

Weiterbildung Chef/Chefin Bevölkerungsschutz Medienarbeit

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

*Christian Hodel, Kommunikationsbeauftragter Stadt Sursee/
Kommunikation Staatskanzlei / ehemals BL Information KFS*

30. September 2021

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, Kommunikationsbeauftragter
Stadt Sursee / Staatskanzlei Luzern

christian.hodel@stadtsursee.ch,

Tel. 041 926 92 00



- > Seit Aug. 2021 Kommunikationsbeauftragter Stadt Sursee
- > Aug. 2020 – Juli 2021 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, 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
- Rechtsslage 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:

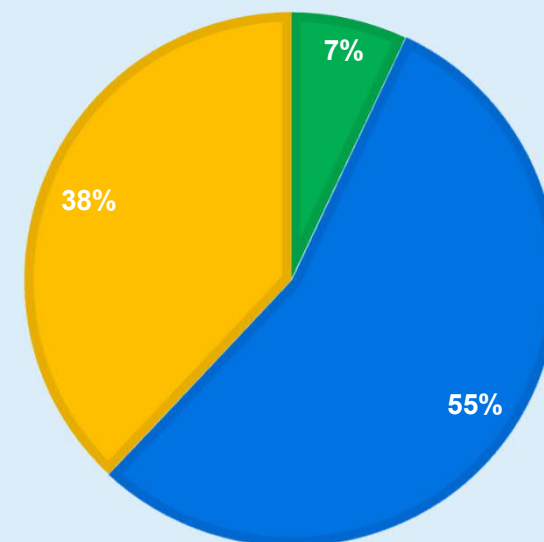
- Keine auffälligen Accessoires
- Auf den Hintergrund achten
(Bewegung im Hintergrund lenkt ab)
- Gepflegte Frisur und Erscheinungsbild

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



16

[Während Steinmeier über die Flut-Opfer spricht, lacht Laschet im Hintergrund - YouTube](#)

Führungsstab

fuehrungsstab.lu.ch

Vorsicht bei Zoom-Interviews...



[Funny Work From Home Fails During Coronavirus Quarantine Lockdown - YouTube](#)

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.