

CHECKLISTE

MEDIENKONFERENZ

1. Das Thema:

- Eine Presse- oder Medienkonferenz wird organisiert, um die Medien direkt über ein **wichtiges** Ereignis zu informieren.
- Medienkonferenzen werden immer seltener besucht. Laden Sie also nur dann ein, wenn Sie wirklich etwas zu berichten haben. Das Thema muss den Anlass rechtfertigen: Nicht alles, was Sie betriebsintern wichtig finden, ist für die Öffentlichkeit auch von Bedeutung. .
- Sinnvoll ist eine Medienkonferenz insbesondere dann, wenn Sie etwas Wichtiges kommunizieren wollen, das mit Sicherheit Fragen von Journalistinnen und Journalisten hervorruft.
- Wer nicht bereit ist, auch auf kritische Medienfragen zu antworten, soll keine Medienkonferenz einberufen.
- Eine Medienkonferenz muss vorbereitet und strukturiert werden. Dies bedingt Personalressourcen.

2. Der Termin:

- Die Einladung – wenn möglich – eine Woche vor der Medienkonferenz schriftlich an die Redaktionen schicken oder per E-Mail übermitteln. Bei wichtigen Themen kann eine Voreinladung (Terminreservation) vier bis sechs Wochen vor dem Termin erfolgen. Ev. mit Anmeldung und Nachfrage.
- Der Termin muss medienfreundlich sein. Berücksichtigen Sie den Redaktionsschluss von Tageszeitungen, Radio- und TV-Stationen. Es macht Sinn, eine Medienkonferenz am Vormittag durchzuführen. Die Redaktorinnen und Redaktoren der elektronischen Medien können so bereits in den Mittagsnachrichten über den Sachverhalt berichten. Medienkonferenzen finden nur in Notfällen am Wochenende statt! Ideal sind Montag bis Freitag zwischen 9 und 11 Uhr.

3. Die Vorbereitung

- Eine Medienkonferenz muss gut vorbereitet sein. Denken Sie bei der Vorbereitung an Medienmappen (Medientext, Liste der Ansprechpersonen, Dokumentationsmaterial wie Fotos/Filme, Hintergrundinfos usw.), Ablaufplanung und bereiten Sie zitierbare Statements vor. Der ganze Inhalt der Medienmappe und zusätzliches Material sollte auf CD gebrannt abgegeben werden oder über den Mediacorner Ihrer Website verfügbar sofort sein (vgl. sep. Checkliste).
- Bei komplexen Themen können die Medienmappen bereits einige Tage im Voraus (mit einer Sperrfrist bis zum Start der Medienorientierung versehen) verschickt werden. Die Journalisten können sich dann ev. vorbereiten. Aber bedenken Sie: Es gibt keine Garantie und Pflicht, dass Sperrfristen eingehalten werden.
- Bereiten Sie die Auskunftspersonen auf die Medienorientierung vor. Es ist notwendig, im Voraus

- _ Eine Medienorientierung wird von einer Person moderiert und geleitet.
- _ Reagieren Sie auf provokative Fragen ruhig und sachlich. Es ist Aufgabe der Journalisten, zu hinterfragen.
- _ Planen Sie nicht zu viele Referierende ein. Nichts ist peinlicher, als wenn sieben Referenten vor einem Journalisten sitzen. Denken Sie bei der Planung daran: Kommunikation ist Chefsache, aber auch der Chef braucht Fachleute zur Unterstützung. Für die Referierenden sollten gut lesbare Namensschildervorbereitet werden. Planen Sie im Umfeld genügend personelle Ressourcen ein.
- _ Übernehmen Sie die Kommunikationsführung, „füttern“ Sie die Medien und bieten Sie ihnen Hintergrundinformationen und „Hintergrundgeschichten“ an.
- _ Nachbetreuung: Medien, die nicht teilgenommen haben, werden mit den Unterlagen bedient.

4. Die Infrastruktur:

- _ Vergewissern Sie sich, ob die technischen Hilfsmittel tatsächlich funktionieren.
 - _ Bei Medienkonferenzen mit überregionaler Ausstrahlung sollten Sie eine gute Infrastruktur (Arbeitsplätze, Tel. oder ISDN-Anschlüsse) zur Verfügung stellen.
- Es gibt dafür spezialisierte Agenturen und Event-Organisationen

5. Der Ablauf:

- _ Eine Medienkonferenz sollte auf die Dauer von einer Stunde beschränkt werden. Dabei muss genügend Platz für Fragen und – anschließende – Einzelinterviews eingeplant werden.

- _ Eine Medienorientierung gliedert sich in der Regel wie folgt:

1. Begrüssung und Vorstellung der Referenten
2. Informationen zu den wichtigsten Bereichen
3. Fragerunde im Plenum
4. Informeller Teil mit Gelegenheit für Einzelfragen und Interviews von Radio- und TV-Stationen
5. Ev. Apéro (freiwillig, Medienschaffende haben dafür oftmals keine Zeit)

6. Die grössten Fehler:

- _ Belangloses Thema!
- _ Langweilige Einladung!
- _ Ungeeigneter Termin!
- _ Schlecht vorbereitet!
- _ Zu lang!
- _ Keine klare Botschaft!