

# Weiterbildung Chef/Chefin Bevölkerungsschutz Medienarbeit

*Christian Bertschi, C Kom D Luzerner Polizei  
/ Stv. BL Information KFS*

*Christian Hodel, Chefredaktor Seetaler Bote  
/ ehemals Kommunikation Staatskanzlei / BL Information  
KFS*

*22. September 2020*

# Medienarbeit - Programm

## **Theorie: Grundlagen der Medienarbeit**

- Medienlandschaft Luzern
- Umgang mit Medien
- Medienmitteilung/Medienkonferenz/Social Media
- Kameraauftritte
- Rollen und Zuständigkeiten

## **Praxis: Auftritt vor der Kamera**

- Szenario Carunfall mit zwei Schulklassen:  
Jede/r Teilnehmer/in nimmt vor der TV-Kamera Stellung

## Wer wir sind

Christian Hodel, Chefredaktor Seetaler Bote

[christian.hodel@seetalerbote.ch](mailto:christian.hodel@seetalerbote.ch),

Tel. 041 972 60 25



- > Seit Aug. 2020                      Chefredaktor Seetaler Bote
- > 2017 – Aug. 2020                      Kommunikationsbeauftragter Staatskanzlei  
Kanton Luzern, BL Information KFS
- > 2011 – 2017                              Redaktor Luzerner Zeitung und  
Zentralschweiz am Sonntag

## Wer wir sind

Christian Bertschi, C Kom D Luzerner Polizei  
[christian.bertschi@lu.ch](mailto:christian.bertschi@lu.ch), Tel. 041 248 80 18



- > Seit 2019 Chef Kommunikation Luzerner Polizei
- > 2017 – 2018 Gemeindeführungsstab Region Sursee
- > 2013 – 2018 Kommunikationsbeauftragter Verkehrsbetriebe Luzern
- > 2006 – 2013 Redaktor/ Ressortleiter Luzerner Zeitung
- > 1999 – 2006 Redaktor/ Chefredaktor Surseer Woche



## Medienlandschaft



# Medienlandschaft Luzern

## Print

- Luzerner Zeitung
- Entlebucher Anzeiger
- Willisauer Bote
- Surseer Woche
- Sempacher Woche
- Anzeiger vom Rottal
- Anzeiger für das Michelsamt
- Seetaler Bote
- Rontaler
- 20 Minuten
- Blick
- Tagesanzeiger
- NZZ
- Wochenzeitung Vitznau
- Luzerner Rundschau
- Anzeiger Luzern

# Medienlandschaft Luzern

## Elektronische Medien

- Radio/TV SRF
- Tele 1
- Radio Pilatus/pilatustoday.ch
- Radio 3fach
- Zentralplus
- Luzernerzeitung.ch
- Radio Central
- Radio Sunshine
- Radio Neo1
- Republik.ch
- Nau.ch
- Watson

## Agenturen

- Keystone-sda

# Umgang mit Medien

Die entsprechenden Ereignisse und Vorfälle werden medien- gerecht aufbereitet, damit darüber berichtet werden kann. Mediengerechte Aufbereitung heisst Berücksichtigung der in der Medienrealität geltenden Konventionen in inhaltlicher, formaler und zeitlicher Hinsicht.

- > **aktiv**
- > **offen und transparent**
- > **zeitgerecht**
- > **sachlich und wahrheitsgetreu**
- > **kontinuierlich und umfassend**
- > **empfängerorientiert**



# Medienmitteilung

- > **Titel:** knapp und knackig. Aufmerksamkeit wecken.
- > **Lead:** in zwei, drei Sätzen die wichtigsten Fakten
- > **Text:** Der Sachverhalt wird detaillierter beschrieben. Kurze, präzise Sätze. Das Wichtigste am Anfang.
- > **Inhalt:** Beantwortet werden die 7 W-Fragen: Wer, wie, wo, was, wann, warum, welche Quelle.
- > **Ansprechperson:** für weitere Auskünfte erreichbar sein
- > **Bildmaterial:** im jpeg-Format, Bildquelle und Legende anfügen.

 **Auch wenn die Zeit drängt: Vier-Augen-Prinzip!**

# Medienkonferenz

Eine Medienkonferenz wird organisiert, um die Medien direkt über ein wichtiges Ereignis zu informieren.

Wer nicht bereit ist, auch auf kritische Medienfragen zu antworten, darf keine Medienkonferenz einberufen.

**Ablauf** (max. 1 Stunde).

- Begrüssung und Vorstellung der Referenten
- Informationen zu den wichtigsten Bereichen
- Fragerunde im Plenum
- Einzelfragen und Interviews (elektronische Medien)

Evtl. Medienmappe abgeben (Vorbereitungszeit)

## Tipps für Medienarbeit

- Fragen schriftlich verlangen
- Kontext erläutern lassen, in dem die Aussagen erscheinen
- Recht auf Gegenlesen der eigenen Aussagen: aktiv einfordern
- Zurückziehen von Aussagen funktioniert in der Regel nicht
- Unrichtige Berichterstattung korrigieren lassen

### **Bei TV-/Radiointerviews:**

- Fragen vorher erläutern lassen
- TV: Hintergrund und Kleidung beachten
- Vor den Aufnahmen: Zeit lassen, notfalls wiederholen

## Social Media im Krisenfall

- Schnell reagieren (Unruhe und Gerüchten vorbeugen)
- Message festlegen (Fakten kommunizieren)
- Stellungnahme veröffentlichen
- Vorgeplante Posts deaktivieren
- Sich mit Rückmeldungen auseinandersetzen
- Diskussion moderieren mit kurzen Antworten
- Rechtslage im Blick behalten (Wording)

**Das Internet schläft nicht und macht keinen Feierabend.**

# Kameraauftritte

## **Fragen an den Journalisten:**

- Wie lange soll das Statement sein?
- In welcher Sprache (Mundart, Hochdeutsch)
- Live-Sendung oder Aufzeichnung?
- Wo wird der Beitrag gedreht?
- Welcher Bildausschnitt wird gewählt? (Bildausschnitt von Kopf bis Mitte Oberkörper ist ideal; Kamera-Monitor drehen lassen)
- Welches ist Ihre Einstiegsfrage?

# Kameraauftritte

## Äusseres:

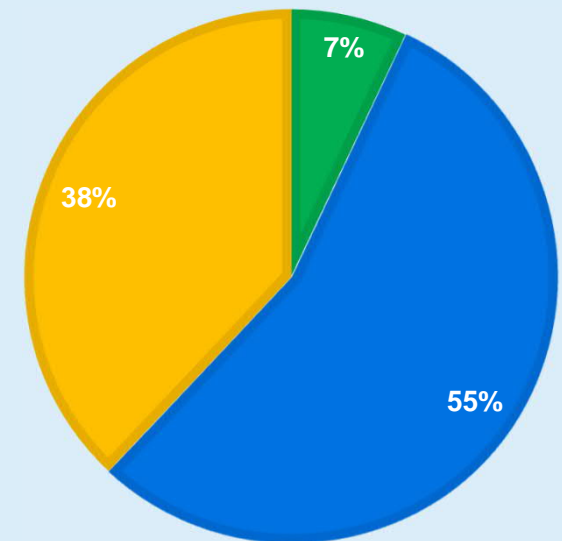
- Keine auffälligen Accessoires
- Auf den Hintergrund achten  
(Bewegung im Hintergrund lenkt ab)
- Gepflegte Frisur und Erscheinungsbild

## Kernbotschaften:

- Einfache Botschaften in kurzen Sätzen
- Bildliche Sprache verwenden und Beispiele einbringen

### NACH MEHRABIAN

■ Inhalt ■ Körpersprache ■ Stimme



## Kameraauftritte

- Wiederholen Sie Ihre Kernbotschaft mehrmals
- Sprechen Sie zum Journalisten, nie in die Kamera
- Bewegen Sie Kopf und Arme/Hände nicht zu stark
- Sie haben das Recht auf Ihr Bild und Ihr Zitat – sie dürfen einen Blick auf die Sequenz werfen

**Sie haben das Recht, mit Ihrem besten Argument gesendet zu werden!**

- Ein misslungenes Statement dürfen Sie wiederholen
- Wenn Sie von einer Frage überrascht werden, treten Sie schweigend aus dem Bild und nehmen sich ein Time-out.

## Hintergrund - Ablenkung





## Fremdsprache - Einflüstern



## Rollen und Zuständigkeiten

- (Krisen-) Kommunikation ist Chefsache. GFS / GP steht vor die Kamera und gibt Auskunft.
- Seien Sie sich stets ihrer Rolle bewusst – Sie werden als GFS / GP befragt und nicht als Bürger, Parteivertreter, usw.
- Je nach Ereignis liegt der Lead der Kommunikation bei unterschiedlichen Stellen (Gemeinde, Kanton, Polizei, Staatsanwaltschaft, Bund, Armee, etc). Geben Sie **nur** Auskunft in ihrem Zuständigkeitsbereich. Verweisen Sie an die übrigen Stellen.