

# Swiss Music Awards: «Pas très welsches»

Selten haben sich Künstlerinnen und Künstler so über den Gewinn eines Betonklotzes gefreut wie Mitte Mai in Zug. Denn grau, eckig und schwer – so ist die Trophäe bei den Swiss Music Awards (SMA). Unter anderem hievten Sina (Best Female), Zian (Best Male) oder Marius Bear (Best Breaking Act) einen Klotz in die Höhe. Und auch die Bützer Buebe (Best Live Act) arbeiteten sich zu Beton-Ehren.

Doch die Swiss Music Awards werden ihrem Namen nur bedingt gerecht: Die Preisverleihung ist eine sehr Deutschschweiz-lastige Veranstaltung. Dies zeigt allein der Fakt, dass es eine Kategorie «Best Act Romandie» gibt (Gewinnerin: KT Gorique). Dadurch ist die Westschweizer Musikszene zumindest kurze Zeit im Rampenlicht der SMA. Denn in den anderen Kategorien war niemand aus der Romandie nominiert. Bezeichnend titelte «20 minutes» im Vorfeld der SMA: «Swiss Music Awards pas très welsches».

## Im Vorfeld nur wenig los

So ist es auch nicht überraschend, dass den Swiss Music Awards in der französischen und italienischen Schweiz nicht viel Aufmerksamkeit geschenkt wird. Die Experten für Media Monitoring und -Analyse von Pressrelations Schweiz haben sich die Berichterstattung zu den SMA in den Schweizer Printmedien genauer angeschaut. Im Vorfeld erschienen nur wenige redaktionelle Artikel zu den SMA – und dies vor allem in CH-Media-Zeitungen und Blättern, die mit CH Media über eine redaktionelle Zusammenarbeit verfü-



von  
**Melk von Flüe**  
Product Manager  
Analyse,  
Pressrelations  
Schweiz AG

melk.vonfluee@pressrelations.ch



gen. Dies ist nicht überraschend, denn CH Media Entertainment ist Veranstalter der SMA. Die CH-Media-Titel enthielten ein ganzseitiges Porträt der Band Megawatt; aber auch «Tages-Anzeiger», «Blick» und «20 Minuten» porträtierten oder interviewten Protagonisten der SMA in grösserem Umfang. In den nicht-deutschsprachigen Medien gab es einzig den bereits erwähnten «20 minutes»-Artikel zu verzeichnen.

## Kein Interesse am «Best Male»

Die Berichterstattung vom Event, die wegen des Auffahrt-Feiertages erst

zwei Tage nach den SMA in den Händen der Leserinnen und Leser landete, fiel in der Romandie besser aus. Dennoch: In den Deutschschweizer Medien wurden die SMA häufiger thematisiert (Grafik 1) – auch wenn fast ausschliesslich nur noch die CH-Media-Zeitungen und ihre Partnerblätter vom Event berichteten. «Le Nouvelliste» widmete den Walliser Gewinnerinnen KT Gorique und Sina (aber nur diesen beiden Künstlerinnen) eine ganze Seite. Und drei weitere Medien berichteten immerhin noch im Kleinformat – allesamt mit Fokus auf die Kategorie «Best Act Romandie». Dass Zian zum «Best Male» gekürt wurde, erfuhr man nur in einer dieser Meldungen. Dank einiger Artikel in der Rheintaler Regionalpresse erhielt Megawatt die meisten Erwähnungen in den Deutschschweizer Medien (Grafik 2).

## Sponsoren am roten Teppich

Wenig in Erscheinung traten in den Schweizer Printmedien die Partner der Swiss Music Awards. Nur auf einem Bild war die Wand mit den zahlreichen Sponsorenlogos im Hintergrund sichtbar. Immerhin gab es während der TV-Liveübertragung einige Bewegtbilder vom roten Teppich zu sehen – inklusive besagter, gut ausgeleuchteter Wand.

Überstrahlt wurden die SMA-Partner allerdings von den Gewinnerinnen und Gewinnern der Betonklötze. Und man kann wahrscheinlich sicher sein, dass sich alle an den Titel des «Best Hit» von «L Loko & Drini» halten und denken: «Will Nomeh».

