



KANTON  
LUZERN

Führungsstab  
[fuehrungsstab.lu.ch](http://fuehrungsstab.lu.ch)

## Weiterbildung Chef/Chefin Bevölkerungsschutz Medienarbeit

*Christian Bertschi, C K+P Luzerner Polizei / stv. BL Information KFS*

*31. August 2023*



KANTON  
LUZERN

## Ziele der Ausbildung

- Sie kennen die wichtigsten Regeln im Umgang mit Medien
- Sie kennen Ihre Rechte als Interviewpartner/in
- Sie fühlen sich sicher(er) bei einem Kameraauftritt



## Ziel der Ausbildung

### 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

01.09.2023

3



## Wer ich bin

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



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

01.09.2023

4

## Medienlandschaft



01.09.2023

5

## Printmedien Kanton Luzern

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

01.09.2023

6



## Elektronische Medien Kanton Luzern

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

01.09.2023

7



## Umgang mit Medien

Die Ereignisse und Vorfälle werden mediengerecht aufbereitet

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

01.09.2023

8

## 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 jpg.-Format, Bildquelle und Legende anfügen.
- ➡ **Auch wenn die Zeit drängt: Vier-Augen-Prinzip!**

01.09.2023

9

## Medienkonferenz

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

**Ablauf** (max. 1 Stunde)

- Begrüssung
- Informationen
- Fragerunde im Plenum
- Einzelfragen und Interviews (elektronische Medien)

Evtl. Medienmappe abgeben (Vorbereitungszeit)

01.09.2023

10

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

## 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

## Tipps für Medienarbeit

### Bei TV-/Radiointerviews:

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



## Interview – so bitte nicht!



01.09.2023

13

## Social Media

- Im Krisenfall können keine neuen Social-Media-Kanäle hochgefahren werden
- Eignung des Kanals für Krisenkommunikation?

Twitter / X



Instagram



TikTok



Facebook



01.09.2023

14

## 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:

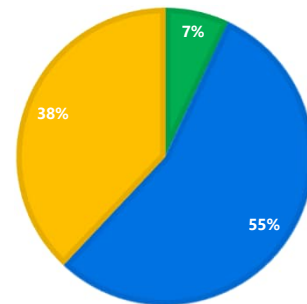
- Keine auffälligen Accessoires
- Auf den Hintergrund achten  
(Bewegung im Hintergrund lenkt ab)
- Gepflegte Frisur und Erscheinungsbild

### Kernbotschaften:

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

### NACH MEHRABIAN

■ Inhalt ■ Körpersprache ■ Stimme



01.09.2023

17

## 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
- 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.

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



## 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.

01.09.2023

19



**KANTON  
LUZERN**

# Kameratraining



01.09.2023

21