Bruder während sechs Jahrzehnten Schaffhausen zu seinem Gesicht verhalf, spricht vom Glück des Fotografen. Und was noch wichtiger ist: Der Fotograf, die Fotografin braucht ein Auge für das Bild. Es kann sich um Sekundenbruchteile handeln, und ein potenzielles Superbild wird zum Ausschuss.

Handybilder können sehr gut sein

Damit ist auch gesagt, dass heutige Handyschnappschüsse ebenso gute Bilder zeitigen können wie früher die im Labor entwickelten Schwarz-Weiss-Bilder. Eines hat die Schwarz-Weiss-Fotografie allerdings der Farbfotografie voraus: Sie ist immer dramatischer. Wohl deshalb, weil wir nicht schwarz-Weiss sehen, hat die Schwarz-Weiss-Fotografie gegenüber unserer farbigen Sicht der bunten Wirklichkeit stets einen Vorsprung. Sie wirkt irgendwie wahrer.

Und wie wählt man ein Bild aus? Wenn der Entscheid nicht blitzartig fällt, was nicht der schlechteste Entscheid sein muss, dann gibt es Auswahlkriterien. Passt es zum Artikel? Ist es zwar gut, aber nicht das, was man sich vorstellt? In diesem Fall heisst es: Noch einmal ausdrücken und einen neuen Versuch starten.

Die Bedeutung der Bilder ist in den letzten Jahrzehnten also gewachsen. Aber deswegen hat die Bedeutung des Textes nicht abgenommen. Das Schreiben ist, gerade weil man sich nicht mehr endlos ausbreiten kann, anspruchsvoller geworden.

Ob ein Bild nun tatsächlich mehr als tausend Worte sagt, erweist sich nicht zuletzt in der Diskussion darüber, was denn eigentlich ein gutes Bild sei. Für mich ist ein Bild dann gut, wenn es mich elektrisiert. Zu diesem Zweck muss es allerdings nicht technisch perfekt sein, sondern magisch.



Herzliche Gratulation zum
160 Jahre Jubiläum!

sasag
Kabelkommunikation

Internet

Mobile

Telefonie

TV

**Eine Leserin werdet ihr
nie verlieren: uns.**

Schaffhauser **AZ**

Herzliche Gratulation zum 160. Geburtstag.

Facts and Figures

Die SN in Zahlen

41

Insgesamt arbeiten **41 Personen** für den Zeitungsinhalt. Darin enthalten ist die gesamte Redaktion mit 33 Leuten sowie ein Redaktionssekretariat mit drei Personen. Zudem sind derzeit fünf Praktikantinnen und Praktikanten auf der Redaktion.

62 000

Die Zahl der **Leserinnen und Leser** der «Schaffhauser Nachrichten» liegt bei der Grossauflage bei rund **62 000**. In der Normalauflage sind es etwa 40 000. Ein SN-Abo besitzen aktuell 17 803 Personen.

5

Die Meier + Cie AG, welche die «Schaffhauser Nachrichten» herausgibt, hat **fünf Verwaltungsräte**. Präsiert wird das Gremium von Beat Lauber. Gegründet wurde die Meier + Cie AG im Jahr 1972, damals wurde das 1861 gegründete Medienunternehmen in eine Aktiengesellschaft überführt.

26

Der Verlag der «Schaffhauser Nachrichten» beschäftigt **26 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**. Sie kümmern sich um die Abonnenten, ums Marketing und um das ganze Anzeigengeschäft.

405

Das Onlineportal shn.ch wurde im Oktober im Schnitt **9575-mal am Tag** aufgerufen. Die durchschnittliche Verweildauer betrug circa zwei Minuten. Der diesjährige Topwert stammt vom 14. Januar, als es in der Region so stark schneite wie seit Jahrzehnten nicht mehr.

Videobeiträge spielen auf der Onlineplattform shn.ch eine immer wichtigere Rolle. In Zusammenarbeit mit dem Schaffhauser Fernsehen bieten wir eine vielfältige Auswahl an visuellem Content. Im Monat Oktober luden wir **405 Minuten Videomaterial** auf shn.ch, das sind fast sieben Stunden.

500

Im Jahr 2020 haben die SN über **500 Leserbriefe** zu aktuellen Themen, als Reaktionen auf Artikel und Kommentare publiziert. Hinzu kommen nochmals so viele Zuschriften zu anstehenden Abstimmungen in Gemeinden, Kantonen und auf eidgenössischer Ebene. Die Leserbriefspalten werden seit jeher gepflegt – und bleiben auch im Zeitalter des Online-Kommentierens ein wichtiger Kanal für regionale Debatten.

9575

459

In **459 Gemeinden** gibt es Abonnentinnen oder Abonnenten der «Schaffhauser Nachrichten». Die Mehrheit der Leserschaft befindet sich zwar in den 26 Schaffhauser Gemeinden. Doch in insgesamt 433 weiteren Gemeinden im In- und Ausland sind die SN von jemandem abonniert.

15 844

2020 haben die «Schaffhauser Nachrichten» insgesamt **15 844 Seiten** produziert. Dazu gehören neben redaktionellen Seiten auch Anzeigenseiten sowie Seiten von Beilagen.

12 778

Die SN sind auf verschiedenen Social-Media-Plattformen vertreten. Konsumiert werden die Inhalte dort von über **12 700 Abonnenten**. Am erfolgreichsten sind die SN dabei auf Facebook mit 6475 Abonnenten (Stand Anfang letzte Woche). Auch auf Instagram werden es mehr Abonnenten – es sind schon über 4000.

304

Im Jahr 2020 haben die «Schaffhauser Nachrichten» **304 Ausgaben** publiziert. Im Jahr davor, also 2019, war es nur eine Ausgabe weniger. Die reguläre Ausgabe des 1. Dezembers ist die 280. des aktuellen Jahrgangs. Die SN erscheinen Montag bis Samstag, ausser an Feiertagen.

Im Gespräch mit: Beat Lauber und Beat Rechsteiner

Ein Gespräch darüber, wie die Medien der Meier + Cie AG jeden Tag die meisten Schaffhauserinnen und Schaffhauser erreichen und weshalb die Medienkonzentration nicht nur Schlechtes hat.

«Wir tragen zur Identität der Region bei»

Dario Muffler

Wohin segelt das Schiff der «Schaffhauser Nachrichten»? Es befindet sich aktuell in so stürmischen Zeiten wie wohl selten in seiner 160-jährigen Geschichte: Das langjährige Geschäftsmodell bröckelt, die Zahlungsbereitschaft auf den digitalen Kanälen ist tief und internationale, milliardenschwere Technologiekonzerne bewegen sich auf dem gleichen Spielfeld. Gut, wenn die Kapitane dieses Schiffs, Geschäftsführer der Meier+Cie AG, Beat Rechsteiner, und Verwaltungsratspräsident Beat Lauber genaue Vorstellungen vom Kurs haben.

Herr Rechsteiner, wie viele Zeitungen lesen Sie am Tag?

Beat Rechsteiner: Es sind zwei Zeitungen pro Tag und vier bis fünf Newsplattformen.

Und wie viele sind es bei Ihnen, Herr Lauber?

Beat Lauber: Es sind fünf Tageszeitungen und hinzu kommt der «Schweizer Bauer», bei dem ich ebenfalls im Verwaltungsrat sitze.

Wie wichtig ist es für den CEO eines Verlagshauses, zu wissen, was die Konkurrenz macht?

Rechsteiner: Wenn ich die «Neue Zürcher Zeitung» lese, dann sehe ich diese Zeitung nicht in erster Linie als Konkurrenz. Es ist daher eher mit Blick auf methodische Fragen wichtig: Wie lösen die Grossen die Probleme, die auch wir haben? Wo können wir etwas adaptieren? Wir analysieren das innerhalb des Unternehmens recht systematisch, aber nicht nur mit Blick auf Schweizer Medien, sondern weltweit. Und schliesslich bin ich einfach auch ein gewöhnlicher Leser und ein politisch interessierter Mensch.

Sie müssen eigentlich immer weniger Zeit aufwenden, um das Verhalten der Konkurrenz zu studieren. Die Medienkonzentration in der Schweiz führt dazu, dass die Zahl der Konkurrenten kleiner wird. Macht Ihnen diese Entwicklung Sorgen?

Lauber: Die reine Anzahl der Titel ist nicht ausschlaggebend. Weil die Zeitungen viel weniger Werbung drin haben, sind sie zwar nicht mehr so dick wie früher, das inhaltliche Angebot ist heute aber in vielen Bereichen breiter. Auf regionaler und lokaler Ebene, so glaube ich, hat der Journalismus viel gelernt – eben weil man in einer Konkurrenzsituation für die Leserschaft attraktiv bleiben muss.

Der Druck, der auf Zeitungsverlagen lastet, ist aber gross. Sonst würden nicht immer wieder Redaktionen geschlossen oder zusammengelegt.

Lauber: Der Druck existiert zweifelsohne. Eine Ausprägung davon ist, dass für immer komplexere Zusammenhänge immer weniger Spezialisten beschäftigt werden können. Wenn jemand über alles schreiben muss, kann das nicht so fundiert sein, wie wenn sich jemand nur um ein Thema kümmert. Aus Sicht einer Regionalzeitung wird

es dann problematisch, wenn die Berichterstattung aus einer Region nicht mehr vor Ort stattfindet. An den «Schaffhauser Nachrichten» ist beispielsweise toll, dass selbst der überregionale Teil nicht eins zu eins von Dritten übernommen, sondern auf die Bedürfnisse der Region Schaffhausen abgestimmt und entsprechend zusammengestellt wird.

Rechsteiner: Die Medienkonzentration macht mir im Moment zwar keine Angst, aber wenn wir schauen, wie viel Geld die Medienhäuser an Google und Facebook verloren haben, dann ist das schon besorgniserregend. Unter diesem Druck den Inhalt weiter zu verbessern, ist uns meiner Meinung nach bisher nicht schlecht gelungen.

Wie lange können die «Schaffhauser Nachrichten» diesem Druck noch standhalten und selbständig bleiben?

Lauber: Das ist keine einfache Frage, weil sie sich nicht auf das heutige Angebot bezieht. Sie bezieht sich auf ein Angebot, das wir aktuell erst erfinden. Vielleicht gelingt es uns, die Kostenstruktur zu verbessern, indem wir künftig digitale Inhalte konfektionierter für einzelne Zielgruppen anbieten. Hier liegt bestimmt noch viel drin, was die Qualität sichert und auch das Geschäftsmodell stabil hält.

Rechsteiner: Ich möchte hier betonen, dass das Lied vom Tod der Zeitungen schon lange gesungen wird. Hätten diese Propheten recht gehabt, gäbe es uns schon lange nicht mehr. Dabei sind wir nach wie vor ein solide finanziertes Medienhaus, das sich aus eigener Kraft im Markt behauptet.

Lauber: Aktuell beobachten wir, dass die Absenderqualität und das Vertrauen in die Quellen von Nachrichten wichtiger werden. Für lokale Strukturen ist das eine Chance, die künftig eine noch grössere Bedeutung haben wird als heute. Die Zeitung erfüllt heute mehr denn je die Funktion des Brunnen- oder Stammtischgesprächs. Das bieten aktuell weder Google noch andere Techgiganten.

Ist die Selbstständigkeit der «Schaffhauser Nachrichten» genau wegen des angesprochenen Vertrauens so wichtig?

Rechsteiner: Wir sind fest davon überzeugt, dass ein eigenständiges Medienhaus dazu beiträgt, dass diese Region eine starke Identität hat. Wir leisten einen grossen Beitrag zum politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Diskurs. Wenn diese Zeitung nicht mehr eigenständig ist, sieht das anders aus: Ist eine Zeitung Teil eines Konglomerats, wird nicht mehr vor Ort über die Ressourcen entschieden. Zu glauben, die «Schaffhauser Nachrichten» hätten als Teil eines grossen Verlags noch immer dasselbe, breite Angebot wie heute, ist naiv.

Lauber: Es hat auch damit zu tun, wie wir in der Schweiz sozialisiert werden. Wir leben mit der Idee der Gemeindeautonomie, sind föderalistisch aufgestellt. Wenn man für seinen Lebensraum keinen eigenen Zeitungstitel hat, dann fehlt etwas. Das ist vergleichbar mit Sportklubs.

Rechsteiner: Uns zeichnet zudem aus, dass wir die hiesigen Akteure sehr ernst nehmen. So haben Politikerinnen und Politiker beispielsweise eine grosse Plattform in unserer Zeitung. Wenn diese nicht mehr existiert, wird sich auch die politische Debatte ändern.

Diese Plattform will finanziert werden. Noch immer finanzieren sich Zeitungen zu einem grossen Teil über Werbung. Dieser Bereich leidet aber nicht erst seit Corona. Wie schlimm ist die Situation wirklich?

Rechsteiner: Mit Blick auf die Werbeumsätze ist die Situation sehr schlimm. Durch die beiden Lockdowns und die Unsicherheiten, welche die Pandemie ausgelöst hat, hat sich der Negativtrend beschleunigt und die Umsätze gingen massiv zurück. Wir mussten sehr viel dafür tun, damit wir dennoch Gewinn erwirtschaften konnten. Wir mussten ganz erheblich Kosten sparen.

Dabei gilt Werbung in gedruckten Zeitungen als glaubwürdiger als jene im Netz. Und um die Glaubwürdigkeit



«Nur weil meine Kinder lustige Videos auf Tiktok schauen, dürfen wir nicht das Gefühl haben, da unbedingt mitmachen zu müssen.»

Beat Rechsteiner
Geschäftsführer

Beat Rechsteiner

1977 geboren, durchlief Beat Rechsteiner seine schulische Laufbahn in Schaffhausen. Er studierte Publizistik, später folgte ein Zweitstudium in Betriebsökonomie. Seit 1995 war er für die «Schaffhauser Nachrichten» als Freier Mitarbeiter tätig. 2004 bis 2008 war er Mitglied der Redaktion. Nach vierjähriger Tätigkeit ausserhalb der SN kehrte er als Projektleiter zurück in die Meier + Cie AG. Seit 1. Januar 2020 führt er das Unternehmen.

von Printprodukten steht es auch grundsätzlich gut. Wie erklären Sie sich diesen Widerspruch?

Lauber: Das ist kein Widerspruch, sondern eine Realität. Wieso soll ein Gastronom Werbung machen, wenn er sein Restaurant nicht öffnen kann? Es gibt etwa auch Absatzprobleme in der Autoindustrie. Wieso soll ein Autobauer dann für sein Produkt werben? Was uns geholfen hat, ist die Kurzarbeit. Dank dieser mussten wir trotz Corona beim Personal keine tiefen Einschnitte vornehmen. Das wird uns in der nächsten Phase helfen, weil die Kompetenzen nach wie vor im Haus sind.

Die Werbegelder fliessen zum grössten Teil nicht mehr in die Schweizer Verlagshäuser, sondern zu den bereits erwähnten Techgiganten aus den USA. Welche Lösungsansätze haben die «Schaffhauser Nachrichten», damit dieser Trend gestoppt wird?

Rechsteiner: Wir haben verschiedene Lösungsansätze. Die Basis von allem ist, dass wir glaubwürdigen und guten Journalismus machen, der in der Region verankert ist und diese seriös informiert. In erster Linie müssen wir die Nutzerinnen und Nutzer ansprechen und jene zu Abonentinnen und Abonnenten machen, die es heute noch nicht sind. Unser grosser Vorteil ist nun, dass wir als regional ausgerichtetes Medium eine klar definierte Zielgruppe haben und etwas bieten, das sonst niemand bietet. Des Weiteren stellen wir grosse Bemühungen in der digitalen Entwicklung an. Dennoch ist es illusorisch zu glauben, mit den Techkonzernen konkurrieren zu können. Aber was wir können, ist, ein regionales Netzwerk und eine Kundenbetreuung zu bieten, die besser und persönlicher ist als bei Grosskonzernen. Daraus müssen wir das Beste machen.

Lauber: Wir müssen zudem innerhalb der Branche und mit der Politik darauf achten, dass die Konzerne nicht machen können, was immer sie wollen. Sie verdienen faktisch Geld mit unseren Inhalten. Es braucht





Mitten in der Altstadt daheim – auch im Herzen mit der Region verbunden: Die «Schaffhauser Nachrichten».

BILD MELANIE DUCHENE

politische Rahmenbedingungen, die dem Wildwuchs der Giganten Einhalt gebieten.

Vorhin fiel das Stichwort «Nutzer». Der Fokus von Verlagen verschiebt sich seit einigen Jahren vom Werbemarkt auf den Nutzermarkt. Und noch immer wird vom selben Problem gesprochen: Man will online nicht für die Inhalte zahlen. Ist das noch immer der Fall?

Lauber: Hier hat man die Leute in den letzten Jahren gewissermassen falsch erzogen. Das ändert sich aber. Das sieht man an Bezahlmodellen, die funktionieren. Denken Sie an Streamingdienste. Weil man sich derartige Lösungen im Journalismus nicht gewöhnt ist, dauert das einfach einen Moment. Spannend ist auch, dass es schon digitale Abos ohne Werbung gibt, für welche die Leserschaft etwas mehr zahlt. Das zeigt, dass es künftig vermutlich eine stärkere Differenzierung der Abomodelle gibt.

Was bedeutet das konkret?

Lauber: Wenn ein Kunde ein Gesamtangebot mit möglichst vielen Zeitungen will,

dann bekommt er das, auch wenn ich kein Fan davon bin. Wenn jemand speziell nur regionale Informationen will, bekommt er diese. Es wird zukünftig wohl auch noch mehr Apps geben, die Informationen anbieten. Hier kommt die Chance der Regionalzeitung, weil ohne sie der Überblick über den Lebensraum fehlt. Ich glaube, das gibt ein richtiges Revival der «Schaffhauser Nachrichten».

Sie klingen sehr optimistisch. Die erfolgreichen Streamingdienste bestechen durch ein riesiges Angebot und eine sehr hohe Benutzerfreundlichkeit. Können die «Schaffhauser Nachrichten» hier mit ihrem Angebot überhaupt mithalten?

Rechsteiner: Logischerweise nicht. Rund um die Medienförderungsdebatte wurde immer wieder von der sogenannten Transformationsphase gesprochen, während die kleinen Player – und dazu gehören wir – Geld brauchen, um Investitionen in Bereichen wie Benutzerfreundlichkeit und Bezahlprozesse tätigen zu können. Das ist eine riesige Herausforderung für uns. Es

«Die Zeitung erfüllt heute mehr denn je die Funktion des Brunnen- oder Stammesgesprächs. Das bieten aktuell weder Google noch andere Techgiganten.»

Beat Lauber
Verwaltungsratspräsident

Beat Lauber

Seit 2015 ist Beat Lauber Mitglied des Verwaltungsrats der Meier + Cie AG. Der ausgewiesene Medienfachmann ist eine feste Grösse in der Branche und Präsidiumsmitglied des Verbands Schweizer Medien. Er ist nebst seinem Amt in Schaffhausen Verwaltungsratspräsident der Zürichsee Medien AG und Verwaltungsrat bei der Schweizer Bauer Medien AG und der pomona.media AG (u. a. «Walliser Bote»).

gibt weder eine Branchenlösung, noch überhaupt eine gute Standardlösung für diese Probleme. Darum müssen wir selbst entwickeln oder teuer einkaufen. Das braucht viel Know-how und Managementpower. Wir investieren hier zwar, müssen aber noch viel besser werden.

Bräuchte es denn eine Branchenlösung?

Rechsteiner: Ich befürchte, dass wir die Hausaufgaben selbst erledigt haben, bis sich die Branche auf eine Lösung geeinigt hätte. Das ist aber ein generelles Problem: Weil am Ende alle doch wirtschaftliche Konkurrenten sind, ist es schwierig, eine Lösung gemeinsam zu entwickeln, bei der nachher niemand mehr einen Wettbewerbsvorteil daraus ziehen kann.

Lauber: Ich glaube an die Branchenlösung, sonst wäre ich nicht im Präsidium des Verbands Schweizer Medien. Sie wird nur nicht überall funktionieren. Vielleicht müssen wir auch weniger eine grosse Lösung anstreben und viel eher bessere Partnerschaften eingehen.

Am Ende ist es das eigene Angebot, mit dem überzeugt werden muss. In welche Richtung gehen die «Schaffhauser Nachrichten», um mehr Nutzerinnen und Nutzer, insbesondere im Digitalbereich, zu gewinnen?

Rechsteiner: Wir arbeiten auf verschiedenen Ebenen. Ein Bereich ist die Nutzerführung. Vor Kurzem haben wir Verbesserungen an der Startseite unseres Newsportals vorgenommen. Wir werden zudem eine neue App einführen in der nächsten Zeit. Weiter haben wir in den letzten Wochen ein neues Newsletterangebot für Familien geschaffen – und wir arbeiten bereits an weiteren Newsletterformaten. Verbessern wollen wir auch die Newsplattform hinsichtlich Inhalt, Schnelligkeit und Servicegedanken. Unser Ziel lautet: Wer etwas über die Region erfahren will, der muss auf «www.shn.ch» kommen – oder am Tag danach die Zeitung lesen.

Mangelt es denn «shn.ch» an Nutzern?

Rechsteiner: Nein, rein quantitativ haben sich unsere Nutzerzahlen sehr gut entwickelt. Nur, dass diese Nutzer tatsächlich ein Abo lösen, ist wie bereits erwähnt unsere grösste Herausforderung. Zusammenfassend kann man sagen, dass es ein dauerndes Vorantreiben in verschiedenen Disziplinen wie Redaktion, Verkauf, Technik und Marketing ist.

Zeitungen und Newssendungen von Fernsehsendern bewegen sich auf immer mehr Social-Media-Plattformen, beispielsweise steigen immer mehr bei der Video-App Tiktok ein. Wo sind die «Schaffhauser Nachrichten» überall präsent?

Rechsteiner: Als Unternehmen unserer Grösse, das beschränkte Ressourcen hat, geht es vor allem auch darum, wo man nicht präsent ist und welche Trends man an sich vorbeiziehen lässt, um nicht unnötig Geld auszugeben. Wir sind deshalb auf den klassischen Social-Media-Kanälen unterwegs. Sprich auf Facebook, Instagram, Twitter und LinkedIn. Wir probieren in bescheidenem Rahmen aber auch Neues aus, gerade überarbeiten wir unser Social-Media-Konzept.

Es wird in absehbarer Zeit also keinen Tiktok-Auftritt der «Schaffhauser Nachrichten» geben?

Rechsteiner: Tiktok scheint aktuell noch nicht der Kanal zu sein, über den man viele Abos verkauft. Wir sind hier darauf angewiesen, zuerst in die Beobachterrolle zu

schlüpfen, später versuchen wir, es für uns zu adaptieren.

Lauber: Die Krux ist, dass sich auf diesen Plattformen allenfalls potenzielle Abonnentinnen und Abonnenten aufhalten. Nur wie nutzen wir diese Plattformen für unser Geschäftsmodell? Auf diese Frage gibt es schlicht keine gute Antwort. Ein guter Weg wäre, wenn man sich irgendwann auf diesen Plattformen trifft, dort unsere Marke kennenlernt und die Plattformen die Nutzerinnen und Nutzer zu uns zurückbringen.

Rechsteiner: Das wäre der Ausgleich zwischen den Techplattformen und uns: Wir würden von ihnen so profitieren, wie sie bereits heute von uns profitieren.

Um ein Abo zu verkaufen, muss man aber in die Köpfe der Leute. Bei den jüngeren Generationen läuft das über Social Media.

Lauber: Genau darum müssen wir die Trends beobachten: Was funktioniert und was nicht? Wir müssen zuhören und das Interesse abfragen, um passende Angebote machen zu können. Aber eben, ein Ausbau in diese Richtung ist nicht günstig.

Rechsteiner: Am Schluss hängt aber alles vom Job der Redaktion ab. Wenn die Journalistinnen und Journalisten spannende Inhalte liefern, dann schafft es das Medienhaus, diese Inhalte so zu verteilen, dass sie genügend Leute erreichen. Wir erreichen mit all unseren Kanälen schon heute den Grossteil der Schaffhauserinnen und Schaffhauser – jeden Tag! Und das machen wir über seriöse Inhalte.

Geht es auch darum, sich nicht zu verbiegen oder gar lächerlich zu machen?

Rechsteiner: Auch darum geht es. Wir müssen uns treu bleiben und weiterhin ein gutes politisches und gesellschaftliches Forum für die Region sein. Nur weil meine Kinder lustige Videos auf Tiktok schauen, dürfen wir nicht das Gefühl haben, da unbedingt mitmachen zu müssen. Das wird uns nicht erfolgreicher machen.

Mit welchem Inhalt holt man die Leserschaft ab?

Rechsteiner: Guter Inhalt ist interessant und relevant für alle, die hier leben.

Und wo müssen die «Schaffhauser Nachrichten» diesbezüglich besser werden?

Rechsteiner: Wir müssen zum Teil nahbarer werden, näher ans Geschehen heran und gewisse Berührungshemmungen abbauen. Das gilt für die gesamte Organisation. Hier befinden wir uns bereits auf dem Weg.

Lauber: Weil wir heute zudem nicht mehr nur eine gedruckte Zeitung produzieren, müssen wir noch besser lernen, die Inhalte kanalspezifisch aufzubereiten. Wir müssen die Stärken der Kanäle besser nutzen. Unser Ziel muss es sein, dass man die Inhalte von uns will und nicht, dass wir die Leserinnen und Leser zupflastern. Es muss eine natürliche Nachfrage geben.

Rechsteiner: Das schlägt sich auch im Werbemarkt nieder. Wir haben beim Schaffhauser Fernsehen beispielsweise einiges auf den Kopf gestellt. Seit Ende 2019 hat das Fernsehen seine täglichen Zuschauerzahlen mehr als verdoppelt. Das zeigt mir: Wenn gute Inhalte kanalgerecht angeboten werden, dann findet das Anklang beim Publikum. Die Zahlen beweisen das ja. Wir sind hier auf dem richtigen Weg. Um diesen zu finden, muss man manchmal auch nach dem Prinzip «trial and error» vorgehen. Dazu sind wir bereit.



**Wir gratulieren unserer «jungem Kollegin»
herzlich zum**



160 *sten*

Geburtstag



Andelfinger Zeitung

Seit 164 Jahren ein guter Jahrgang

www.andelfinger.ch



A1519329



+GF+

160 Jahre?

Mehr Tradition hat hier sonst nur GF.

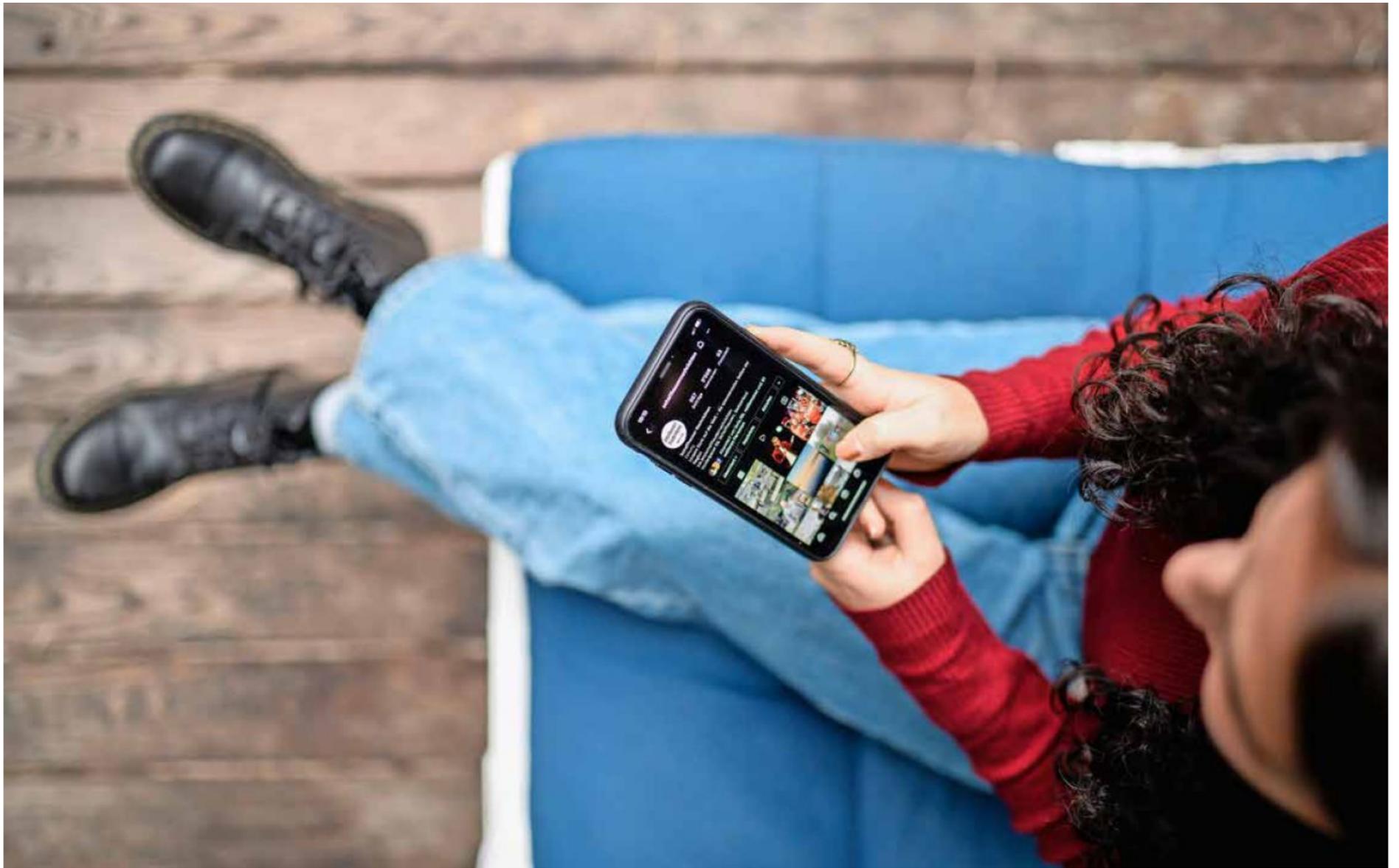
Herzliche Gratulation!

Becoming better every day – since 1802

www.georgfischer.com



A1518681



Die Online-Kanäle der «Schaffhauser Nachrichten» werden immer wichtiger – insbesondere auch, um ein jüngeres Zielpublikum zu erreichen.

BILD MELANIE DUCHENE

Online im Lokaljournalismus – wir zünden die nächste Stufe

Immer mehr, immer schneller – und das zugleich bei tendenziell immer besserer Qualität: Das sind die Anforderungen, die das Online-News-Zeitalter an Redaktionen stellt. Ein Blick darauf, wie die SN damit umgehen.

Dario Muffler

Die «Schaffhauser Nachrichten» waren Pioniere im Internet. 1995 waren die SN die erste Schweizer Zeitung, die online gelesen werden konnte, den «Blick» konnte man etwa ein Jahr später erstmals online lesen. 1999 wurde dann ein neues Onlineportal lanciert. Damals berichteten die SN über ihren eigenen Auftritt wie folgt: «So ist es nun möglich, auf dem Netz Abonnemente (sic!) zu bestellen, sich seine Ferienumleitung zu organisieren, Inserate aufzugeben usw.» Das Ziel sei es, die Zahl der Klicks zu steigern. Die erwähnten Funktionalitäten lassen einen heute zwar schmunzeln. Doch damals fristete das Internet ein Nischendasein, Facebook gab es noch nicht und Smartphones würden die Welt ebenfalls erst knapp zehn Jahre später erobern.

Heute ist die Situation eine völlig andere: Von Kleinkind an kommt man in Berührung mit Smartphones oder Tablets, ohne Internet funktioniert seit einigen Jahren immer weniger auf der Welt. Auf diese Veränderungen müssen auch Zeitungen reagieren. Die SN taten dies ein weiteres Mal im September 2016, als das Newsportal «shn.ch» lanciert wurde. Damit machte man einen grossen Schritt in Richtung einer multimedialen Newsplattform: die Inhalte des «Schaffhauser Fernsehens» und von Radio Munot kamen erstmals dazu und die Redaktorinnen und Redaktoren waren

eingeladen, Videoinhalte zu produzieren. Als zentrale Instanz etablierte sich damals der im Haus sogenannte OPP, dessen ganzer Name Onlineproduktionspool lautet. Diese Mitarbeitenden kuratierten in der Anfangsphase das Online-Portal, sprich bereiteten die Zeitungstexte so auf, dass sie attraktiv auf shn.ch gelesen werden konnten. Zudem produzierte das OPP Quiz-Artikel, Video-Beiträge, Grafiken oder Online-Galerien. Von Beginn weg wurde das OPP auch als schnelle Truppe eingesetzt: Polizeimeldungen und Mitteilungen der Regierung stellen sie so rasch als möglich online. Ebenfalls Teil des Aufgabengebiets ist die Bewirtschaftung der Social-Media-Kanäle. Die SN sind schon lange auf Facebook und Twitter dabei. Aktuell verlagert sich der Fokus auf die Bild- und Videoplattform Instagram.

Recherchierte Geschichten ziehen

Immer mehr wurden die Mitglieder des OPP dann in die Planung und den redaktionellen Alltag der Printausgabe integriert, inzwischen schreiben die heute vier Festangestellten und zwei Praktikantinnen auch ausgewachsene Porträts, gehen eigenen Recherchen nach, die dann nach der Onlinepublikation im Print erscheinen.

Bald merkte man: Katzenvideos bewegen die Leute nicht zum Aboabschluss, dies sind die lokaljournalistisch recherchierten Geschichten. Um das herauszufinden, haben die SN in den letzten Jahren immer detaillierter Zahlen zu Klicks, Verweildauer und Aboabschlüssen analysiert – und tun dies weiterhin. So hat die Redaktion auch festgestellt, dass seit dem Beginn der Pandemie vor allem das Corona-Thema die Leute zum Lesen bringt: Sowohl Klick-Zahlen als auch Verweildauer sind bei den Artikeln rund um die Pandemie am höchsten.

Doch die Zahl der Klicks ist nicht matchentscheidend, es sind die Abo-Abschlüsse.

Newsletter

Leserspezifische Inhalte sind beliebt. Auch die «Schaffhauser Nachrichten» haben entsprechende Angebote. Mit dem Newsletter «Flaschenpost» wurde das digitale Newsletter-Angebot kürzlich erweitert. Jeden Donnerstag werden aktuelle News und Geschichten aus der Region sowie Tipps, die besonders für Familien spannend sind, zusammengestellt. Neben der «Flaschenpost» wird wöchentlich «Das Beste der Woche» verschickt. Dieser beinhaltet von der Redaktion handverlesene Artikel der vergangenen Woche. Beide Newsletter können online abonniert werden.

VIDEO UND AUDIO
Alle Beiträge mit Audio- oder Video-Verlängerungen finden Sie unter www.shn.ch/click

Ein Blick auf die Artikel, welche dazu führen, dass ein Online- oder ein Print-Abo gekauft werden, zeigt: Es sind recherchierte Geschichten, die sehr starken Regional- oder Lokalbezug haben und damit exklusiv bei den «Schaffhauser Nachrichten» gelesen werden können, dazu zählen beispielsweise Gemeindeversammlungen und hie und da auch eine Dorfposse. Ebenfalls hoch im Kurs sind lokalhistorische Artikel sowie Beiträge über den FC Schaffhausen oder allgemein zum Regionalfussball.

Interessant ist auch die Tatsache, dass auch längere Texte zu den gut gelesenen Artikeln gehören. Damit wird widerlegt, dass online vor allem Kurzfutter konsumiert wird.

Eigenes online first

Im Dezember 2019 sagte Philipp Honegger, Leiter Digital und IT der Meier + Cie AG, in der hausinternen Zeitschrift «Signatur»: «Wir sind inzwischen an einem Punkt angelangt, an dem sich auch Printredaktoren überlegen, wie man die Geschichte digital weiter erzählen kann.»

Nun, so darf man sagen, gehen die «Schaffhauser Nachrichten» nochmals einen Schritt weiter, die Abläufe sind noch eingespielter und Zeitungsredaktorinnen und -redaktoren denken den Online-Kanal immer mehr mit, wenn sie einen Auftrag erledigen. Doch am Ziel sei man damit noch lange nicht, kam die Unternehmensleitung zum Schluss. Das Newsportal soll noch mehr Bewegung und Mehrwert bieten, so dass sich viele Leute – darunter auch jüngere – für ein Online-Abo entscheiden. Die Folge: Eine weitere Stufe in der Entwicklungsraute von shn.ch wird gezündet. «Wir haben unsere eigenständige Version von online first», sagt SN-Chefredaktor Robin Blanck.

Konkret bedeutet das, dass Redaktorinnen und Redaktoren ihren Arbeitsrhyth-

mus und die Chefredaktion ihre Planungsweise umstellen müssen. Redaktionsschluss ist nicht mehr zwangsläufig abends, weil der Text erst am nächsten Morgen erscheint: Künftig sollen Texte über den Tag, in bestimmten Zeiträumen, verteilt auf shn.ch publiziert werden. Damit soll den Leserinnen und Lesern rascher Stoff zu wichtigen und aktuellen Themen geboten werden.

Gefahr der Doppelspurigkeit

Die Neuausrichtung bedeutet, dass der Redaktor oder die Redaktorin nicht mehr primär an den Publikationskanal denken, sondern sich stärker auf die Geschichte konzentrieren sollen. Durch technische Anpassungen werden Redaktorinnen und Redaktoren künftig nicht mehr mit Zeitungslayouts arbeiten, sondern ihre Artikel in einer kanalneutralen Maske produzieren, sodass der Text dann sowohl für den Online- als auch Print-Kanal verwendet werden kann. Die Umstellungen sollen in den nächsten Monaten erfolgen.

Um die Inhalte noch übersichtlicher zu präsentieren, wurde vor kurzer Zeit bereits die Startseite von shn.ch angepasst. Neu gibt es eine Timeline, welche die neusten Artikel anzeigt. Ebenso ist die Startseite des Portals nun in Ressortblöcke unterteilt.

Die Erhöhung des Takts und der Miteinbezug diverser Kanäle birgt die Gefahr, den Überblick zu verlieren oder sich gar zu verzetteln. Dem soll mittels einer umfassenden Planung über sämtliche Kanäle entgegengewirkt werden. Journalistinnen und Journalisten sind, wenn sie an einer heissen Geschichte dran sind, gerne mal etwas eigenbrötlerisch. Doch hier wird die Kommunikation über die Ressort- und Abteilungsgrenzen hinweg wichtiger werden. Und das Kuratieren der Startseite wird ein noch wichtigerer Aufgabenbereich des OPP und des Tagesverantwortlichen der Chefredaktion.

Alles über Naherholungsgebiete und Dichtestress.

Liebe SN.
Herzliche Gratulation
zum 160-jährigen!



Deine Region **ganz gross.**



A1519654



SYNTEGON
PROCESSING & PACKAGING

Liebe Schaffhauser
Nachrichten

Wir gratulieren zum
160. Jubiläum!
Seit über 100 Jahren
seid Ihr unser Medien-
partner in der Region.
Wir wünschen euch
weiterhin viel Erfolg.

A1518976

Je näher, desto Zukunft

Nicht die Art des Mediums ist entscheidend, sondern der Nutzen, den es stiftet.

Karl Lüönd

In China ist gestern ein Sack Reis umgefallen! Die Nachricht stimmt, sie ist aktuell – und sie interessiert keinen Menschen. Tausende solcher Nicht-Nachrichten gehen folgenlos unter in der Flut der Mitteilungen, die uns jeden Tag auf allen Kanälen angetragen werden: vom hoffentlich freundlichen Morgengruss der Partnerin über die Frühnachrichten, die Plakatwände, an denen vorbei ich noch schlaftrunken zum Bus eile, von den Bildschirmen im Bus, die ja nun auch mit Aktualitäten bespielt werden. Es müssen Zehntausende von Einzelinformationen sein, mit denen uns die ortsfesten und die mobilen Nachrichtensysteme täglich zuschütten.

Die 1000-Dollar-Frage lautet: Nach welchen Kriterien filtern die Menschen die nach Prozentbruchteilen zählenden Mitteilungen aus, die sie a) interessieren, die sie b) im Gedächtnis behalten und die c) im Idealfall eine Reaktion auslösen: eine E-Mail, eine Unterschrift, einen Kauf?

Professor Emil Dovifat, einer der Begründer der deutschen Publizistikwissenschaft, ist zwar schon seit mehr als 50 Jahren tot, aber sein berühmtester Satz gilt noch immer:

«Nachrichten sind Mitteilungen zum Zeitgeschehen mit Wert und Nutzen für den Empfänger.»

Daraus folgt: Was den Menschen nahe ist, das interessiert sie. «Nähe» ist in diesem Zusammenhang nicht nur geografisch zu verstehen. Gemeint sind auch die Belange meines Quartiers, meiner Gemeinde, meiner Berufsgruppe und Sozialklasse, meines Lebensalters, meines Geschlechts usw.

Informationen werden umso höher geschätzt, je mehr sie bei der Organisation des Alltags nützen. Wer je versucht hat,



Karl Lüönd

Karl Lüönd war stv. Chefredaktor des «Blicks», Chefredaktor von «Züri Leu» und «Züri Woche» (1982-1998), zeitweise auch Verleger, Berater und Dozent. Er hat über 70 Sachbücher zu medien- und wirtschaftshistorischen Themen verfasst, unter anderem die Firmengeschichten von Ringier und Publicitas. Er lebt in Winterthur.

jungen Menschen die Vorzüge einer Zeitung aufzuzeigen, hat erfahren: Das Interesse am Lokalblatt, am lokalen Internetportal erwacht exakt in der Periode der festen Niederlassung, des Nestbaus, spätestens dann, wenn Kinder ankommen. Auf einmal wird dieses alltägliche Gemisch aus Verkehrsumleitungen, Vereinsnachrichten, Grüngutabfuhrungen, Aktionsinseraten und Kinoprogrammen unentbehrlich.

Das Kulturmodell Zeitung stammt zwar aus dem 18. Jahrhundert, aber seine Kernleistungen sind unverändert gefragt. Es ist die Auswahl der nützlichen Nachrichten und deren benutzergerechte Darstellung.

Willy Brandt hat einmal gesagt, die Presse sei «kein Teil der holzverarbeitenden Industrie». Damit hat er gemeint: Man konnte und kann den papierenen Begriff «Zeitung» beliebig ersetzen. Zu Willy Brandts Zeiten durch Fernsehen und mobilen Rundfunk, seit der Etablierung der Basistechnologie Internet durch Smartphone, Tablet, Facebook...

Entscheidend bleibt immer die redaktionelle Dienstleistung, die vor allem im Ausscheiden des Unwichtigen und in der gekonnten Aufbereitung des Wichtigen besteht.

Oder wenn Sie es lieber mit einem hochtrabenden Vergleich haben: Michelangelo wurde gefragt, wie ihm ein epochales Kunstwerk wie der «David» gelungen sei. Seine Antwort:

«Es ist ganz einfach. Du musst nur einen Stein nehmen und alles wegschlagen, was überflüssig ist!»

Die Bedeutung des Journalismus (in der Wortwurzel: der «Tagesschriftstellerei») steigt in der multimedialen Welt mit der Vielzahl von Kanälen, und diese nimmt tendenziell zu: Erstens weil die Welt immer komplizierter ist und zweitens, weil das Ausfiltern der wirklich benötigten Informationen umso wichtiger wird, je grösser und unübersichtlicher die angebotene Informationsmenge ist.

Wenn wir über diese Alltagsbeobachtung nun noch die Folie der direkten Demokratie legen, folgt daraus: Die Erklärung all der öffentlichen Probleme und Geschäfte, die Reduktion der Komplexität, die Herstellung von Verständlichkeit, das Aufdecken der Hintergründe – das sind die unverzichtbaren Beiträge der hoffentlich möglichst unabhängigen Publizistik an das Funktionieren unserer politischen und gesellschaftlichen Organisationen.

Es mag so viele Medien und Darreichungsformen geben, wie es will: Menschen wählen ihre Medien zwar manchmal nach Laune, am Ende aber immer nach Bedarf und Interesse, häufig auch nach Benutzungskomfort, Zeitbudget, Kosten, Verwertungsnutzen (Aufbewahren, Ablegen, Bearbeiten) und Sekundärnutzen (Zeitungspapier eignet sich ausgezeichnet zum Ausstopfen von nassen Schuhen!)

Welche Medien werden überleben?

In der Schweiz erscheinen 253 Tages- und Wochenzeitungen. Vor zehn Jahren waren es noch 318. Wichtiger als dieser Schwund aber ist die in der Krisenzeit verschärfte Konzentration der Kopfblattsysteme auf vier Eigentümergruppen: TX Group (früher Tamedia, 470 Mio. Jahresumsatz), CH-Media (zusammengeführte Titel der AZ Medien und der regionalen Titel der NZZ, 418 Mio.), NZZ (221 Mio.), Ringier (Blick-Gruppe, nicht separat ausgewiesen). Landschaften wie Thurgau, St. Gallen, Winterthur, Luzern, Baselland, Thun und andere haben ihre eigenständigen Tageszeitungen, einen grossen Teil ihrer lokalen Sport- und Kulturberichterstattung verloren. Die Auslandskorrespondenten übernimmt die TX Group en bloc von der «Süddeutschen Zeitung».

Diesem Einheitsbrei der Kopfblätter stehen da und dort im Land noch «tapfere Gallier» entgegen, die ihre Unabhängigkeit verteidigen. Eine Zwischenstellung nimmt die Somedia ein («Bündner Zeitung», Fam. Lebrument). Sie hat 2015 noch 133 Mio. umgesetzt und gibt seither keine Zahlen mehr bekannt, was für einen der öffentlichen Kommunikation verpflichteten Kleinkonzern nicht gerade ein Zeichen von Selbstbewusstsein ist. Selbstständig sind noch der zweisprachig tätige Verlag Gass-

mann Biel (seit 2020 im Besitz des Textilunternehmers Fredy Bayard, der auch beim «Walliser Boten» investiert ist), die «Freiburger Nachrichten» – und, chapeau!, die «Schaffhauser Nachrichten» der «Meierei», die dank einer intelligenten Stiftungskonstruktion in all den turbulenten Zeiten ihre Selbstständigkeit hat bewahren können.

Die Stillen im Land schaffen es nach wie vor

Von den rund 50 regional-lokalen sogenannten B-Titeln – vom «Urner Wochenblatt» über den «Willisauer Boten» und den «Wohler Anzeiger» bis zur «Neuen Fricktaler Zeitung» und vielen anderen – ist selten die Rede. Sie schweigen und geniessen eine noch immer angenehme, wenn auch nicht mehr ganz so einträgliche Atmosphäre wie früher, aber sie kommen davon, haben auch ihre digitalen Hausaufgaben gemacht, ohne zu überinvestieren. Sie sind die lebenden Beweise für die hier vertretene These: Je näher, desto Zukunft!

Medienwandel Die wichtigsten Trends

Die Geschäftsgrundlage der Mediawirtschaft sind Interesse und Vertrauen der Endnutzer (Leser, Hörer, Zuschauerinnen). Beides ist in der Pandemie gestiegen. Das wäre eine gute Nachricht, wenn da nicht die Digitalisierung wäre. Sie hat die Nachfrage nach Informationen vor allem bei der jüngeren Leserschaft auf Kanäle umgelenkt, mit denen man noch nicht so einfach Geld verdienen kann wie zu den seligen Zeiten der Inserateplantagen, die seit 2000 ins Internet abgewandert sind. Den ohnehin schon harten Wettbewerb verzerrt die SRG mit ihrem politisch verordneten Gebührenprivileg, das inzwischen 80% ihres Unternehmerrisikos deckt. Gemäss Stiftung Werbestatistik wurden 2020 in der Schweiz 1,91 Milliarden Franken netto für Werbung ausgegeben. Nur 36% entfallen auf die gedruckte Werbung, 31% aufs Fernsehen, davon aber nur 5% auf private Schweizer Sender und 23% auf Online-Werbung. (K.L.) ■



Medien werden ausgewählt nach Bedarf, Interesse, Budget – aber auch der Zweitnutzen kann eine Rolle spielen.

Herzlichen Glückwunsch den Schaffhauser Nachrichten

zum 160-Jahr-Jubiläum.
Die Schweizerische Post
wünscht weiterhin viel Erfolg!

DIE POST 



Das SN-Kleid im Wandel der Zeit

Im Laufe der 160-jährigen Geschichte der Zeitung hat sich das Layout vielfach geändert. Dazu geführt haben neben verändertem Leseverhalten auch neue technische Möglichkeiten.

«Ob das neue Layout wieder so lange halten wird, wird sich weisen. Denn die Zeit ist seit dem letzten Relaunch noch einmal schneller geworden.»

Dario Muffler

Die letzte grundlegende Veränderung am Erscheinungsbild der «Schaffhauser Nachrichten» fand im Januar 2018 statt. Damals wurde das Zeitungslayout nach zwölf Jahren wieder angepackt und grundlegend umgekrempelt.

Mit der letzten Anpassung wurde auf die veränderten Lesegewohnheiten der Abonnentinnen und Abonnenten reagiert: grössere Hintergrundstücke und kurze Meldungen, die man den ganzen Tag über online konsumiert, gebündelt an einem Ort.

Über die vergangenen 160 Jahre hinweg waren es aber auch technische Neuerungen, die Änderungen am Zeitungsbild erlaubten: Irgendwann war es möglich, Bilder zu drucken, später konnten die Fotos farbig gedruckt werden und computergenerierte Grafiken hielten Einzug in die Berichterstattung.

Wir vergleichen die Ausgaben von sieben Relaunches in den letzten Jahrzehnten.

Die Erstausgabe dieser Zeitung erschien als Weihnachtsgeschenk für die Schaffhauserinnen und Schaffhauser am 25. Dezember 1861 unter dem Titel «Schaffhauser Intelligenzblatt». Die Ausgabe umfasste insgesamt vier Seiten. Die Texte erschienen in der Frakturschrift.



Auf Neujahr 1940 wurde das «Schaffhauser Intelligenzblatt» in «Schaffhauser Nachrichten» umbenannt. Am Erscheinungsbild wurde sonst aber nicht viel geändert. Jedoch wurde die Zeitung nun zwei Stunden früher herausgegeben als bisher. 1949 wird komplett von Frakturschrift auf Antiqua umgestellt.

Schaffhauser Nachrichten

Schaffhauser Intelligenzblatt, Antiqua Frakturschrift, Druck und Verlag, Redaktion und Administration, Postfach 10, CH-8300 Schaffhausen, Preis der Einzelnummer 1.50 Franken

Weltgeschehen

Adolf Hitler... Die deutsche Politik...

Kursenbruch am Aktienmarkt

Die letzten Kurse... Der Aktienmarkt...

Revolte der Journalisten

Die Journalisten... Die Revolte...



Anti-Schab-Protest

Neuer Familienring

Der Familienring... Neuer Familienring...

Die Welt ist ein Dorf

Die Welt ist ein Dorf... Die Welt ist ein Dorf...

Wahlkreis in Feuerthalen geht weiter

Der Wahlkreis... Wahlkreis in Feuerthalen...

Indira Gandhi schwingt sich zur Oppositionsführerin auf

Indira Gandhi... Indira Gandhi schwingt sich...

Einig über Uneinigkeit

Einig über Uneinigkeit... Einig über Uneinigkeit...

Schaffhausen möchte Energie sparen

Schaffhausen möchte Energie sparen... Schaffhausen möchte...

Mittwoch, 1. März 1978, 117. Jahrgang, Nr. 50

Druck und Verlag, Redaktion und Administration, Postfach 10, CH-8300 Schaffhausen, Preis der Einzelnummer 1.50 Franken

Unser Kommentar

Unser Kommentar... Unser Kommentar...



Unser Kommentar

Am 1. März 1978 erschien die SN erstmals mit einem durchgehend fünfspaltigen Layout. Zudem gab es einen ersten Farbtupfer auf der Front. Neu enthielt die Frontseite Anrisse als Hinweise auf ausführliche Berichte im Innern des Blattes.

Wir gratulieren den Machern der «Schaffhauser Nachrichten» zu 160 Jahren Qualitätsjournalismus in Schaffhausen

Lokalinfo AG

Herausgeberin der Lokal- und Quartierzeitungen Zürich

Anzeiger von Wallisellen

Stadt-Anzeiger

Klotener Anzeiger
Amtlisches Publikationsorgan der Stadt Kloten

Offizielles Publikationsorgan der Gemeinde Volketswil
Volketswiler Nachrichten
Unsere Zeitung.

KILCHBERGER
GEMEINDEBLATT

DER GLATTFELDER

Quartierzeitung für Albisrieden, Allstetten, Gränola, Wädliwil, Greifensee, Tirmé, Heulied, Industrie und Aussersihl
Zürich West

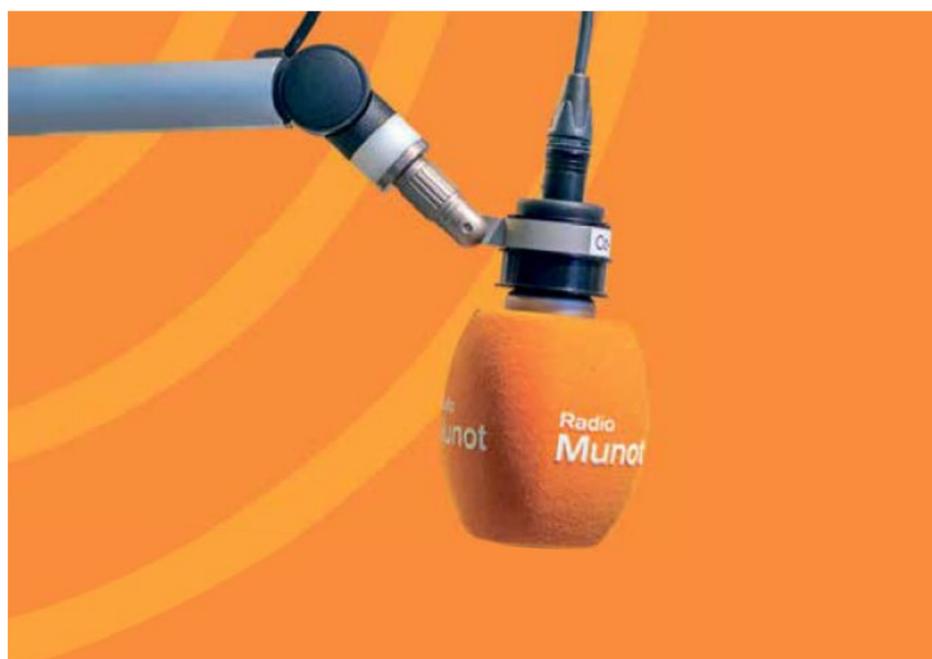
Quartierzeitung für Zürich-Alfheim, Seebach, Wipkingen, Hönig, Lintheim, Oerlikon und Schwamendingen
Zürich Nord

Lokalzeitung für Wetzikon, Egl, Leimbach und Adliswil
Zürich 2

Quartierzeitung für Fluntern, Riesbach, Hirslanden, Höttingen, Oberstrass und Wülkon
Züriberg

Amtlisches Publikationsorgan für die Gemeinde Küsnacht
Küsnachter

A1518927



Mir gratuliere!
160 Jahre
Schaffhauser Nachrichten

lokal – genial
Radio Munot

A1518949

Herzlichen Glückwunsch

Wir gratulieren den Schaffhauser Nachrichten zum 160-jährigen Bestehen.



Gehört zu mir.
SÜDKURIER

A1518995



Tausende auf Zürichs Strassen
Die Kundgebungen für und gegen die EU haben am Samstag Tausende nach Zürich gelockt. Der SP-Apparat wurde von Gegenmanifestanten und Ausrichtungen vertrieben. Chantons blühten.

Zürich, 24. September 1995. Die Kundgebungen für und gegen die EU haben am Samstag Tausende nach Zürich gelockt. Der SP-Apparat wurde von Gegenmanifestanten und Ausrichtungen vertrieben. Chantons blühten.

Zürich, 24. September 1995. Die Kundgebungen für und gegen die EU haben am Samstag Tausende nach Zürich gelockt. Der SP-Apparat wurde von Gegenmanifestanten und Ausrichtungen vertrieben. Chantons blühten.

30000 gegen «Kruzifix-Urteil»
Rund 30000 Menschen haben am Samstag in München gegen das «Kruzifix-Urteil» der deutschen Verfassungsgerichte demonstriert.

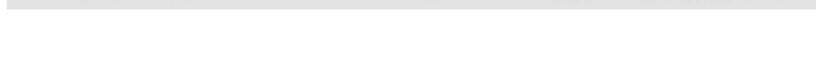
München, 24. September 1995. Rund 30000 Menschen haben am Samstag in München gegen das «Kruzifix-Urteil» der deutschen Verfassungsgerichte demonstriert.

München, 24. September 1995. Rund 30000 Menschen haben am Samstag in München gegen das «Kruzifix-Urteil» der deutschen Verfassungsgerichte demonstriert.

Unsere Lehrer sind müde – aber glücklich
Folge einer Serie «Schule in Schaffhausen» mit dem Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter den Schaffhauser Lehrern.

Schaffhausen, 24. September 1995. Unsere Lehrer sind müde – aber glücklich. Folge einer Serie «Schule in Schaffhausen» mit dem Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter den Schaffhauser Lehrern.

Schaffhausen, 24. September 1995. Unsere Lehrer sind müde – aber glücklich. Folge einer Serie «Schule in Schaffhausen» mit dem Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter den Schaffhauser Lehrern.



Am 24. September 1995 präsentierten die SN wiederum ein neues Layout. Anpassungen wurden vor allem inhaltlicher Natur vorgenommen. Doch auch das Erscheinungsbild wurde dem Zeitgeist entsprechend angepasst.



Grosser Redner kämpferische Töne
gehören zum 1. Mai. Aber so hohe Redner, die keine Redner sind, gibt es nicht.

Alt und jung Die Region Schaffhausen gilt als «altersgerecht» – eine Umfrage zeigt, auf welche Gebiete das Urteil zutrifft.

Abstiegskampf der FCS sichert sich im Ligaspiel gegen Yverdon in der Schweizliga einen Punkt.

Abstand Otto Stich (SP) kritisiert in SN-Interview seinen ehemaligen Amtkollegen Adolf Ogi (SVP) scharf.

Paul Spiegel gestorben 92-jähriger Sozialdemokrat und Gewerkschaftsführer.

Gaas ist gaas «Keith hatte beim Renterkommen eben ein bisschen Pech».

Angst vor Rowlyns Fussball-WM beschäftigt den Zoll.

Ein neues Kleid und eine verstärkte Regionalredaktion Unter dem Motto «Mehr Region, mehr Farbe, mehr Übersicht» sieht die neue SN.

Der neue Bundesrat Ignazio Cassi war Stargast am 40. Bleigiesser

Schaffhauser Nachrichten am 40. Jahrestag der Schaffhauser Nachrichten. Ignazio Cassi war Stargast am 40. Bleigiesser.

Schaffhauser Nachrichten am 40. Jahrestag der Schaffhauser Nachrichten. Ignazio Cassi war Stargast am 40. Bleigiesser.

Am 1. Mai 2006 wurde der Leserschaft nochmals eine grosse Änderung präsentiert: Nicht nur konnten nun mehr Seiten farbig bedruckt werden. Inhaltlich wurde der Regionalteil neu aufgestellt und die Ressourcen wurden ausgebaut.



Weltweites Fest – ohne Millennium-Bug
Das Jahr 2000 begann in Schaffhausen wie mit einem grossen Fest – ohne die befürchteten Pannen.

Schaffhausen, 1. Januar 2000. Weltweites Fest – ohne Millennium-Bug. Das Jahr 2000 begann in Schaffhausen wie mit einem grossen Fest – ohne die befürchteten Pannen.

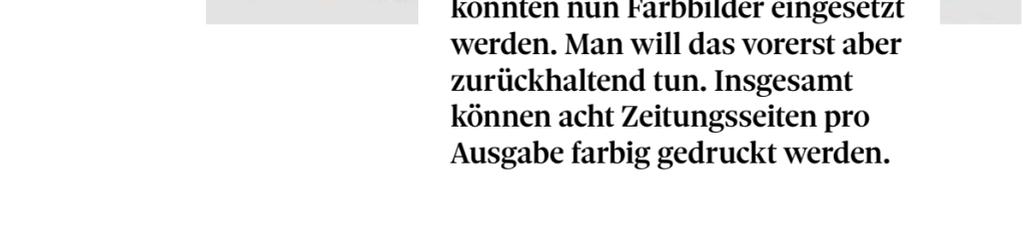
Schaffhausen, 1. Januar 2000. Weltweites Fest – ohne Millennium-Bug. Das Jahr 2000 begann in Schaffhausen wie mit einem grossen Fest – ohne die befürchteten Pannen.

Neues Jahr, neue Zeitung
Für dieses Jahr hat die Schaffhauser Nachrichten ein neues Layout, Anpassungen wurden vor allem inhaltlicher Natur vorgenommen. Doch auch das Erscheinungsbild wurde dem Zeitgeist entsprechend angepasst.

Schaffhausen, 1. Januar 2000. Neues Jahr, neue Zeitung. Für dieses Jahr hat die Schaffhauser Nachrichten ein neues Layout, Anpassungen wurden vor allem inhaltlicher Natur vorgenommen. Doch auch das Erscheinungsbild wurde dem Zeitgeist entsprechend angepasst.

Schaffhausen, 1. Januar 2000. Neues Jahr, neue Zeitung. Für dieses Jahr hat die Schaffhauser Nachrichten ein neues Layout, Anpassungen wurden vor allem inhaltlicher Natur vorgenommen. Doch auch das Erscheinungsbild wurde dem Zeitgeist entsprechend angepasst.

Auf den ersten Tag im neuen Jahrtausend erschienen die SN erneut in einem anderen Kleid. Erstmals konnten nun Farbbilder eingesetzt werden. Man will das vorerst aber zurückhaltend tun. Insgesamt können acht Zeitungsseiten pro Ausgabe farbig gedruckt werden.



Abfuhr für eine Frauenquote im Bundesrat
Im Bundesrat setzen die Landtagspräsidenten und Sprachkommissionen sich für eine Frauenquote ein. Die Frauenquote im Bundesrat ist ein wichtiges Thema.

Schaffhausen, 12. Januar 2018. Abfuhr für eine Frauenquote im Bundesrat. Im Bundesrat setzen die Landtagspräsidenten und Sprachkommissionen sich für eine Frauenquote ein. Die Frauenquote im Bundesrat ist ein wichtiges Thema.

Schaffhausen, 12. Januar 2018. Abfuhr für eine Frauenquote im Bundesrat. Im Bundesrat setzen die Landtagspräsidenten und Sprachkommissionen sich für eine Frauenquote ein. Die Frauenquote im Bundesrat ist ein wichtiges Thema.

Der neue Bundesrat Ignazio Cassi war Stargast am 40. Bleigiesser

Schaffhauser Nachrichten am 40. Jahrestag der Schaffhauser Nachrichten. Ignazio Cassi war Stargast am 40. Bleigiesser.

Schaffhauser Nachrichten am 40. Jahrestag der Schaffhauser Nachrichten. Ignazio Cassi war Stargast am 40. Bleigiesser.

Nach zwölf Jahren fand im Januar 2018 der letzte Relaunch statt. Den Zeitungskopf wollte man behalten. Neu gab es Verweise, die auf «shn.ch» locken sollen. Die augenfälligste Neuerung war die sogenannte Marginalspalte mit zusätzlichen Informationen oder Zitaten. Auch die Schriftart wurde geändert.



HARTMANN

+

Helps. Cares. Protects.

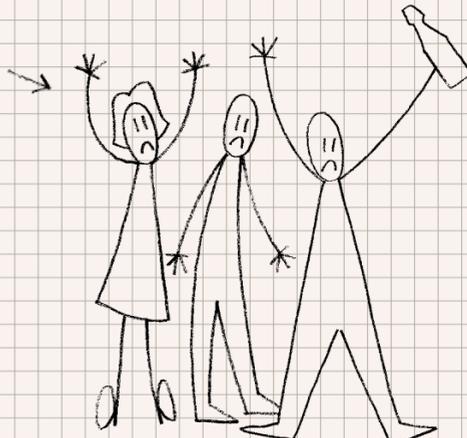
Langjährige Traditionen verbinden

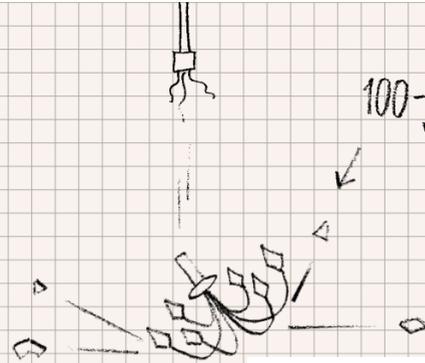
Die IVF HARTMANN AG gratuliert den Schaffhauser Nachrichten zu 160 Jahren. Auf viele weitere Jahre spannende Berichterstattung und eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

IVF HARTMANN AG, CH-8212 Neuhausen, www.hartmann.info

IVF HARTMANN AG - verbindet seit 150 Jahren

Schadenskizze

160-jähriges Jubiläum → 

100-jähriger Kronleuchter → 

Was immer kommt – wir helfen Ihnen rasch und unkompliziert. **mobiliar.ch**

Generalagentur Schaffhausen
 Philipp Früh
 Mühlentalsträsschen 9
 8200 Schaffhausen
 T 052 630 65 65
schaffhausen@mobiliar.ch

die Mobiliar

ERFOLGSGESCHICHTE

Eine SMS hat 160 Zeichen. Schaffhausen hat mehr zu erzählen!
 Liebe Schaffhauser Nachrichten, wir gratulieren euch zu 160 Jahren Schaffhauser Erfolgsgeschichte(n) und freuen uns auch weiterhin mehr als 160 Zeichen von euch zu lesen!

Die Saison ist wiedereröffnet

AUTO WASCHZENTRUM

Ring-Park

Wir bewegen die Region

Steinemann

Personentransporte & Kurierdienste

eit 1963.ch

„und no viel meh...!!!“

Wir bewegen die Region

Ring-Taxi.ch 052 643 33 33



Die Stadt Stein am Rhein gratuliert zum 160-jährigen Bestehen.

Wir danken für 160 Jahre

regionale informative sachliche interessante

Berichterstattung.



KRESTON A&O

Vielen Dank!

Wir danken unseren Berufskolleg*innen und unseren Mandant*innen für die zahlreichen Empfehlungen und das entgegengebrachte Vertrauen. Wir geben auch zukünftig unser Bestes.

BILANZ | LE TEMPS

TOP STEUEREXPERTEN & TREUHÄNDER 2022

Schweiz in Zusammenarbeit mit Statista

BILANZ | LE TEMPS

TOP STEUEREXPERTEN & TREUHÄNDER 2021

Schweiz in Zusammenarbeit mit Statista

Baar (ZG), Baden-Dättwil (AG), Eschenbach (LU), Horgen (ZH), Zürich (ZH)
 058 101 02 02, www.kreston.ch

wir von hier

gratulieren den schaffhauser nachrichten zum 160-jahr-jubiläum und freuen uns täglich auf informationen in gedruckter Form

KUHNDRUCK

Kuhn-Druck AG
 Grafischer Betrieb
 8212 Neuhausen am Rheinfall
 052 672 10 88 · www.kuhndruck.ch

Dieter Mändli Fabian Mändli



Schlaglichter auf den Zweiten Weltkrieg

Sechs lange Jahre dauerte der Zweite Weltkrieg, der natürlich auch die «Schaffhauser Nachrichten» in dieser Zeit prägte. Hier ein Versuch, anhand einiger weniger Texte, die an wichtigen Punkten dieses Krieges veröffentlicht wurden, einen kleinen Eindruck zu vermitteln, wie die damaligen drei Redaktoren mit den Ereignissen umgegangen sind.

Karl Hotz

«Der Krieg hat begonnen» steht am 1. September 1939 in grossen Lettern auf dem Titelblatt des «Schaffhauser Intelligenzblattes», wie die «Schaffhauser Nachrichten» damals noch hiessen. Am 1. September, weil die Zeitung damals noch am Vormittag gedruckt wurde und der deutsche Angriff auf Polen am frühen Morgen begonnen hatte. Wer am Krieg schuld war, wird in einem Kommentar – wie damals häufig ist dieser Artikel nicht gezeichnet – deutlich gemacht. «Wer dafür verantwortlich zu machen ist, die Welt weiss es jetzt schon genau.» Diese klare Schuldzuweisung ist in den Kriegsjahren eher die Ausnahme als die Regel. Es wird eher analysiert als eine Meinung geäussert.

Die Ausnahmen betreffen zudem fast nur Kommentare zur schweizerischen Haltung. So etwa am 9. September, als Herausgeber und Chefredaktor Arnold Meier den «Schweizer Standpunkt» klarmacht: «Keiner von uns, der an Überlaufen dächte und keiner, der gegenüber seinem welschen Bruder Entfremdung empfindet!» Letzteres ist ein klarer Verweis auf den Ersten Weltkrieg, in dem Deutsch und Welsch oft zerstritten waren. Zudem macht sich Meier für die Neutralität stark.

Kühne Fahrt nach Paris

Ebenfalls ganz selten sind direkte Schilderungen von den Kriegsschauplätzen. Eine Ausnahme ist ein nicht mit Namen genannter Pariser Korrespondent, der von einer Reise nach Paris mitten im französischen Zusammenbruch im Juni 1940 berichtet. «Ausgebrannte Eisenbahnwagen, zerstörte Tanks darauf. Alle Häuser an den Gleisen ihrer Ziegel oder Dächer beraubt, teilweise ausgebrannt», schildert er seine Zugfahrt. Als er sich dann mit einem Auto aus Paris Richtung Süden absetzt, gelangt



«Der Kriegswille zielt einzig und allein und mit radikaler Konsequenz auf die Vernichtung des Gegners.»

Ernst Uhlmann
Redaktor

er auf chaotisch verstopfte Strassen, auf denen sich Flüchtlings- und Militärkolonnen gegenseitig in die Quere kommen.

Die Redaktion, die fast wöchentlich unter dem Titel «Auslandrundschau» das Kriegsgeschehen analysiert, ist erschüttert über den raschen Zusammenbruch: «Es war, wie wenn die Deutschen nur den Baum ein bisschen schütteln müssten, um die kostbarsten Früchte zu bekommen», meint sie zur wilden Flucht der französischen Armee. Zwei Wochen später zieht



Deutsche Soldaten beim Einmarsch in Polen Anfang September 1939.

BILD KEY

sie ein, wie sich herausstellen sollte, etwas voreiliges Fazit: «Friede auf Erden herrscht noch nicht. Aber der Krieg auf dem europäischen Festland ist im Grosse und Ganzen zu Ende.» Eine weitere Woche später wirft sie unter dem Titel «Die Köpfe hoch» einen Blick auf die Schweiz nach dem französischen Zusammenbruch. Es sei Zeit, jenen das Handwerk zu legen, die das Heil in gemeiner Unterwürfigkeit sehen wollten, wird pointiert formuliert. Ob das eine indirekte Antwort auf die berühmte-berühmte Rede von Bundesrat Pilet Golaz zu verstehen ist, kann nur vermutet werden, denn die Rede wird zwar am 26. Juni im Wortlaut abgedruckt, bleibt aber völlig unkommentiert.

Ein Kommentator vom Fach

Auch der weitere Kriegsverlauf, in dem sich die Deutschen ganz Südosteuropa unterwerfen beziehungsweise Bulgarien und Rumänien auf ihre Seite ziehen, bleibt mehr oder weniger unkommentiert, auch wenn die einzelnen Schlachten immer geschildert werden. Das ändert sich, als Redaktor Ernst Uhlmann – Divisionär und Korpskommandant in der Schweizer Armee – in der «Auslandrundschau» und zum Teil in separaten Kommentaren das Geschehen analysiert. So etwa, als er nach der Schlacht bei Stalingrad – der Wende im deutsch-russischen Krieg – unter dem Titel «Der totale Krieg» am 30. Januar 1943 die Grausamkeit dieser Schlacht fast plastisch vor Augen führt. «Der Kriegswille

zielt einzig und allein und mit radikaler Konsequenz auf die Vernichtung des Gegners», bewertet er die Härte der Deutschen und Russen gleichermaßen. Seine Bewunderung für die Haltung der eingekesselten Deutschen ist unübersehbar. «Ihr Tod besiegelte ihre Ehre», sagte Uhlmann dazu.

Ein ganz anderes Thema nimmt sich Redaktor Ernst Schellenberg zum 10. Jahrestag der Machtergreifung Hitlers vor. Dieser sei vor allem wegen der wirtschaftlichen Lage an die Macht gekommen. Die kriegsbedingten Schwierigkeiten, mit denen die Schweiz in steigendem Masse zu kämpfen habe, könnten auch bei uns zu Problemen führen, fürchtete Schellenberg und forderte pointiert, mit der Preisstabilisierung endlich Ernst zu machen. «Jedes



«Jedes vermiedene Prozent der Lebenskostensteigerung bedeutet eine Verminderung der Nachkriegsschwierigkeiten und Verluste.»

Ernst Schellenberg
Redaktor

vermiedene Prozent der Lebenskostensteigerung bedeutet eine Verminderung der Nachkriegsschwierigkeiten und Verluste», wirft er einen Blick in die Zukunft.

Unter dem Eindruck der Invasion

Fast so grosse Lettern wie beim Kriegsbeginn packt die Redaktion beim «Beginn der Invasion» aus, so der Titel am 7. Juni 1944. «Der Krieg ist bestimmt in seine entscheidende Phase eingetreten», ist sich Ernst Uhlmann sicher. «Vielleicht wird aber auch in einem Jahr in Europa noch gekämpft», dämpft er eine allfällige Euphorie. Der Erfolg der alliierten Landung, so analysiert er vier Tage später, sei nicht zuletzt dem massierten Einsatz von Luftlandtruppen und Fallschirmjägern zu verdanken. Wie noch etliche Berichte in den nächsten Tagen und Wochen vermutet aber Uhlmann, die Deutschen hätten noch Reservetruppen. «Die Verwunderung ist gross, dass die deutsche Luftwaffe bis jetzt fast gar nicht in Erscheinung trat.» Und in einem weiteren Kommentar am 17. Juni verweist Uhlmann auf die Differenzen zwischen General de Gaulle und dem britischen Premier Churchill. Die englische Bevölkerung verlange immer ungehaltener die Anerkennung de Gaulles und seiner provisorischen Regierung.

«Frieden!»

Mit Erleichterung, aber auch mit Nachdenklichkeit wurde selbstverständlich auch in den «Schaffhauser Nachrichten», so hiessen sie inzwischen, der Tag der Waffenruhe begrüsst. Am 9. Mai hiess es in einem Leitartikel, dieser Krieg sei «ein Aufbruch atavistischer Tierinstinkte, wie ihn niemand mehr für möglich gehalten» gewesen. Und «eine Verschwörung der Mächte alles Bösen, an deren Spitze sich der Anarchist selbst gestellt zu haben schien».

Der nicht genannte Kommentator wies aber auch darauf hin, dass die alliierten Panzer in West und Ost auch für uns gerollt seien. Und er erinnerte zudem daran, «dass wir zu jenen Völkern gehörten, die am wenigsten beigetragen haben zum «gemeinsamen» Sieg über den gemeinsamen Feind».

Verlagsleitung

	VON	BIS
Rudolf Bodmer	1861	1862
August Rösch	1862	
Johann Heinrich Oechslin	1862	1864
Ludwig Murbach	1862	1864
Andreas Bercher und Heinrich Meier-Spaar	1864	1871
Heinrich Meier-Spaar	1864	1883
Johannes Uehlinger	1872	1873
Conrad und Gottlieb Meyer	1883	1885
Heinrich Meier-Kummer	1886	1945
Dr. iur. Carl Oechslin-Meier	1945	1971
Dr. iur. Max U. Rapold	1972	1999
Norbert Neiningner	1999	2015
Stefan Gasser	2015	2020
Beat Rechsteiner	2020	

Chefredaktion

	VON	BIS
Rudolf Bodmer	1861	1862
Johannes Uehlinger	1862	1874
Theodor Bächtold	1864	1865
Heinrich Erzinger	1874	1879
Wilhelm Rahm	1879	1883
Dr. iur. Paul Uehlinger	1883	1888
Hermann Freuler	1888	1899
Dr. phil. Oswald Heer	1899	1902
Hermann Freuler	1902	1903
J. R. Frey	1903	1906
Karl Heinrich Maurer	1906	1907
Dr. phil. Walter Wettstein	1908	1918
Johannes Winzeler	1918	1918
Dr. iur. Arnold Meier	1919	1927
Dr. iur. Ernst Uhlmann	1927	1953
Dr. iur. Carl Oechslin	1954	1971
Dr. iur. Max U. Rapold	1971	1994
Norbert Neiningner	1994	2015
Robin Blanck	2015	

Solarstrom vom eigenen Dach – Energie fürs Leben

SH POWER

A1519954



„ Die SWS Medien AG und ihre Unternehmen gratulieren den Schaffhauser Nachrichten herzlich zum 160-Jahr-Jubiläum. „



SWS Medien AG | Sursee | Willisau | Hochdorf | www.swsmedien.ch | info@swsmedien.ch

A1519230

s
+
p

Architektur und Bauberatung

Schmid Partner AG

s+p Schmid Partner AG
Architektur und Bauberatung

Nordstrasse 121
8200 Schaffhausen

Mühlenstrasse 10
8260 Stein am Rhein

Telefon 052 625 60 80
Telefax 052 625 00 78

schmidpartner@sundpschaffhausen.ch
www.schmidpartner.net

unsere Architektur
Restaurierungen, Umbauten
Bauten des Fürsorge und Gesundheitswesens
Industrie- und Gewerbebauten
Schul- und Sportanlagen
Wohnungsbau

Ihre Anliegen sind bei uns am richtigen Ort.

Mac-Support
Aus Leidenschaft und mit Überzeugung

Webseiten & Grafik
Professionelle grafische Umsetzung von Web & Print

mac&web gmbh
Säntisstrasse 13 · CH-8200 Schaffhausen
Telefon +41 52 620 30 60 · info@mac-web.ch

A1519149

GEA
www.gea.de

QUALITÄTSJOURNALISMUS IST FÜR UNS ALLE HERZENSSACHE

Guter Journalismus und unabhängige Berichterstattung über das Weltgeschehen und das Lokale sind unverzichtbar für die Demokratie.

Damit sind regionale Tageszeitungen wie die Schaffhauser Nachrichten nicht nur ein hochrelevantes Qualitätsmedium und effektiver Werbeträger, sondern auch die Antwort auf Fake News und Desinformation.

Wir gratulieren herzlichst zum 160. und grüßen dankend für das äußerst kollegiale Miteinander – zollfrei – aus dem Nachbarland.

Reutlinger Wochenblatt

Aus der Region – für die Region

A1519577

IHRE KÜCHE – SO INDIVIDUELL WIE SIE

Kreativ Küchen
Küchen mit Charakter

Gennersbrunnerstrasse 67
8207 Schaffhausen
Telefon 052 335 00 00
Telefax 052 335 00 44
www.kreativ-kuechen.ch

A1518316

Wir gratulieren den **«Schaffhauser Nachrichten»** zum **160. Geburtstag** und wünschen eine erfolgreiche Fortsetzung eurer Verlagsgeschichte.

Die angenehme Zusammenarbeit mit eurem Team schätzen wir sehr.

Sarganserländer
Sarganserländer Druck AG
Zeughausstrasse 50 | 8887 Mels
T 081 725 32 32 | F 081 725 32 30
druckerei@sarganserlaender.ch | www.sarganserlaender.ch

A1519223

Das Medienhaus an der Vordergasse 58

Das Haus an der Vordergasse 58 hat eine lange Tradition: Wo heute Redaktionssitzungen stattfinden, tagte einst das Stadtparlament von Schaffhausen.

Wolfgang Schreiber

Vordergasse 58 in Schaffhausen: Dieses Haus ist alt und prächtig. Die werktäglich erscheinenden «Schaffhauser Nachrichten» entstehen seit 1908 hier. Aus dem Gebäude an der Vordergasse 58, das bis zur Stadthausgasse reicht, bebildet seit 2011 das 1994 gegründete Schaffhauser Fernsehen das Geschehen der Region und sendet die täglich produzierten News und die Talk-Sendung «Hüt im Gschpröch». Seit 2016 funkt das 1983 erstmals auf Sendung gegangene Radio Munot aus der Stadthausgasse sein Wort- und Musikprogramm. Mit der Zeit zeigte sich an der Vordergasse 58 an einem Ort die seit der Gründung des Radios verfolgte Multimedia-Strategie.

Wie konnten Schaffhauser Fernsehen und Radio Munot an der Vordergasse 58 beziehungsweise an der Stadthausgasse 11 einziehen? Nun, die Druckerei hat sich ständig verändert. Gegen Ende der 1950er-Jahre waren die Räume in der Kaufleutstube zu eng geworden. Ein Neubau, der den Anforderungen des modernen Druckerei- und Zeitungsbetriebs entsprach, drängte sich auf. Der Ankauf der beiden Häuser «Zur Dankbarkeit» und «Unterhof» an der Stadthausgasse war schon früher, 1919, erfolgt. Sie standen unweit der Stätte, wo einst im «Gelben Haus» das alte «Intelligenzblatt» erschienen war. Und nun begann 1959 die weitaus grösste Neu- und Umbauperiode, die das Unternehmen in der Zeit seines hun-

dertjährigen Bestehens jemals erlebt hatte. Seit 1961 erhebt sich an der Stadthausgasse 11 das neue Druckereigebäude als Beweis der ungebrochenen Lebenskraft der Offizin Meier + Cie. Im Jubiläumsjahr 1961 konnten die Einrichtungen in Betrieb genommen werden, darunter eine Rotationsmaschine modernster Konstruktion. Diese Wifag-Rotationsmaschine hatte 1990 ausgedient. Im Juli 1990 ist im Herblingertal die Anilox-Offset-Rotationsmaschine im neu erstellten Druckzentrum der «Schaffhauser Nachrichten» angelaufen.

Durch die Auslagerung der Offset-Druckerei und der Buchbinderei in einen 1973 eröffneten Neubau in Feuerthalen mit einem neuen «Herzstück», einer 4-Farben-Bogen-Offsetmaschine, konnten die für die Druckerei eng gewordenen Platzverhältnisse eliminiert werden, und mit geringen Veränderungen war es möglich, auch den «alten» Betrieb zu modernisieren, sodass damals mitten in der Schaffhauser Altstadt ein neuzeitlich eingerichteter Druckereibetrieb mit geräumigen und freundlichen Arbeitsräumen anzutreffen war. 2006 wurde der Standort Feuerthalen geschlossen, das Ende der Druckerei war eingeläutet. Dies schuf Platz und Raum. So konnten mit der Zeit Radio und Fernsehen einziehen.

Zünfte verkaufen

Vordergasse 58, das war bis 1876 die Adresse der Zunft zum Kaufleuten. Die Kaufleute nutzten die Handelswege von Ost nach West. Ihre Handelsbeziehungen reichten bis weit ans Mittelmeer und an den Atlantik.

Es war im Jahr 1783, als die Welthandelsleute ihr altes Gesellschaftshaus mit seinem Turm an der Vordergasse abrisen und der damaligen Zeit entsprechend «modern» neu errichteten. Im ersten Obergeschoss, in der



Am Empfang an der Vordergasse 58 werden Leserinnen und Leser sowie Interview-Gäste begrüsst.

BILD: MELANIE DUCHENE

Belleetage, richteten sie den Gesellschaftssaal, ihre Kaufleutstube ein. Als nach Napoleons Sturz die Industrialisierung auch die Schweiz erfasste, veränderte sich das Geschäftsleben von Grund auf. Die Gewerbefreiheit wurde eingeführt, die Aufgaben der Zünfte fielen dahin, die Zunfthäuser wurden verkauft. Die Casinogesellschaft kaufte das Zunfthaus an der Vordergasse 58. Das Musik-Collegium nutzte damals den Zunfssaal. Später tagte im Zunfssaal auch das Stadtparlament.

1908 hatte die Casinogesellschaft das Haus an den Buchdrucker Insetatessen im Handsatz hergestellt. 1981 erscheinen die letzten im Bleisatz hergestellten «Schaffhauser Nachrichten». Die Digitalisierung hatte ihren Siegeszug angetreten. Der Computer revolutionierte die technische Herstellung. In den Zunfssaal zogen Büroräume ein. 1991 wurden Redaktionsräume eingerichtet. Bei diesem Umbau entdeckte der damit betraute Architekt Franco Dal Cero die fast in Vergessenheit geratene Besonderheit der ehemaligen Kaufleutstube. Er liess sie zum kleinen Teil wieder zum Vorschein kommen. Das hatte zur Folge, dass die noch heute existierende Zunft zum Kaufleuten auf ihre ehemalige Kaufleutstube aufmerksam wurde und zusammen mit dem Verlagshaus Meier+Cie AG daran ging, Pläne zu ihrem Wiederaufleben zu schmieden.

Restauration und Wiedereröffnung

Noch bis Anfang der 1970er-Jahre wurden in der Kaufleutstube Inseratseiten im Handsatz hergestellt. 1981 erscheinen die letzten im Bleisatz hergestellten «Schaffhauser Nachrichten». Die Digitalisierung hatte ihren Siegeszug angetreten. Der Computer revolutionierte die technische Herstellung. In den Zunfssaal zogen Büroräume ein. 1991 wurden Redaktionsräume eingerichtet. Bei diesem Umbau entdeckte der damit betraute Architekt Franco Dal Cero die fast in Vergessenheit geratene Besonderheit der ehemaligen Kaufleutstube. Er liess sie zum kleinen Teil wieder zum Vorschein kommen. Das hatte zur Folge, dass die noch heute existierende Zunft zum Kaufleuten auf ihre ehemalige Kaufleutstube aufmerksam wurde und zusammen mit dem Verlagshaus Meier+Cie AG daran ging, Pläne zu ihrem Wiederaufleben zu schmieden.

Die Kaufleutstube, nach Ansicht von Fachleuten der Denkmalpflege «eine einmalige Schöpfung», ist in der Folge, finanziert durch Beiträge der Zunft zum Kaufleuten, der Meier+Cie AG und der öffentlichen Hand, aufwendig restauriert worden und im Jahr 2001 durch eine Eröffnungsfeier als Gesellschaftssaal den Zünften und der Öffentlichkeit wieder zugänglich gemacht worden. Die Meier+Cie AG als Hausbesitzerin und damit auch Saalbesitzerin nutzt die Kaufleutstube heute als Sitzungs- und Konferenzraum. Hier finden die Redaktionssitzungen statt, auch Buchvernissagen und andere kulturelle und politische Anlässe.

Anzeigen

presto  **AG**
DIE FRÜHZUSTELLER

Die Geschäftsleitung mit ihren Teams der Presto Presse-Vertriebe-AG gratulieren der Meier + Cie AG zum 160-Jahr-Jubiläum der «Schaffhauser Nachrichten».

Gerade in dieser schwierigen Zeit ist eine unabhängige, neutrale Berichtserstattung, wie sie die «Schaffhauser Nachrichten» seit Jahrzehnten vorleben, eine Bereicherung der schweizerischen Medienvielfalt.

Die Presto AG dankt dem Verlag für die seit dem Jahr 1992 gute Zusammenarbeit und wünscht den «Schaffhauser Nachrichten» weiterhin gute Geschäfte und erfolgreiche Jahre.

A1520160

Wir gratulieren unserem «Zwilling» ganz herzlich zum runden Geburtstag.



Bote 

Bote der Urschweiz AG
6430 Schwyz
www.bote.ch

A1519481

**160 Jahre
Schaffhauser
Nachrichten – die
APA gratuliert
herzlich!**

Aktuelle Nachrichten. Medienbeobachtung. Bilddatenbanken. Innovationshub. Videomanagement. Auftragservices in Text, Bild, Grafik und Video. IT-Consulting. Cloud & Digital Services. Medienresonanzanalysen. Trend-Research. News-Tech. IT-Outsourcing. Rechercheplattformen. Content für Print, Web und Mobiles. Rapid Prototyping. Newsgrafiken. Pressespiegel. Live-Video & Streaming. Content-Management-Systeme. Videoplattform. Social-Media-Monitoring. Liveblogs. Digitaler Zeitungskiosk. Redaktionelle Newsfeeds. Workshops und Lehrgänge. Pressezentrum. JournalistInnenkontakte. Themenportale. Termindatenbanken. Zeitungsapps. Design Sprints. Automated Content. Faktenchecks. NewsPlattform. PR-Desk. Datenmanagement. Weltweite Verbreitungsservices für Presseinformationen.

[Quelle: APA]



www.apa.at

A1518703

Ihre Verbindung in den Wirtschaftsraum
Liechtenstein – Werdenberg – Sarganserland – Rheintal:




**Jeden
Freitag
neu!**

☰ ☰ ☰

Wir gratulieren
den Schaffhauser Nachrichten
zum 160-jährigen Bestehen!

In kollegialer Verbundenheit

Wirtschaftsregional

Wochenzeitung, jeden Freitag in Liechtenstein, Sarganserland und Werdenberg

 Vaduzer Medienhaus, Lova Center, Postfach 884, FL-9490 Vaduz, +423 236 16 16,
wirtschaftsregional.li, wirtschaftsregional.ch, inserate@wirtschaftsregional.li, @wirtschaftregio

A1518704



stetten.ch
beste aussichten

Die Gemeinde Stetten schickt herzliche Grüsse aus dem oberen Reiat und gratuliert den Schaffhauser Nachrichten zum 160-jährigen Jubiläum. Für die stets kompetente und zuverlässige Berichterstattung bedanken wir uns und freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

#herzlichenglückwunsch #news #160jahre #jubiläum #zuverlässig
#kompetent #erfolgreichezusammenarbeit #schaffhausen
#schaffhausernachrichten

 @stettensh

A1519832



Vermögensverwaltung Schaffhausen AG



Fraugasse 20
Postfach
8201 Schaffhausen
Tel. 052 633 04 30
info@bbs-sh.ch
www.bbs-sh.ch

Wir gratulieren zum 160-jährigen Bestehen und wünschen Ihnen Glück und viel Erfolg für die nächsten 160 Jahre

A1518980

Durchdacht: Wir digitalisieren Ihre Prozesse!



standortunabhängige
Zeiterfassung



Projektzeiterfassung
und Verrechnung



interaktives
Dashboard



Kennzahlen
in Echtzeit

Gestalten Sie Ihre Zukunft mit unseren Innovationen und Technologien!



UNSERE KOMPETENZ : IHR ERFOLG
Barzingergasse 4, 8240 Thayngen / 052 645 00 00 / www.softtech.ch






Die Bank. Seit 1817.

A1519946



Herzliche Gratulation zu 160 Jahren Schaffhauser Nachrichten

- Die Menschen
- Die Region
- Die Bank

Seit 1817.

Als erste, eigenständige und unabhängige Schaffhauser Bank gratulieren wir der eigenständigen und unabhängigen Schaffhauser Tageszeitung. Während wir global investieren und regional betreuen, beliefern die Schaffhauser Nachrichten ihre Leserschaft täglich mit News aus aller Welt und unserer Region.

Mehr Möglichkeiten.



Die Bank. Seit 1817.

www.ersparniskasse.ch

Das historische A bis Z der SN

Von Karl Hotz, Mitarbeit: Mark Liebenberg

A wie Abstimmungssonntag Abstimmungssonntage sind oft Stress pur – viele Meldungen, viele Stimmen, wenig Zeit. Und Kommentare gilt es auch noch zu schreiben. Ob die allererste Volksabstimmung am 14. Januar 1866 Stress war? Möglich wäre es: neun Verfassungsänderungen standen zur Abstimmung. Der SN-Redaktor von damals machte es sich einfach: Er nummerierte die Einzelabstimmungen von I bis IX durch. Ob die Leser wussten, worum es dabei jeweils ging?

B wie Bürgerlich Das «Intelligenzblatt» und die «Schaffhauser Nachrichten» folgen seit 160 Jahren einer bürgerlichen und liberalen Linie. Bis ins Jahr 1900 bestimmten die jeweiligen Redaktoren im Alleingang die redaktionelle Linie. Das meist im Sinne des radikal-freisinnigen Gedankenguts. Ab 1900 bis in die siebziger Jahre war die Zeitung dann das Organ des Freisinns, durchaus allerdings oft auch in Abweichung von der Parteilinie. Seitdem sind die «Nachrichten» parteiunabhängig, aber der Freiheit gepaart mit Selbstverantwortung verpflichtet.

C wie Computer Als fast erste Redaktion der Schweiz führten die SN 1993 eine vollelektronische Lösung für die Textbearbeitung und das Layout ein. Zahlreiche Kollegen anderer Zeitungen besuchten in den folgenden Monaten die SN, um das «Wunderwerk» zu begutachten.

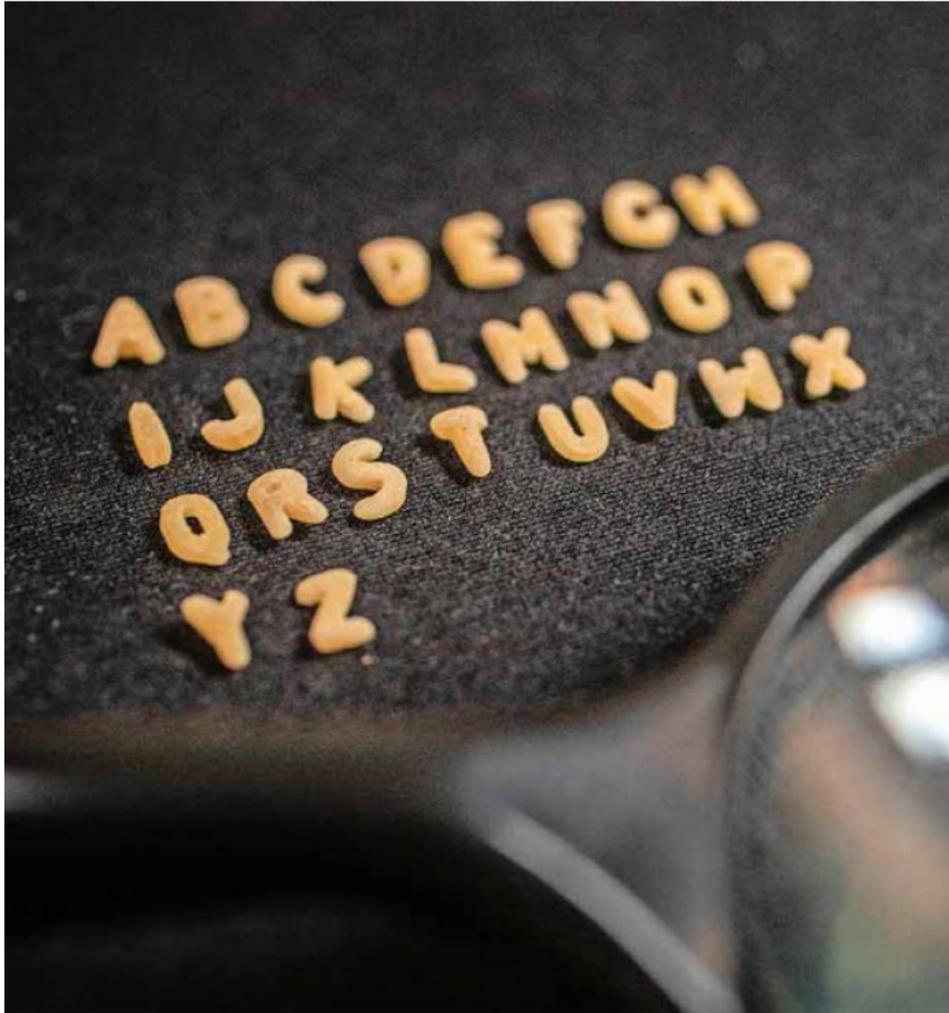
D wie Druckerei Die Zeitungsdruckerei stand einst im Haus, wurde dann vor die Tore der Stadt nach Herblingen verlegt, bestand als eigenes Unternehmen bis 2013. Nach einem kurzen Intermezzo bei der NZZ werden die «Schaffhauser Nachrichten» heute in St. Gallen-Winkeln gedruckt.

E wie EWR Es war die Abstimmung, in der sich die Redaktion fast am stärksten engagierte – jene über den EWR-Beitritt 1992. Die SN-Redaktion war als eine der wenigen im Land für ein Nein – letztlich knapp erfolgreich.

F wie Freuler Ein ganz besonderer Charakterkopf muss Redaktor Hermann Freuler (1841–1903) gewesen sein, der gegen Ende des 19. Jahrhunderts agierte. Er war Mitbegründer des «Intelligenzblatts» und der Verbindung Scaphusia und sass auch im Ständerat. Er war vermutlich der Einzige, der es schaffte, eine Bundeskompetenz wieder an die Kantone zu delegieren. Mit einer Motion brachte er es fertig, dass die Kantone die Todesstrafe wieder einführen durften.

G wie Gautschen Mit «Gautschen» wird ein uralter Brauch bezeichnet, bei dem zu Ende der Lehre die angehenden Schriftsetzer in einer Zeremonie in einem Brunnen von den Sünden ihrer Lehrzeit befreit und ehrenvoll in Reihen der «Schwarzen Kunst» aufgenommen wurden. Letzter Zeremonienmeister war dabei in Frack und Zylinder Gerhard Vogel – wie übrigens auch beim heutigen Bleigiessen (vgl. Orakel).

H wie Humor Nach dem Weltkrieg wurde die Tageszeitung allmählich bunter, bildreicher und auch der Humor gehörte zum Programm. Stellvertretend für eine ganze Reihe von Karikaturisten steht der Name Fritz Bünzli (1918–2011). Über Jahre hinweg publizierte er wöchentlich eine Karikatur, mal brave, mal bitterböse.



Die «Schaffhauser Nachrichten» sind mit ihren 160 Jahren reich an Eigenheiten – von A bis Z.

BILD ROBERTA FELE

I wie Intelligenzblatt Bis Ende 1939 hiessen die heutigen SN «Intelligenzblatt». Das bedeutet nicht, dass die SN sich als besonders intelligent betrachteten, wie böse Mäuler behaupten. Der Begriff kommt vom lateinischen *intelligere* (verstehen) und weist darauf hin, dass die Zeitung dem Leser das Weltgeschehen näher bringen will. Zahlreiche Zeitungen hieszen im 19. Jahrhundert «Intelligenzblatt».

J wie Jugend Massgeschneidert für ein jüngeres, ausgefreudigtes Publikum war von 1965 bis 2013 der Wochenexpress, später Express, die Kulturbeilage der SN. Er erschien einmal wöchentlich als eigener Bund, später als Tabloid der SN beigelegt.

K wie Kolumnen Kolumnen und Kommentare sind ein Herzstück jeder Zeitung. Die Kolumne, die in den SN wohl am längsten erschien, war das «Vordergässli 58». Von seinem Amtsantritt im Jahre 1994 an kommentierte Chefredaktor Norbert Neininger bis zu seinem Tod 2015 wöchentlich Wichtiges, Nebensächliches und Lustiges jeden Samstag.

L wie Leserbrief Diese wurden stets gesondert gepflegt, bis 1919 unter dem Titel «Briefkasten». Heute undenkbar: Über Jahre waren diese Briefe nicht mit Namen gezeichnet. Der vermutlich erste Leserbrief mit einem Namen erschien 1952 im Kampf um die Rheinaustaumauer.

M wie minimal Keine Vorlage wurde derart kurz abgehandelt wie die Abstimmung über die Einführung des Staatsvertragsreferendums 1920. Nur gerade

drei Artikel dazu erschienen in der letzten Woche vor der Abstimmung.

N wie Nein Der skurrilste Abstimmungskampf im «Intelligenzblatt» war die Abstimmung von 1900 über das Proporzwahlrecht. Redaktor Oswald Heer empfahl von Anfang an ein Nein. Als er zum Armeedienst einrücken musste, übernahm Hermann Freuler (vgl. Freuler) die Stellvertretung und empfahl drei Wochen lang ein Ja! Als Oswald zurückkam, hiess es dann wieder Nein – und dabei blieb es.

O wie Orakel Das Orakel ist eine geheimnisvoll raunende Stimme, die beim traditionellen SN-Bleigiessen, das jeweils im Stadttheater stattfindet, den Prominenten, die flüssiges Blei ins kalte Wasser giessen, verkündet, was die entstehende Figur für das kommende Jahr verspricht (vgl. Gautschen).

P wie Parole Abstimmungs- und Wahlparolen haben in den SN Tradition. Ein einziges Mal wurden gleich zwei Parolen publiziert. In der ersten Abstimmung über den Uno-Betritt 1986 vertrat der legendäre Chefredaktor Max Rapold die Neinparole, Inlandredaktor Markus Schärrier schrieb hingegen für den Beitritt.

R wie Rheinau Keine Abstimmung war so von Schaffhausen geprägt wie die Initiative im Jahr 1953 gegen den geplanten Staudamm in Rheinau. Unter der Führung von Kurt Bächtold kämpfte ein Teil der Redaktion vier Jahre lang gegen das Vorhaben. Die Abstimmungsparole der Zeitung, geschrieben von Ernst Uhlmann, lautete den-

noch Nein.

S wie Serie Sogenannte Artikelserien sind bei vielen Redaktoren beliebt, man hat im Gegensatz zu Einzelartikeln fast unbeschränkt Platz, sich mit einem Thema auseinanderzusetzen. Vermutlich eine Rekordserie war die Vorschau auf die Totalrevision der Bundesverfassung von 1872. Sie erklärte den «Intelligenzblatt»-Lesern in 16 (!) Teilen die neue Verfassung.

T wie Telex Heutige Redaktoren können sich das fast nicht mehr vorstellen, aber einst war es der grosse Fortschritt: der Fernschreiber beziehungsweise Telex. Das war eine Art fernbediente Schreibmaschine, die von den Nachrichtenagenturen bedient wurde und ihre Texte in allen angeschlossenen Fernschreibern synchron auf Endlospapier hämmerte. Mit dem Aufkommen von Faxgeräten war der Telex bald ebenso überholt wie der Fax es heute ist ...

U wie unabhängig Die SN haben sich den Übernahmegelüsten der sich zusehends konzentrierenden Schweizer Medienkonzerne erfolgreich widersetzt und gehören heute zu den letzten unabhängigen Tageszeitungen der Schweiz. Seit 2012 beziehen wir für den ersten Zeitungsbund Inhalte vom Mantelteil des «St. Galler Tagblatts»/CH-Media, zuvor waren diese vom «Winterthurer Landboten» geliefert worden.

V wie vollelektronisch Zusammen mit dem Computersystem (vgl. Computer) führten die SN 1993 auch das vollelektronische Archiv ein. Ab sofort konnten am Tag nach der Publikation alle Artikel nach Datum und Stichworten durchsucht werden. Zum 150-Jahr-Jubiläum wurden zudem alle Zeitungen seit 1861 gescannt und können seitdem nach Stichworten, Namen und Ausgaben durchforstet werden.

W wie Website Als eine der ersten Zeitungen in der Schweiz schalteten die SN am 25. September 1995 ihre Website www.shn.ch auf. Darauf konnte die ganze Zeitung auch elektronisch abgerufen werden. Am Anfang war das, wie bei den meisten anderen Zeitungen, gratis. Dann kam das Umdenken: Lange Jahre waren die Inhalte der «Schaffhauser Nachrichten» streng hinter einer «Bezahlwand» geschützt – bis vor Kurzem ein Unikum. Heute sind praktisch alle Online-Contents von Zeitungen zu grossen Teilen (wieder) kostenpflichtig.

Z wie Zunftsaal Alle wichtigen Redaktionssitzungen der SN (vgl. Parole) finden seit dem Jahr 2001 in einem der prachtvollsten Sitzungszimmer statt, welches die Stadt Schaffhausen zu bieten hat: im Zunftsaal zum Kaufleuten aus dem Jahre 1780, auch bekannt unter dem Namen «Kaufleutenstube». Das Gebäude gehört seit 1908 dem Medienhaus Meier & Cie., der Herausgeberin der «Schaffhauser Nachrichten». Doch unsere Vorgänger sind mit dem Schmuckstück offenbar wenig pfleglich umgegangen. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde zwecks Aufstellung von schweren Bleisetzmaschinen im oberen Geschoss die feinstrukturierte Stuckaturdecke durch den Einzug eines Stahlträgers zerstört, die Stuckmarmorwände wurden übermalt und weiterer Schmuck wie Familienwappen entfernt. Seit der aufwendigen Sanierung unter Aufsicht des Denkmalschutzes wird der Saal auch als Veranstaltungsort vermietet, unter anderem natürlich an die Zünfte.

Anzeigen

**Der 100-Jährige gratuliert
der 160-Jährigen!**
Auf weitere erfolgreiche Jahrzehnte!



pfenniger
maler ag



**GEMEINDE
FLURLINGEN**

Die Gemeinde Flurlingen gratuliert den «Schaffhauser Nachrichten» zu ihrem grossen Jubiläum und bedankt sich für die stets gute Zusammenarbeit und die faire Berichterstattung.

Die Köpfe hinter der Meier + Cie AG

So lange die Tradition des Medienhaus Meier ist, so vielfältig sind seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Aus dem Radio kennt man zwar die Stimmen einiger Personen aus dem Unternehmen, aus der Zeitung zumindest den Schreibstil und aus dem Fernsehen doch auch das eine oder andere Gesicht. Es gibt aber noch viele Personen hinter der Kamera. Wir wollen hier dem gesamten Unternehmen und sämtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Gesicht geben, die tagtäglich für den Erfolg der Meier + Cie AG sorgen.



Isabelle Cataldo-Graf
Meier Service Desk
«Schaffhauser Nachrichten»



Lara Christen
Stellvertretende Chefredaktorin
Radio Munot



Nicolas Christen
Lernender Mediamatiker
Meier + Cie AG



Dominic Christinger
Webentwickler
Meier AG



Ralph Denzel
Online
«Schaffhauser Nachrichten»



Marcia Derksen
Redaktion/Moderation
Radio Munot



Sonja Dietschi
Redaktion Zentrum
«Schaffhauser Nachrichten»



Corinne Doss
Leitung Werbeta
Radio Munot



Marcel Fischer
Geschäftsführer
Radio Munot/SHf



Vincent Fluck
Redaktion Lokalzeitung
«Schaffhauser Nachrichten»



Edith Fritschi
Redaktion Agenda
«Schaffhauser Nachrichten»



Martin Fuchs
Systemmanager IT
«Schaffhauser Nachrichten»



Désirée Gächter
Redaktion / Moderation
Radio Munot



Lara Galliker
Lernende Mediamatikerin
Meier + Cie AG



Maria Gerhard
Konzeption und Text
Meier AG



Cornelia Graf
Anzeigendispositi
«Schaffhauser Na



Philipp Honegger
Leiter Digital & IT / Mitglied UL
Meier + Cie AG



Simone Honegger
Musikredaktion / Moderation
Radio Munot



Jessica Huber
Digitale Entwicklung
Meier + Cie AG



Roman Hug
Leiter Finanzen / Mitglied UL
Meier + Cie AG



Geraldine Hutzmann
Layout
«Schaffhauser Nachrichten»



Alexander Joho
Redaktion Weinland
«Schaffhauser Nachrichten»



Franziska Kellenberger
Meier Service Desk
«Schaffhauser Nachrichten»



Marco Kistler
Redaktion / Moder
Radio Munot



Urs Leu
Dienstredaktor Region
«Schaffhauser Nachrichten»



Mark Liebenberg
Leiter Redaktion Stadt
«Schaffhauser Nachrichten»



René Lienhard
Bezirksleiter Frühzustellung
SCHAZO



Regula Lienin
Redaktion Kanton
«Schaffhauser Nachrichten»



Natalie Linsi
Lernende Mediamatikerin
Meier + Cie AG



Susanne Loacker
Produktion 1. Bund
«Schaffhauser Nachrichten»



Karin Lüthi
Redaktion Lokalzeitung
«Schaffhauser Nachrichten»



Ivan Manzano
Finanz- und Rech
Meier + Cie AG



Ramona Melis
Verlagsredaktion
«Schaffhauser Nachrichten»



Dario Muffler
Leiter Redaktion Kanton
«Schaffhauser Nachrichten»



Claudio Mühle
Leitung Technik
Schaffhauser Fernsehen



Barbara Müller
Grafikerin
Meier AG



Gloria Müller
Lernende Mediamatikerin
Meier + Cie AG



Andreas Neuenschwander
Leiter Verkauf
Sonderpublikationen
«Schaffhauser Nachrichten»



Jan Ochsner
Technik
Schaffhauser Fernsehen



Nico Oechslin
Redaktion / Moder
Radio Munot



Ariane Aellig
Redaktionssekretariat
«Schaffhauser Nachrichten»



Fabian Babic
Online
«Schaffhauser Nachrichten»



Nerina Baldauf
Sportchefin/Redaktion
Radio Munot



Franziska Bartel
Redaktion Lokalzeitung
«Schaffhauser Nachrichten»



Angela Baumann
Anzeigendisposition
«Schaffhauser Nachrichten»



Eva Baumann
Verkaufsberatung Aussendienst
«Schaffhauser Nachrichten»



Saskia Baumgartner
Redaktion Neuhausen
«Schaffhauser Nachrichten»



Alfons Beer
Hausdienst
SCHAZO



Lea Biedermann
Lernende Mediamatikerin
Meier + Cie AG



Robin Blanck
Chefredaktor/Mitglied UL
«Schaffhauser Nachrichten»



Evelyne Bögli
Anzeigenmarketing
«Schaffhauser Nachrichten»



Tobias Bolli
Redaktion Klettgau
«Schaffhauser Nachrichten»



Ronja Bollinger
Redaktion/Moderation
Radio Munot



Valeria Breda
Anzeigendisposition
«Schaffhauser Nachrichten»



Melanie Duchene
Fotografin
«Schaffhauser Nachrichten»



Ana Belen Ehrensperger
Lesermarkt
«Schaffhauser Nachrichten»



Tobias Erlemann
Redaktion Sport
«Schaffhauser Nachrichten»



Daniel Ernst
Leitung Finanz- und
Rechnungswesen
Meier + Cie AG



Rolf Fehlmann
Verlagsredaktion
«Schaffhauser Nachrichten»



Kay Fehr
Redaktion Zentrum
«Schaffhauser Nachrichten»



Roberta Fele
Fotografin
«Schaffhauser Nachrichten»



Susanne Gysin
Leitung Anzeigenproduktion
«Schaffhauser Nachrichten»



Lea Silvia Haas
Redaktion/Moderation
Radio Munot



Michael Hägele
Anzeigenproduktion
«Schaffhauser Nachrichten»



Renée Harzenmoser
Redaktionssekretariat
«Schaffhauser Nachrichten»



Thomas Harzenmoser
Leitung Layout
«Schaffhauser Nachrichten»



Heidi Hess
Personaladministration
Meier + Cie AG



Neda Hofer
Praktikantin Online
«Schaffhauser Nachrichten»



Sandra Klingler
Layout
«Schaffhauser Nachrichten»



Daniel F. Koch
Redaktion Sport
«Schaffhauser Nachrichten»



Eva Kunz
Online
«Schaffhauser Nachrichten»



Margrit Kurath
Administration Zunftsaal
«Schaffhauser Nachrichten»



Andreas Kurz
Redaktion Stadt
«Schaffhauser Nachrichten»



Bianca Kyburz
Lernende Mediamatikerin
Meier + Cie AG



Sandra Lanz
Marketing
Radio Munot



Cornelia Marchi
Verkaufsberatung
Sonderpublikationen
«Schaffhauser Nachrichten»



Damiana Mariani
Redaktion Neuhausen
«Schaffhauser Nachrichten»



Thomas Martens
Redaktion Stein/Diessenhofen
«Schaffhauser Nachrichten»



Larissa Maruna
Redaktionssekretariat
«Schaffhauser Nachrichten»



Enea Mascherin
Produktion 1. Bund
«Schaffhauser Nachrichten»



Kerstin Meier
Redaktion Nordagenda
Meier AG



Sacha Meier
Leiter Werbemarkt
«Schaffhauser Nachrichten»



Daniela Palumbo
Verlagsredaktion Magazine
«Schaffhauser Nachrichten»



Tomislav Pejnovic
Programmierung
Radio Munot



Samuel Peter
Redaktion/Moderation
Radio Munot



Severin Pfeffer
Redaktion/Moderation
Radio Munot



Isabelle Provenzano
Lesermarketing
«Schaffhauser Nachrichten»



Mia Raasch
Lesermarketing
«Schaffhauser Nachrichten»

Fortsetzung auf
Seite 33

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH

Somedia gratuliert herzlich zum 160-Jahr-Jubiläum und wünscht für die Zukunft viel Glück und Erfolg.

VIADUCT

somedia
PRODUCTION
PRINT VIDEO WEB

somedia
PROMOTION
ZEITUNG RADIO TV ONLINE

A1518690



Wir gratulieren den «Schaffhauser Nachrichten» herzlich zum 160-jährigen Jubiläum und danken für die gute Zusammenarbeit.

TCS Sektion Schaffhausen

052 630 00 00

tcssh.ch

A1518862



Der Regierungsrat gratuliert den Schaffhauser Nachrichten zum Jubiläum – und freut sich auf eine weiterhin unabhängige Berichterstattung über unseren Kanton.

A1519652

stadtgemeinde

diessenhofen



Herzlichen Glückwunsch

Die Stadt Diessenhofen gratuliert den «Schaffhauser Nachrichten» zum 160-jährigen Jubiläum und dankt für die stets kompetente Berichterstattung. Wir freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

A1519124

Herzliche Gratulation zum Jubiläum!

Das Team von Rimuss & Strada gratuliert ganz herzlich zum 160-jährigen Jubiläum!



A1519012

Seit über 150 Jahren die Stimme aus dem Klettgau.

Wir gratulieren den «Schaffhauser Nachrichten» zu 160 Jahren Medienvielfalt im Kanton.

Klettgauer BOTE
Die Zeitung für den Schaffhauser Klettgau

A1519206



Alten | Kleinandelfingen | Oerlingen
Gemeinde Kleinandelfingen

Objektiv, ausführlich und regional; so berichten die «Schaffhauser Nachrichten» seit 160 Jahren über das Geschehen in den Gemeinden.

Der Gemeinderat Kleinandelfingen gratuliert den «Schaffhauser Nachrichten» zu dieser konstanten Meisterleistung und wünscht ihr weiterhin eine gute Berichterstattung.

A1519251

Vito Serratore AG
Gipsergeschäft Dörflingen
Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum!



Telefon 052 654 15 85
www.vitoserratoreag.ch

Gips mit Amore



Niklas Rapold
Redaktionspraktikant
«Schaffhauser Nachrichten»



Beat Rechsteiner
Unternehmensleiter
Meier + Cie AG



Ella Ricci
Redaktionspraktikantin
«Schaffhauser Nachrichten»



Sibylle Russenberger
Leiterin Lesermarkt/ Marketing
«Schaffhauser Nachrichten»



Franziska Rüttschi
Grafikservice
«Schaffhauser Nachrichten»



Fisun Sanez
Finanz- und Rechnungswesen
Meier + Cie AG



Jacqueline Schaad
Lesermarketing/
Meier Service Desk
«Schaffhauser Nachrichten»



Zvezdana Schällebaum
Grafikservice
«Schaffhauser Nachrichten»



Gian Leo Schäppi
Redaktionspraktikant
«Schaffhauser Nachrichten»



Mark Schiesser
Redaktion Lokalzeitung
«Schaffhauser Nachrichten»



Christine Schnapp
Produktion 1. Bund
«Schaffhauser Nachrichten»



Christian Schnell
Verkaufsberatung Aussendienst
«Schaffhauser Nachrichten»



Susanne Scholpp
Leiterin Anzeigendisposition
«Schaffhauser Nachrichten»



Daniela Schwaninger
Assistenz Unternehmensleitung
«Schaffhauser Nachrichten»



Sven Schwarz
Leiter Webentwicklung
Meier AG



Johanna Spitz
Redaktionspraktikantin Kauffrau
Meier + Cie AG



Susanne Spycher
Verkaufsberatung Sonder-
publikationen
«Schaffhauser Nachrichten»



Christian Stamm
Geschäftsführer
SCHAZO



Reinhard Standke
Produktion Sport
«Schaffhauser Nachrichten»



Oliver Stapfer
Produktion 1. Bund
«Schaffhauser Nachrichten»



Karin Stauffer
Leitung Hausdienst
SCHAZO



Hans Christoph Steinemann
Redaktion Sport
«Schaffhauser Nachrichten»



Rico Steinemann
Redaktion Inland
«Schaffhauser Nachrichten»



Matthias Stöckli
Verkaufsberatung Aussendienst
«Schaffhauser Nachrichten»



Elena Stojkova
Redaktion Stadt
«Schaffhauser Nachrichten»



Sandro Stoll
Stellvertretender Chefredaktor
«Schaffhauser Nachrichten»



Andrea Strobl-Güss
Redaktion Nordagenda
Meier AG



Ralph Stuber
Verträgerchef
SCHAZO



Andrea Tedeschi
Redaktion Inland
«Schaffhauser Nachrichten»



Daniel Thüler
Redaktion Zentrum
«Schaffhauser Nachrichten»



François Traber
Systemmanager IT
Meier + Cie AG



Sabrina Tschanz
Empfang Sekretariat
Radio Munot



Stefanie Tumler
Redaktion/ Moderation
Radio Munot



Loris Vetter
Lernender Mediamatiker
Meier + Cie AG



Alexander Vitolic
Redaktion Beilagen
«Schaffhauser Nachrichten»



Jana Vollmer
Meier Service Desk
«Schaffhauser Nachrichten»



Mona Vollstuber
Kundenberatung
Radio Munot



Selina Wassmer
Lernende Mediamatikerin
Meier + Cie AG



Angela Weiss
Chefredaktorin
Radio Munot



Liv Weltzien
Redaktionspraktikantin
«Schaffhauser Nachrichten»



Beate Werra
Leitung Zustellung
SCHAZO



Mika Widmer
Lernender Mediamatiker
Meier + Cie AG



Hans Wirz
Verkaufsberatung Gastronomie
«Schaffhauser Nachrichten»



Alfred Wüger
Redaktion Zentrum
«Schaffhauser Nachrichten»



Jurga Wüger
Redaktion Zentrum
«Schaffhauser Nachrichten»



Reto Zanettin
Redaktion Inland
«Schaffhauser Nachrichten»



Daniel Zinser
Leiter Online
«Schaffhauser Nachrichten»



Rolf Zollinger
Bezirksleiter
SCHAZO



Sabrina Zwicker
Redaktion/ Moderation
Radio Munot

Gute Aussichten.



Die Gemeinde Laufen-Uhwiesen gratuliert zum Jubiläum.

A1519438

Damals wie heute. Strom für Ihre Ideen.



Die elektrische Küche
billig — sauber — bequem — zuverlässig
Anschaff- über Apparate und Strombezug durch das
:: Elektrizitätswerk ::
des Kantons Schaffhausen

**Inserat aus dem Jahr 1930 in den Schaffhauser Nachrichten.
Wir gratulieren zum Jubiläum!**

Energie für Ihre Ideen 

A1519232

AUCH WIR HABEN SCHON EINIGE JAHRE AUF DEM BUCKEL ...

Druckerei Steckborn Bote vom Untersee und Rhein

131 Jahre Druckerei Steckborn
121 Jahre «Bote vom Untersee und Rhein»

Wir gratulieren der 160-jährigen «SN» und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ganz herzlich und wünschen weiterhin alles Gute.

Eure Kolleginnen und Kollegen aus Steckborn

A1519262



Die Gemeinde Dachsen dankt den «Schaffhauser Nachrichten» für ihres Engagement zugunsten unserer Region beidseits des Rheins. Wir schätzen die Berichterstattung der SN über die Aktivitäten in unserer Gemeinde.

Die Gemeinde Dachsen gratuliert der SN zu ihrem 160-jährigen Jubiläum und wünscht ihr weiterhin Eigenständigkeit und viel Erfolg.

A1519880

MANNHART & FEHR TREUHAND AG feiert mit!

Solange man mit einem Fernsehapparat keine Fliege totschiessen kann, solange kann er keine Zeitung ersetzen.

Manfred Rommel

Mannhart & Fehr Treuhand AG gratuliert herzlich zum 160-Jahre-Jubiläum

MANNHART & FEHR TREUHAND AG
Winkelriedstrasse 82, 8203 Schaffhausen, Telefon +41 52 632 20 20
info@mf-treuhand.ch, www.mf-treuhand.ch


MANNHART & FEHR

A1519886

Schiffli verschenken



urh.ch / gutschein

Wir gratulieren den Schaffhauser Nachrichten zu 160 Jahren!
Wem gratulieren Sie? Schenken Sie Emotionen.

 Schweizerische Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein AG
T +41 52 634 08 88 • urh.ch

A1519189

**WENGER + WIRZ
ELEKTRO
TELEMATIK**

Ihr Elektroprofi mit Power.

Wenger + Wirz AG
052 634 06 60, info@wenger-wirz.ch
www.wenger-wirz.ch

Schaffhausen
Stein am Rhein
Diessenhofen

MANNHART & FEHR TREUHAND AG feiert mit!

Die Presse hat die Aufgabe, das Gras zu mähen, das über etwas zu wachsen droht.

Alfred Polgar

Mannhart & Fehr Treuhand AG gratuliert herzlich zum 160-Jahre-Jubiläum

MANNHART & FEHR TREUHAND AG
Winkelriedstrasse 82, 8203 Schaffhausen, Telefon +41 52 632 20 20
info@mf-treuhand.ch, www.mf-treuhand.ch


MANNHART & FEHR

A1519724

Wie das Inserat Beachtung findet

Werbung gehört zur Zeitung und generiert Aufmerksamkeit. Aber wie finden Anzeigen und Inserate eigentlich ihren Weg ins Blatt? Der SN-Werbemarkt zeigt tagtäglich, wie es geht.

Ramona Melis

Montagsmorgen, 7.30 Uhr, Abteilung Werbemarkt der «Schaffhauser Nachrichten»: Das Hemd ist fein gebügelt, das Jackett fusselfrei, die Haare sorgfältig gekämmt. Nach einem heissen Espresso ist Matthias Stöckli bereit für seinen ersten Termin früh am Morgen. Als Verkaufsberater im Aussendienst besucht er seine Kundschaft, wann immer diese Zeit findet und wo immer sie sich auch befinden mag.

Seine Mission: Dem Anliegen der Kundschaft eine möglichst optimale Präsenz auf den verschiedenen Kanälen der «Schaffhauser Nachrichten» zu verschaffen. Reicht ein Inserat, soll es eine Publireportage sein, oder kommt eine Sonderbeilage in Frage? Wann ist der richtige Zeitpunkt und welcher Teil der Zeitung stärkt die Aufmerksamkeit? Oder lohnt es sich für den Kunden, ein Banner auf der SN-Webseite shn.ch zu platzieren? «Wir erkennen die Bedürfnisse der Kunden rasch, das ist unsere Stärke. So finden wir in der Regel für jedes noch so individuelle Problem eine ideale Lösung», erklärt Matthias Stöckli.

Auch crossmediale Lösungen rücken immer stärker in den Fokus der Kundschaft. Das bedeutet, dass ein Werbekonzept über das ganze Medienhaus Meier + Cie. entsteht: ein Inserat in den «Schaffhauser Nachrichten», ein Spot bei «Radio Munot», ein TV-Spot beim «Schaffhauser Fernsehen» und



Angela Baumann, Anzeigendisposition, Matthias Stöckli, Verkaufsberater, und Evelyne Bögli (v.l.), Anzeigenmarketing, sind im Werbemarkt täglich für die Optimierung der Kundenwünsche im Einsatz. BILD RAMONA MELIS

eine Video-Publireportage auf shn.ch – die Möglichkeiten sind vielfältig.

Das passende Gefäss finden

Um 9 Uhr sind Inserent und Matthias Stöckli glücklich: Für alle Anliegen und Veranstaltungen seines Kunden konnte der Berater ein passendes Gefäss finden. Zurück im Büro des SN-Werbemarkts geht es ans Eingemachte, denn schon in wenigen Tagen soll das erste Inserat in der

nächsten Grossauflage erscheinen. Bei den Damen der Anzeigendisposition geht es zackig zu und her – kaum trifft der Auftrag bei Angela Baumann ein, ist er auch schon im Buchungssystem eingetragen. So geht kein Inserat vergessen und erscheint am richtigen Tag in der richtigen Sparte. Eben gebucht, stellt sich schon die Frage nach dem Druckmaterial: Wie gross ist das Inserat genau? Soll es farbig oder schwarz-weiss sein? Wer gestaltet das Sujet? Der Kunde

hatte bisher wenig mit Gestaltung und Grafik zu tun – er ist froh, wenn die SN ihm dabei behilflich sind. Das versierte Team in der Abteilung Anzeigenproduktion platziert das Inserat später nicht nur im Layout der Zeitung, sondern kreiert aus dem Logo des Kunden und den wichtigsten Informationen ein ansprechendes Sujet im perfekt eingepassten Format. Diese Vorlage, das sogenannte «Gut zum Druck», geht anschliessend per Mail zum Inserenten. Sagt es dem Kunden zu, kann es änderungsfrei in der Zeitung vom Mittwoch erscheinen.

Täglich neue Herausforderungen

Montagnachmittag, 14.30 Uhr: Evelyne Bögli sitzt über ihren Notizen. Gerade bereitet sie ein Mailing für eine Sonderpublikation zu einem Jubiläum vor. Viele Partner und Lieferanten des Kunden sind involviert – mit einem Inserat möchten sie gratulieren und ihre Wertschätzung ausdrücken. Aber auch die Druckerei, die Verlagsredaktion und die Anzeigenproduktion müssen über den angedachten Terminfahrplan informiert sein. Anzeigenmarketing nennt man das, was Evelyne Bögli Kernkompetenz ausmacht.

Das Mailing ist nur der erste Versuch einer Kontaktaufnahme seitens «Schaffhauser Nachrichten» mit den Partnern sowie Lieferanten der Kundschaft. Zwei nette Damen vom Telefonverkauf erinnern ein bis zwei Wochen im Nachhinein freundlich an das vorgeschlagene Angebot. Und so entwickelt sich eine persönlich gestaltete Sonderpublikation wie ein farbenfrohes Puzzle langsam zu einem Ganzen. Abgerundet werden die Anzeigen in einer solchen Beilage mit interessanten Beiträgen über den Kunden, seine Geschichte, seine Werte und seine Dienstleistungen, verfasst von der Verlagsredaktion.

Anzeige

Wir gratulieren den «Schaffhauser Nachrichten» zum 160-Jahr-Jubiläum.

SCHAZO
SCHAFFHAUSER
ZUSTELLORGANISATION

Vordergasse 58 – Ebnatring 29 b | 8200 Schaffhausen
+41 52 624 11 10 | sekretariat@schazo.ch | www.schazo.ch



MIT SICHERHEIT VORAUS.

**GEHEN SIE RICHTIG MIT RISIKEN UM?
SPRECHEN SIE MIT UNS, WIE SIE RISIKEN
ERKENNEN, VERMEIDEN UND VERSICHERN.**

Wir beraten Sie ganzheitlich in den Themen Risikomanagement, Versicherung und Vorsorge und leisten einen wesentlichen Beitrag zu Ihrem nachhaltigen Erfolg. Profitieren Sie von unserer Expertise in Ihrer Branche im Umgang mit den versicherbaren und nicht versicherbaren Risiken Ihres Unternehmens.

www.kessler.ch

A1519425

**VERTRAUEN SIE AUF PROFESSIONALITÄT UND ERFAHRUNG, IN BESTEN HÄNDEN
FÜR VIELSEITIGE DIENSTLEISTUNGEN!
WAS DÜRFEN WIR FÜR SIE TUN?**

Für die persönliche Beratung,
wenn es um Ihre Immobilien geht

- Verwaltung / Bewirtschaftung
- Vermietung / Erstvermietung
- Verkauf / Vermittlung
- Bewertung / Beratung



info@rgb-immobilien.ch

T +41 52 654 09 60

RGb immobilien gmbh

CH 8200 Schaffhausen

WWW.RGB-IMMOBILIEN.CH



A1519485



Gemeinderat und Verwaltungsteam
gratulieren den «SN»
zum grossen Jubiläum und freuen sich
auf weitere 160 Jahre gute Zusammenarbeit.

A1519509

SEIT **160 TAGEN** ONLINE UND SCHON EINE FESTE GRÖSSE

schaffhausen24

LOKAL · ONLINE · GRATIS

**Wir gratulieren unserem Hauptsponsor
zum 160 Jahre Jubiläum!**



A1519655

Seit 152 Jahren
Druck in Schleithem.

Das stamm.team gratuliert den
«Schaffhauser Nachrichten»
herzlich zum **160sten** und
dankt für die starke Partnerschaft.



A1519178

Stetig verändert sich ALLES!
... die Stadt, das Land, der Ort, der Raum und wir uns selbst!
... ebenso die Medien und auch die Schaffhauser Nachrichten!

Nur SCHARF bleibt scharf!

Herzliche Gratulation zu 160 Jahren permanenter Veränderung!



Bild: Pierre Héna

A1519665

Gemeinde Trüllikon



Die Schaffhauser Nachrichten können auf 160 Jahre als wichtige Informationsbörse in und um Schaffhausen zurückblicken. Wir danken für die objektive Berichterstattung und freuen uns, dass auch in Zukunft eine Seite für die Weinländer Gemeinden reserviert ist. Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum.

Gemeinderat Trüllikon

A1519548

Die Medien in all ihren Facetten

Im Medienunternehmen Meier + Cie AG Schaffhausen trifft man viele Lernende und Praktikanten an. Sie sprechen über das Lernen, Offenheit, Tratsch – und den Sprung ins kalte Wasser.

Elena Stojkova

Eine Lehre beim Medienunternehmen Meier + Cie AG Schaffhausen zu absolvieren bedeutet, in viel mehr als nur einen Beruf hineinsehen zu können. Vier Jahre dauert die Ausbildung, acht Stationen durchlaufen die angehenden Mediamatikerinnen und Mediamatiker. Im Moment sind es neun Lernende, die in den Räumlichkeiten der «Schaffhauser Nachrichten», des Radio Munot oder des Schaffhauser Fernsehens anzutreffen sind. Sie sind sich einig: So viel Abwechslung während einer Lehre ist etwas Besonderes. «Andere Lernende haben diesen Vorteil nicht», sagt Loris Vetter, der das 3. Lehrjahr in der «Meierei» absolviert. «Falls eine Abteilung «nicht so dein Ding» ist, weisst du, es kommen noch andere.» Das sei ihm aber noch nicht passiert. Er habe jeweils diejenige Abteilung die beste gefunden, in der er gerade tätig war, sagt der

«Learning by doing ist wichtig. Aber wenn es nur noch doing und nicht mehr learning ist, finde ich das nicht gut.»

Ivan Manzano
Berufsbildner

18-Jährige und lacht. «Der Einblick in die verschiedenen Abteilungen ist sehr sinnvoll für die spätere Berufswahl.»

Alle neun Lernenden – in der Regel sind es zwei pro Lehrjahr – absolvieren die Berufsmatur, sind jeweils zwei Tage wöchentlich in der Handelsschule KV. Im ersten Lehrjahr sind sie im Werbe- und Lesermarkt tätig, wo sie Kontakt mit Anzeigenkunden beziehungsweise Abonnenten der Zeitung haben. Im zweiten Lehrjahr schauen sie in die Abteilung Finanzen sowie ins Onlineteam, das sich um die Website shn.ch kümmert. Das Aufbereiten von Sendungen, das Filmen, Vertonen und Schneiden folgt im dritten Lehrjahr beim Schaffhauser Fernsehen und bei Radio Munot. Und im letzten Lehrjahr sind sie im Marketing, wo sie Werbemittel mitgestalten, und beim IT-Service tätig. «Mediamatiker ist ein anspruchsvoller Job», sagt Berufsbildner Ivan Manzano. Bei Vorstellungsgesprächen achtet er auf die Kontaktfreudigkeit der jungen Menschen. Offen müsse man sein, auch mit Reklamationen und Kritik klarkommen können. Als Berufsbildner sei Zeit das Wichtigste, das man den Lernenden geben könne. Jeden Monat findet er sich zu einem Workshop mit ihnen zusammen, wo aktuelle Anliegen besprochen werden. «Learning by doing» sei zwar bedeutend, sagt er. «Aber wenn es nur noch doing und nicht mehr learning ist, finde ich das nicht gut. Die Lernenden sind zum Lernen da.»



gesprächen achtet er auf die Kontaktfreudigkeit der jungen Menschen. Offen müsse man sein, auch mit Reklamationen und Kritik klarkommen können. Als Berufsbildner sei Zeit das Wichtigste, das man den Lernenden geben könne. Jeden Monat findet er sich zu einem Workshop mit ihnen zusammen, wo aktuelle Anliegen besprochen werden. «Learning by doing» sei zwar bedeutend, sagt er. «Aber wenn es nur noch doing und nicht mehr learning ist, finde ich das nicht gut. Die Lernenden sind zum Lernen da.»

Schnell verfliegt die Zeit

Eine der acht Stationen ist das Onlineteam (OPP, Online Produktions Pool). Hier lernen die Auszubildenden, mit Kameras umzugehen, zu filmen, zu fotografieren, Drohnen zu fliegen, Online-Quizes zu gestalten. Sie schaffen einen Mehrwert für die Website shn.ch, wie Eva Kunz sagt. Sie ist Teil der Onlineredaktion und bildet die Lernenden mit aus. Anfangs sei die Betreuung eng. Zusammen gehe sie oder ein Teammitglied mit den Lernenden an Anlässe, führt sie dort zum Beispiel ins Filmen und später ins Videoschneiden ein. «Mir ist wichtig, dass die Lernenden das nötige Handwerk

mitnehmen, das sie später im Berufsleben nutzen können», sagt Kunz. Auf selbstständiges Arbeiten legt sie Wert. «Sie dürfen ausprobieren und selbst Ideen bringen.»

Lara Galliker ist im vierten und somit letzten Lehrjahr, momentan in der Abteilung Marketing. Schnell sei die Zeit verfliegen. Natürlich gebe es Abteilungen, die den Lernenden mehr und andere, die ihnen weniger Spass machen. Sie merkt, dass sie Vorteile gegenüber Lernenden anderer Betriebe hat, deren Ausbildung weniger vielfältig ist. «Im OPP habe ich gelernt, Artikel aufzubereiten, im Marketing habe ich ausgewertet, wie die Artikel bei der Leserschaft ankommen», sagt sie. «Man kann die Abläufe bei der Zeitung von Anfang bis Schluss nachvollziehen.» Ausserdem, sagt die 19-Jährige und lacht, bekomme man als Lernende viel Tratsch mit – sogar abteilungsübergreifend.

Im ersten Lehrjahr ist Bianca Kyburz, tätig ist sie momentan im Abo-service. Mediamatik, das seien eigentlich drei Lehren in einem: Informatik, Grafik und das KV. «Ich finde Journalismus sehr spannend. Mit dieser Lehre habe ich meine Traumstelle gefunden, da ich in so viele Abteilungen einen Einblick bekomme.»

Die angehenden Mediamatikerinnen und Mediamatiker, v. l.: Nicolas Christen (3. Lehrjahr), Loris Vetter (3.), Mika Widmer (4.), Lara Galliker (4.), Selina Wassmer (4.), Natalie Linsi (1.), Bianca Kyburz (1.), Lea Biedermann (2.), Gloria Müller (2.).

BILD ALEXANDER VITOLIC

Praktikum bei den SN Viel mehr als schreiben

Nicht nur Lernende trifft man in den Gängen der Meier + Cie AG an, sondern auch Praktikantinnen und Praktikanten der «Schaffhauser Nachrichten» – das ganze Jahr über. Meist bleiben sie mehrere Monate lang, einige bleiben auch ein Jahr, wenn sie das Praktikumsjahr der Fachmittelschule bei den SN absolvieren. Schon lange werden Praktika angeboten, sagt Sandro Stoll, stellvertretender Chefredaktor der SN. Auch er selbst hat hier ein Praktikum gemacht.

Was muss ein junger Mensch für ein Praktikum bei der Zeitung mitbringen? «Grosses und lebhaftes Interesse an unserem Beruf», sagt Stoll. Von Vorteil sei, wenn schon erste Schreiberehrfahrungen gemacht wurden. Und eine offene, kommunikative Persönlichkeit.

Hauptziel sei natürlich, den Praktikantinnen und Praktikanten die Möglichkeit zu geben, den Beruf kennenzulernen. Vom ersten Tag an sind sie Teil des Teams, nehmen an Sitzungen teil. Zur Seite gestellt wird ihnen eine Redaktorin oder ein Redaktor als «Gotte» oder «Götti», die oder der sie unterstützt, Texte mit ihnen vorbespricht und gegenliest. Der Sprung ins kalte Wasser folgt schnell,

Texte werden schon in den ersten Tagen geschrieben. Mit der SN-Gotte oder dem SN-Götti wird an den Texten gefeilt, das verlangt oft auch Kritikfähigkeit. «Die Ansprüche sind relativ schnell relativ hoch», sagt Stoll. «Die Leserinnen und Leser wollen gut recherchierte Texte. Egal, ob sie von Redaktoren oder Praktikanten stammen.»

Etwa zwölf junge Leute machen pro Jahr ein Praktikum bei den SN. Wenn es gut verläuft, profitieren beide Seiten, sagt Stoll. Die Praktikanten bekommen einen Einblick in den Journalismus, gleichzeitig unterstützen sie die Redaktion. Sie bringen frischen Wind: «Sie bereichern die Zeitung mit ihren Ideen und Ansichten.» Und schreiben nicht zuletzt tolle Geschichten, auf die sie stolz sind.

Von Höhen und Tiefen

Die 18-jährige Liv Weltzien ist seit Ende September und noch bis Ende dieses Jahres Praktikantin bei den SN. Nach der Matura hat sie beschlossen, ein Zwischenjahr einzulegen und stiess auf die Praktikumsausschreibung. Die Arbeit sei sehr vielfältig. «Ich habe meine Höhen und Tiefen», sagt sie. Manchmal ver-

zweifle sie ein wenig bei gewissen Artikeln. «Aber wenn ich am nächsten Tag das Resultat in der Zeitung sehe, ist das schon ein cooles Gefühl.» Dass man bei diesem Job gleich zu Beginn ins kalte Wasser geworfen werde, darauf sei sie vorbereitet gewesen. Mühe bereitete ihr anfangs, auf Leute zuzugehen oder sie anzurufen und Fragen zu stellen. «Es läuft aber immer besser. Die Arbeit bei den SN hat mich weitergebracht.»

Kay Fehrs halbjähriges Praktikum bei den «Schaffhauser Nachrichten» ist schon vier Jahre her. Anfang November dieses Jahres ist er zu der Zeitung zurückgekehrt und arbeitet nun im Vollzeitpensum auf der Redaktion. Er erinnert sich ans Jahr 2017 zurück: Im Praktikum habe er gelernt, auf Leute zuzugehen und: dass Journalismus viel mehr ist als schreiben. «Es heisst recherchieren, Gespräche führen, an Anlässe gehen. Es heisst, flexibel sein zu müssen, Kritik einzustecken.» Viel Spass habe ihm das Praktikum damals gemacht, es sei aber auch fordernd, manchmal zäh gewesen, wenn es mit einem Thema und Artikel nicht weiterging. «Das Praktikum hat mich gut vorbereitet auf den Job hier.» (est)



Aktuell Praktikantin bei den SN: Liv Weltzien.

BILDER ROBERTA FELE



Eva Kunz (Onlineteam) und Lea Biedermann (r., im 2. Lehrjahr).



Vor vier Jahren SN-Praktikant, nun zurück bei der Zeitung: Kay Fehr.

PLANZER
planzer.ch

Planzer gratuliert den Schaffhauser Nachrichten zum 160-jährigen Jubiläum.

A1519674

ch media print

www.chmediaprint.ch

Startklar? Wir sind bereit!

A1519411

clientis.ch



160 Jahre Schaffhauser Nachrichten
Wir gratulieren herzlich zum Jubiläum!

Clientis
Ihre Bank

A1519424

Herzlichen Glückwunsch



Die Politische Gemeinde Schlatt gratuliert den Schaffhauser Nachrichten zum 160-jährigen Jubiläum und dankt für die stets kompetente Berichterstattung. Wir freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

A1519008



KAWO SERVICES AG

SCHAFFHAUSEN ZÜRICH BASEL ST. GALLEN

- HAUSWARTUNG
- UNTERHALTSREINIGUNG
- FACILITY SERVICES
- DESINFEKTION
- GRAFFITIENTFERNUNG

KLEINBUCHBERGWEG 10 CH-8200 SCHAFFHAUSEN
T +41 52 625 18 18 info@kawo.ch www.kawo.ch

A1519646

Auf den Grund gehen, recherchieren, einordnen und manchmal auch herausfordern: Wir gratulieren den «Schaffhauser Nachrichten» zum Jubiläum und freuen uns, weiterhin auf eine selbstständige Tageszeitung für Schaffhausen zählen zu können.



Trapeze gratuliert den Schaffhauser Nachrichten!

Trapeze-Lösungen sorgen für Mobilität – in Schaffhausen und weltweit.



Feste feiern, wie sie fallen.

Mit einer Sonderbeilage in den «Schaffhauser Nachrichten». Erfahren Sie mehr unter www.shn.ch/sonderbeilage



Historische Ereignisse und die Haltung der SN

10. FEBRUAR 1870

Unfehlbarkeit des Papstes

«Nicht zurückgeschreckt durch den Widerstand der hervorragendsten Bischöfe, welche sich gegen den Verfassungsbruch mit aller Gewalt stemmen, nicht achtend der Vernunft und der Opposition der hervorragendsten Theologen und Kirchen Historiker — geht die Jesuitenpartei auf der vaticanischen Synode ihren Weg zur Dekretierung des ungeheuerlichen Satzes von der Unfehlbarkeit des Papstes.»

28. MAI 1881

Eröffnung des Gotthardtunnels

«Ist es daher ein Wunder, wenn auf diesen Schienenweg allerorts so grosse Hoffnungen gesetzt werden? Die Völker der beteiligten Staaten erwarten grossartige und wohlthuende Wirkungen auf dem manigfachen Felde der Volkswirtschaft. Mögen sie nicht getäuscht werden!»

28. JUNI 1914

Attentat auf österreichischen Thronfolger in Sarajewo

«Im Interesse des österreichisch-ungarischen Staates, nicht minder auch im Interesse des europäischen Friedens ist zu wünschen, dass Kaiser Franz Joseph die Kraft besitzen möchte, diesen letzten, furchtbaren Schlag zu überwinden.»

1. SEPTEMBER 1939

Angriff Deutschlands auf Polen

«in gewissem Sinne überraschend, ist die plötzliche Verschärfung der Lage und dann das schier Unfassliche des Kriegsausbruches erfolgt. Wer dafür verantwortlich zu machen ist, die Welt weiss es jetzt schon genau.»

OKTOBER 1962

Kuba-Krise

«Das Gleichgewicht der Macht ist die beste Voraussetzung für die Friedenserhaltung, leider die einzige, die wir besitzen. Von ihr hängt auch das Schicksal unseres Landes ab. Die Erschütterung des Gleichgewichtes hat Präsident Kennedy in seiner Rede als die eigentliche Ursache für seine Massnahmen bezeichnet. Kuba und die Errichtung von Raketeninseln bedeuten nur eine zusätzliche Bedrohung.»

4. JULI 1954

Das Wunder von Bern

«Die epischen Fussball-Weltmeisterschaft 1954, die mit einem zweieinhalbwöchigen Endrundenturnier in der Schweiz zum Abschluss gebracht wurde, ergab ein unerwartetes Klassement mit keinem der überseeischen Teams in einem der drei ersten Ränge. Diese Tatsache lässt die Feststellung zu, dass sowohl in Uruguay wie in Brasilien der Nachwuchs an Spitzenspielern nicht derart stark ist, um Lücken, die durch Abgänge entstehen, rasch wieder auffüllen zu können.»

1. OKTOBER 1949

Ausrufung der Volksrepublik China

«Die Entwicklung in China stellt den gesamten Westen vor die Frage, ob die Regierung Mao Tsetung anzuerkennen sei oder nicht. In den Vereinigten Staaten ist die Stimmung mehrheitlich scharf ablehnend. In Grossbritannien dagegen scheint die Regierung entschlossen, die Anerkennung vorzunehmen.»

8. MAI 1945

Kapitulation Deutschlands

«Der grosse Tag, den die Völker Europas seit Jahr und Tag herbeigefleht haben, ist Wirklichkeit geworden. Ein Krieg von beispielloser Härte und Grausamkeit ist ausgekämpft. Eine Nation, die ausgezogen war, die Welt zu erobern und sich Untertan zu machen, liegt zerschmettert am Boden.»

22. NOVEMBER 1963

Ermordung John F. Kennedys

«Es ist nicht allein das Wissen um die Macht und die Verantwortung des Präsidenten, in deren Schutz wir uns in den vergangenen Jahren einigermaßen geborgen fühlten, die uns den Verlust einer Familie und eines fernen Volkes mitempfinden lässt. John F. Kennedy hatte auch unser aller Herz ein wenig gewonnen — vorerst nicht als Staatsmann, sondern als Mann des Muts, als Kämpfer wider die Trägheit der gegebenen Verhältnisse und als Wegweiser zu Horizonten, hinter denen er und wir eine schönere, eine freie und friedliche Welt erträumten.»

6. JULI 1969

Mondlandung

«Das technische Zeitalter, in dem wir leben, kennt keine Märchen und Mythen mehr. Dennoch aber gibt es so etwas wie eine der Technik innewohnende, mächtig wirksame Phantasie, die in den Bildern der modernen Science fiction zutage tritt, ja, wir sind eben jetzt die Zeugen eines ungeheuerlich faszinierenden Vorgangs — dass sich nämlich die Unterschiede zwischen Wirklichkeit und Science fiction immer mehr verwischen.»

17. JUNI 1973

Watergate-Affäre

«Es ist einigermaßen schwierig, eine Bilanz über die fünfjährige Amtszeit des zurückgetretenen Präsidenten der USA zu sichten: dem wertenden Blick steht die umstrittene Persönlichkeit Richard Nixons, die er noch lange bleiben wird, im Wege. Er hat selbst wacker dazu beigetragen, Zweifel an ihm zu nähren und die Schatten länger zu machen.»

19. NOVEMBER 1985

Gorbatschow und Reagan in Genf

«Aber er, der Chronist, ist sehr erleichtert, dass nicht nur ihre beiden Damen, sondern dass auch die «Herren der Schöpfung» sich fürs erste daraufhin geeinigt haben, dass diese Welt, also unsere Erdkugel, viel zu schön sei, um sie mit Atombomben kaputt zu machen und dass irgendeine Form des friedlichen Zusammen- oder Nebeneinanderlebens möglich sein müsse.»

28. SEPTEMBER 1993

Einigung zwischen Israel und Palästinensern

«Vor allem aber hängt nun Gelingen oder Scheitern einzig und allein von der palästinensischen Bevölkerung der besetzten Gebiete ab. Total unerfahren in selbst relativer Freiheit und Demokratie, wird sie in übergrösser Verantwortung genommen. Funktioniert die Selbstverwaltung, dann ist die Strasse zum Frieden vorerst frei.»

16. DEZEMBER 1992

EWR-Abstimmung

«In diesem Sinn ist das Nein zum EWR ein Ja zum schweizerischen System. Es ist aber — so paradox das tönen mag — auch ein Ja zu Europa. Wir hoffen zumindest, dass mit dem Nein zum EWR in erster Linie der dem Volk vorgelegte EWR-Vertrag und diese EG, die behauptet, Europa zu sein, anvisiert sind. Die Schweiz — ausdrücklich nicht nur die Schweizer Politiker... — wird sich jetzt darum überlegen müssen, was ihr Beitrag zu einem Europa sein kann, in dem die Völker und nicht nur die Regierungen etwas zu sagen haben.»

10. NOVEMBER 1989

Fall der Berliner Mauer

«Wir müssen uns fragen, ob das, was in diesen Tagen geschieht, uns auch geistig unberührt lassen darf. Wenn das «europäische Haus», um einen Ausdruck Gorbatschows zu benutzen, wenn dieses Haus in einem wichtigen Teil renoviert wird, braucht uns das wirklich nicht zu kümmern? Gehören wir denn nicht in dieses Haus? Hier soll nicht zu politischem Aktivismus aufgerufen werden.»

11. SEPTEMBER 2001

Anschläge 9/11

«Es mag Zufall sein, dass es sich um Selbstmordattentäter handelte, deren menschenverachtende Grausamkeit wir täglich im Krieg gegen Israel erleben und die zum Programm der Heiligen Krieger gehört. Kein Zufall aber kann die Tatsache sein, dass Teile der arabischen Welt diese Horrortatzen gestern mit Freudentänzen feierten. Auf solchem Boden wächst die unselige Saat, die so viel Leid über die Menschen brachte und noch immer bringt und die — da wir uns nicht anders schützen können — vereint ausgemerzt werden muss.»

1. JANUAR 2002

Einführung des Euro

«Die gigantische logistische Übung darf als geglückt bezeichnet werden. Während die 304 Millionen Einwohner der 12 Euro-Länder sich langsam an das neue Geld gewöhnten, legte die gemeinsame Währung gegenüber dem Dollar um mehr als 1 Prozent zu und überstieg die 90-Euro-Cent-Marke. Das heisst nichts anderes als «Hut ab» vor der logistischen Herkulesarbeit, welche Banken und Handel, Verwaltung und Politik angesichts der grössten Geldumstellung aller Zeiten geleistet haben. Denn das vielerorts befürchtete Chaos blieb aus.»

10. FEBRUAR 2002

Simon Ammann wird Doppelolympiasieger

«Der Frust über das schwache Abschneiden der Alpinen, das frühe Ausscheiden der Eishockeyaner und letztlich auch die leise Enttäuschung des Bob-teams — im Viererbob wie auch bei den Frauen rechnete man mit Edelmetall — wird durch andere Highlights mehr als wettgemacht: allen voran natürlich durch den Schweizer «Überflieger» Simon Ammann, dessen zwei Goldmedaillen im Skispringen, auch im Nachhinein und bei Lichte betrachtet, einer Sensation entsprechen.»

28. JANUAR 2018

Roger Federer gewinnt seinen 20. Grand Slam

«Mit 36 Jahren spielerisch, mental und körperlich noch so gut — das klingt fast unglaublich. Ist es aber im Falle von Roger Federer nicht. Er kann seinen eigenen Körper nach wie vor bestens einschätzen und beherrscht seine Gegner nicht zuletzt auch dank seinen grandiosen analytischen Fähigkeiten.»

8. NOVEMBER 2016

Wahl von Donald Trump

«Der Glaube an den «amerikanischen Traum» und das Vertrauen in Institutionen wie die Justiz und den Kongress haben nachhaltig gelitten. Auch deshalb hat Trump gewonnen: Während Clinton viel Aufwand dafür betrieben hat, Wähler zu mobilisieren, trieben die Probleme die Trump-Anhänger an die Urnen.»

7. JANUAR 2015

Anschlag auf «Charlie Hebdo»

«Es gelte jetzt erst recht, das Recht auf freie Meinungsäusserung zu verteidigen. Das können wir alle tun, indem wir den Kampf gegen die Schere im eigenen Kopf aufnehmen. Denn nicht nur die Radikalisierung der französischen Gesellschaft ist das Ziel solcher Terroristen, sondern auch die Einschüchterung — und damit die Selbstzensur — von uns allen.»

13. MÄRZ 2013

Wahl von Papst Franziskus

«Dass der Papst nun aus der lateinamerikanischen Welt kommt, zeigt, wie wichtig den Kardinälen die Stärkung der Kirche sein muss, denn gerade dort haben sich Evangelikale zur starken Konkurrenz entwickelt.»

15. SEPTEMBER 2008

Zusammenbruch von Lehman Brothers

«Die Fahrlässigkeit der Chefs, die eine rechtzeitige Sanierung ihrer angeschlagenen Bank schlicht und einfach verpassten, wird so bestraft. Anders gesagt: Die Verluste werden privatisiert. Dass früheres Handeln die Katastrophe hätte verhindern können, zeigt neben anderen ausgerechnet die UBS. Sie hat zwar spät reagiert, als sie merkte, dass ihre Angestellten in ähnlich faule Kredite wie die Leute von Lehman Brothers investiert hatten. Doch sie hat gezeigt, dass auch riesige Verluste marktkonform bewältigt werden können.»



emilfrey.ch

Bravo!

Die Emil Frey AG gratuliert den Schaffhauser Nachrichten ganz herzlich zum 160-jährigen Bestehen.

Wir sind im Vergleich mit 97 Jahren noch Junioren und haben Respekt vor der Leistung aller Mitarbeitenden, die im Laufe von 160 Jahren zum Gedeihen der Schaffhauser Nachrichten beigetragen haben. Die Schaffhauser Nachrichten sind ein Teil der Geschichte der vergangenen 160 Jahre, die zwei Weltkriege enthält und von der Grenzbevölkerung viel forderte.

Herzlichst und mit Respekt

Ihre Emil Frey AG – fachmännische Dienstleistungen im Automobilgewerbe

