

ZTV Handbuch Medien

Rev. Februar 2021

Die Veranstaltungen des ZTV sind ein Schaufenster des Breiten- und Spitzensportes. Die Berichterstattung darüber erfordert eine kontinuierliche, professionelle Zusammenarbeit mit den Medien.

Informationen zu liefern ist im Sport immer eine «**Bringschuld**». Nur in Ausnahmefällen kann man davon ausgehen, dass sich die Medien Informationen und Fakten selbst beschaffen. Wer regelmässig Informationen liefert, kann damit rechnen, dass seine Botschaft auch im entsprechenden Rahmen weitergegeben wird. Vorausgesetzt, sie wird den journalistischen Ansprüchen nach Aktualität und Newswert gerecht.

Das ZTV Handbuch Medien ist ein Ratgeber und dient als Planungshilfe für die Medienarbeit von Vereinen und Veranstaltern von ZTV-Anlässen.

Medienverantwortliche von OK's

Der Medienverantwortliche ist der «Informations-Dienstleister». Er beschafft sich Informationen, bereitet diese mediengerecht auf und beliefert die Redaktionen in geeigneter Form und zum richtigen (abgesprochenen) Zeitpunkt. Bei Anlässen ist er für die Betreuung der Medienvertreter zuständig.

Aufbau der Medienarbeit

- Jedes OK bestimmt für den Anlass einen Medienverantwortlichen
- Der Medienverantwortliche ist Mitglied des OK
- Er arbeitet eng mit dem OK-Präsidenten, der Wettkampfleitung und dem Medienteam ZTV zusammen
- Er bestimmt einen Stellvertreter und bei grösseren Anlässen weitere Hilfskräfte
- Der Medienverantwortliche nimmt frühzeitig mit der Medienverantwortlichen ZTV Kontakt auf
- Es empfiehlt sich, den Kontakt mit den Verantwortlichen des Vorjahres zu suchen. Es könnten nützliche Tipps gegeben werden
- Je nach Anlass lohnt es sich, Personen zur Berichterstattung beizuziehen, die vom Fach sind und sich im Medienwesen auskennen

Planung

Allgemein

Jeder Medienverantwortliche muss sich klar werden über die Bedeutung des Anlasses, das Medieninteresse und über die Anzahl der zu erwartenden Medienvertreter. **Es macht wenig Sinn, Zeit und Mittel für Einrichtungen (Arbeitsraum, Presseplätze, Mixed-Zone, Internet) zu investieren, die nicht benötigt werden.** Der Medienverantwortliche betreut die Journalisten vor, während und nach dem Anlass.

Ziele

- Erfüllen der Informationspflicht
- Aufmerksam machen (Werbung)
- Marktwert, Bekanntheitsgrad erhöhen (Sponsoring)
- Möglichst viele Personen mit möglichst vielen Informationen bedienen
- Gezielte Verbreitung der Informationen (Wahl Medium, Info-Portionen, Steigerungsmöglichkeiten, subjektiver Wert steigern «da muss ich hin»)

Fragen

- Wer interessiert sich für Informationen über die Veranstaltung?
- Wie ist das Zielpublikum strukturiert (Alter, Geschlecht usw.)?
- Über welches Medium erreiche ich welchen Personenkreis?
- Welches Medium erfordert welche Form/Menge an Informationen?
- Wie mache ich den Besuch für den Medienvertreter zu einem Erlebnis und wie kann zusätzliches Medieninteresse ausgelöst werden?

Medienmitteilung

Ein Communiqué ist keine Erzählung, nicht «Vereinsheftli-Stil» oder Sitzungs-Protokoll. Es soll druckreif sein und Fragen beantworten, keine neuen schaffen. Weitere Infos siehe Dokument «ZTV Leitfaden Berichterstattung». Eine Mustervorlage ist «Vorlage Medienmitteilung Organisator»

Einrichtung Parkplätze

- Die Medienvertreter sollten die offiziellen Parkplätze benützen können und leichten Zugang zum Wettkampfort haben. Falls keine Parkplätze in der Nähe vorhanden sind, sollte mindestens ein Umschlagplatz gewährleistet sein. Dies gilt vor allem fürs Fernsehen, das oft mit viel Kameramaterial anreist.

Medien-/ Arbeitsplätze

- Die Medienplätze sollen möglichst gut zugänglich sein. Bei Anlässen in Hallen werden die Medienplätze an Tischen auf dem Wettkampfortplatz eingerichtet; bei Tribünen-Plätzen zusätzlich eine Schreibunterlage zur Verfügung stellen.
- Sicht auf Wettkampfgeschehen und Resultate (bei Realtime-Resultatservice) muss gewährleistet sein.
- Stromanschluss und Internet (in der Regel Wireless) in der Halle und/oder im Medienraum sollten gewährleistet sein.
- Die Medienplätze oder der Medienraum sollen nach Wettkampfeende wenn möglich weitere zwei Stunden in Ruhe nutzbar sein.

Mixed-Zone

- Den Journalisten Interviewmöglichkeiten mit den Athleten oder Trainern anbieten – vorzugsweise unmittelbar nach der Rangverkündigung oder nach dem Wettkampf. Definition von Ort, Zeit, Ablauf und Verantwortlichkeiten in der Mixed-Zone soll in Absprache mit der Wettkampfleitung und dem Medienteam ZTV erfolgen.

Medienmappe

- Den Medien sind informative Unterlagen in Form einer Medienmappe abzugeben, Inhalt z.B. Programmheft, Ablauf, Startlisten, Ranglisten von abgeschlossenen Wettkampfteilen, Statistiken, Informationen über den ZTV und über den Anlass, Vorstellung der Sportart, Sportlerportraits usw. (wenn möglich auch elektronisch).

Vor dem Anlass

- Der Medienverantwortliche des Organisators ist verantwortlich für den Kontakt zu den Regional- und Lokalmedien (auch Lokalradios und Regionalfernsehen).
- Frühzeitig Kontakt aufnehmen mit Redaktionen bzw. Journalisten. Über den ZTV ist eine Liste Medien Kanton Zürich erhältlich.
- Von Vorteil wird ein offizieller Vertreter der lokalen und/oder regionalen Presse als Gast eingeladen.
- Eine Einladung der Medienvertreter an den offiziellen Apéro wird geschätzt → dort erhalten sie wichtige Infos aus erster Hand und treffen die massgeblichen Verantwortlichen.
- Medienvorschauen (Kurzbericht zum Anlass, wichtigste Zahlen und Daten, Festführer) mit Bildern senden an den ZTV (Vorschau Web) und Regional- und Lokalmedien, allenfalls bereits Interviews vermitteln.
- Die nationalen Medien werden für Schweizer Meisterschaften und Internationale Anlässe in der Schweiz vom Ressort Medien STV rund 10 Tage vor dem Anlass mit einer Medienmitteilung informiert und eingeladen. Die Akkreditierung der Medien erfolgt direkt an den Medienverantwortlichen des OK.
- Zu beachten: Medienleute sind oft schlechte Administratoren und vergessen die Anmeldung. Ev. 1–2 Tage vorher nachfassen.

Während dem Anlass

- Allgemein**
- Die Eingangskontrolle muss instruiert werden, wo sich die Medienplätze und der Arbeits-/ Medienraum befinden.
 - Beschilderung vor dem Wettkampf kontrollieren.
 - Der Medienverantwortliche betreut die Medienschaffenden und ist in Absprache mit der Wettkampfleitung auch verantwortlich für deren Verhalten auf dem Wettkampfpplatz.
- Betreuung**
- Startlisten und Resultate sind für die Medienvertreter wichtige Arbeitsunterlagen. Die Medien sind deshalb regelmässig mit Zwischenranglisten und sicher mit der Schlussrangliste zu bedienen. Allenfalls direkter Kontakt zu Resultat-Zentrale. Die Schlussrangliste ist vor der Rangverkündigung auszuhändigen.
 - Generell werden den Medienschaffenden kostenlose oder vergünstigte Verpflegungsmöglichkeiten zu Verfügung gestellt, beispielsweise gegen Abgabe von Bons oder Gutscheinen.
- Fotografen**
- Offizielle Fotografen sollen mit einem ZTV-Pressüberzieher gekennzeichnet werden, damit sie klar erkennbar sind. Diese Überzieher können auf der ZTV Geschäftsstelle bezogen werden.
 - Grundsätzlich ist das Fotografieren während dem Wettkampf nur ohne Blitzlicht erlaubt.
 - Nicht offizielle Fotografen (meistens Familienangehörige) vom Wettkampfpplatz wegweisen.
- Mediengespräche**
- Eine Medienkonferenz nur organisieren, wenn es etwas zu sagen gibt. Besser: Medienmappe abgeben.
 - Wenn etwas Wichtiges passiert, kann immer noch kurzfristig ein Mediengespräch (im Medienraum) mit Trainer, Wettkampfleiter, Verbandsvertreter usw. organisiert werden.
 - In der Mixed-Zone bei Interviews gilt folgende Prioritätensetzung der Medien: TV, Radio, Print, nationale- vor regionalen- und lokalen Medien bedienen. Um einen sauberen Ablauf in der Mixed-Zone zu garantieren, ist es zwingend nötig auch die Athleten/Athletinnen über den Ablauf zu informieren.
- Nach dem Anlass**
- Allgemein**
- Für den Schlussbericht «Material» sammeln, d.h. bereits die Medienberichte vor dem Anlass, dann die Berichte nach dem Anlass, Medienliste (siehe auch Medienmappe), allenfalls Medienspiegel usw. Dies kann auch für zukünftige Veranstalter nützlich sein.
- Wichtig**
- Die Schlussrangliste sofort bzw. bis ein Tag nach dem Anlass im Web anschalten und der zuständigen Online-Redaktion des ZTV zusenden.
- Für die Publikation auf den Social Media Kanäle geht es oft auch um «Schnelligkeit», daher ein Kurztext mit 2–3 Sätzen rasch erstellen. Der Bericht unter den News auf der Website kann nachträglich ergänzt werden, sollte aber auch in ein, zwei Tagen erstellt sein.
- Medienmitteilungen**
- Die Berichte, Fotos und Ranglisten zeitnah senden an:
- lokale, regionale Medien
 - Online-Redaktion des ZTV
 - Social Media Redaktion des ZTV
- Abschluss**
- Schlussbericht

- Allenfalls Nachberichterstattung zu einem bestimmten Thema (Bsp. für Verbandsmagazin ZTV)
- Analyse Medienarbeit und Abläufe, auch mit Marketing, Sponsoring
- Erfolgskontrolle über Medien-Clippings (sammeln den veröffentlichten Medienberichten, Radio und TV-Präsenz)
- Ev. mit Medienschaffenden Rückblick halten
- Dankeschreiben

Dienstleistungen ZTV

Medienservice Ressorts Die Verantwortlichen in der Abteilung Marketing + Kommunikation unterstützen den organisierenden Verein bei Bedarf in folgenden Bereichen:

Medien

- Kontakte herstellen zu lokalen, regionalen, kantonalen Medien.
- Stellt eine aktuelle Medienliste zur Verfügung
- Hilfe beim Verfassen von Medienmitteilungen, insbesondere den Vorschauen/Berichten des Teils «Turnen».
- Kontakt herstellen Interviewpartner ZTV und Athletinnen und Athleten

Anlassbetreuung

- Unterstützung in der Organisation und Durchführung
- Schnittstelle zwischen den Verbandssponsoren, dem ZTV und dem Organisator

Medienservice im Internet

- Alle Anlässe werden durch die ZTV Geschäftsstelle in der Anlassagenda «Termine & Resultate» aufgeführt.
- Die Inhalte mit Link zum Anlass müssen vom Anlass-OK an den zuständigen Webmaster gesandt werden. Die Rubriken werden auch nach dem Anlass mit Inhalten ergänzt, zum Beispiel mit Ranglisten.
- Für die Publikation auf der ZTV Startseite stehen die News zur Verfügung. Koordination über den zuständigen Online-Redaktor.
- Für die STV Top Events (SM Kunstturnen, SMV, SMV Jugend, SM Aerobic) erstellt und betreut der STV jeweils separate Webseiten.

Berichterstattung

Nützliche Tipps siehe Dokument «[ZTV Leitfaden Berichterstattung](#)»

Kontaktdaten

Gerne unterstützen und beraten wir die Organisationskomitees bei der Medienarbeit.

Kontakte ZTV	Medien + Kommunikation	Renate Ried medien@ztv.ch 044 947 11 70
	Social Media	Philipp Messerli socialmedia@ztv.ch 079 290 12 59
	Medienkoordination Spitzensport	Renate Ried medien-spitzensport@ztv.ch 079 345 04 19
	Medienkoordination Breitensport	Alida Rüsike redaktion-breitensport@ztv.ch
	Online-Redaktion Webseite ZTV für Startlisten, Ranglisten etc.	
	Redaktion ZTV	webmaster@ztv.ch
	Redaktion AZO	webmaster-azo@ztv.ch
	Redaktion GLZ	webmaster-glz@ztv.ch
	Redaktion WTU	webmaster-wtu@ztv.ch
	Breitensport	webmaster-breitensport@ztv.ch
	Spitzensport	webmaster-spitzensport@ztv.ch
	Redaktion Magazin	Renate Ried redaktion@ztv.ch 044 947 11 70 / 079 345 04 19
	Ressortleitung Anlassbetreuung	Barbara Sigg anlassbetreuung@ztv.ch 079 332 82 80