

→ Reglemente gelten für die Angehörigen beider Geschlechter in gleicher Weise. Er ist deshalb Einfachheit halber in männlicher Form verfasst. (mehrheitlich)

### MEDIENRICHTLINIEN SGTV ANLÄSSE (Teil der Übernahmebestimmungen)

(Marketing)

Erstellt am:	01.01.2012
Laufende Nr.	41.03 – 01
Änderung vom:	07.05.2023
SGTV\Reglement\41.03-01 MA-Medienrichtlinie SGTV.docx	

## 1. Organisation

**Jeder Organisator eines kantonalen Anlasses bestimmt einen Medienchef.**

*Eine gute Medienarbeit vor und nach dem Anlass wirkt sich positiv auf das Turnen, den Verein, den Verband aus.*

Der Medien-Verantwortliche des Organistors nimmt frühzeitig, spätestens sechs Monate vor dem Anlass, mit dem Medienchef SGTV Kontakt auf. (Adresse auf der Homepage [www.sgtv.ch](http://www.sgtv.ch)).

Sämtliche Protokolle müssen dem Medienchef zugestellt werden. Medienliste und Speaker-Unterlagen können bei ihm angefordert werden. Das Medienkonzept ist mit dem Abteilungsleiter Marketing SGTV abzusprechen.

Bei wiederkehrenden Anlässen, wie Meisterschaften, den Kontakt mit den Verantwortlichen des Vorjahres suchen. Es können nützliche Tipps gegeben werden.

Für Fragen stehen der Abteilungsleiter Marketing oder der Medienchef gerne zur Verfügung.

## 2. Wichtige Hinweise

### Langfristige Planung:

Jeder Medien-Verantwortliche muss sich klar sein über die Bedeutung des Anlasses, über das Medien-Interesse (Anzahl der zu erwartenden Medienvertreter). Es macht wenig Sinn, Zeit und Mittel für Einrichtungen (Arbeitsraum, Presseplätze, Stromanschlüsse, Internetanschluss, Telefon/Fax, Kopierer) zu investieren, die nicht benötigt werden.

### Presseplätze:

Möglichst gut zugänglich. Bei Wettkämpfen in einer Halle können die Presseplätze anstatt auf einer Tribüne an Tischen auf dem Wettkampffeld eingerichtet werden, sofern es vom Platz her möglich ist. Bei grösseren Anlässen sollte mindestens ein Teil der Presseplätze mit einer Stromversorgung versehen sein. Die Resultate sind im Turnen für die Medienvertreter die wichtigste Arbeitsunterlage. Die Medien regelmässig mit Zwischenranglisten und mit Schlussranglisten bedienen. Eine Person dafür verantwortlich machen.

Eine Versorgung der Medienvertreter mit Getränken und Verpflegung auf den Presseplätzen und im Medienraum ist nicht obligatorisch wird aber sehr geschätzt.

Amateurfotografen (meistens Familienangehörige) vom Wettkampffeld wegweisen. Nur Angemeldete zulassen.

**Parkplätze:**

Die Medienvertreter sollten Parkplätze benützen können, die einen leichten Zugang zum Wettkampfort haben. Die Eingangskontrolle sollte instruiert werden, wo sich die Presseplätze und das Pressebüro (falls vorhanden) befinden. Beschilderung vor dem Wettkampf kontrollieren.

**Medienraum:**

Je nach Wichtigkeit des Anlasses Raum mit Arbeitsplätzen (Stromanschluss) vorsehen. Viele Journalisten arbeiten kommunikationstechnisch mit ihrem eigenen Handy oder Computer. Im Medienraum informative Unterlagen auflegen, Ranglisten von bereits abgeschlossenen Wettkämpfen, Schlussranglisten)

**Kontakt mit den Medien vor dem Wettkampf:**

Im Prinzip ist der Medienverantwortliche des Organisers verantwortlich für den Kontakt zu den kantonalen Medien (auch Radios und Fernsehen). Medienliste bei [marketing@sgtv.ch](mailto:marketing@sgtv.ch) anfordern. Frühzeitig Kontakt aufnehmen mit den Redaktionen und diese mit Vorschauen/Bildern bedienen, Interviews vermitteln usw.

Die Anmeldung der Medien erfolgt direkt an das OK, mit Programm, Wegbeschreibung, Kontaktadresse und Telefonnummer am Anlass. Versand der Einladungen mindestens 3 Wochen vor dem Anlass, bei grösseren Anlässen früher.

**Mediengespräche/Pressekonferenzen/Medienunterlagen:**

Eine Medienkonferenz nur organisieren, wenn man etwas zu sagen hat. Besser: Mediendossier erstellen mit allen nötigen Unterlagen (Programmheft, Wettkampfablauf, eventuell Personalien der Favoriten). Wenn etwas Wichtiges passiert, kann immer noch kurzfristig ein Mediengespräch (im Medienraum) mit Trainer/Wettkampfleiter/Verbandsvertreter usw. organisiert werden.

**Nachbearbeitung:**

Die Turnpost des SGTV mit Artikel und Bildern beliefern. Das Gymlive des STV in Absprache mit dem Medienchef SGTV. Für den Schlussbericht „Material“ sammeln, also bereits die Medienberichte vor dem Anlass, dann die Berichte nach dem Anlass, Medienliste usw. Kann auch für zukünftige Veranstalter nützlich sein. Berichterstattungen auch dem Medienverantwortlichen des Kreisturnverbands zustellen, in dem der Anlass stattgefunden hat. (Veröffentlichung im kreisinternen Publikationsorgan)

Ein kurzes Dankeschreiben an die Medien schafft Goodwill für unseren Sport und deinen Anlass.

**Handbuch für Medienchefs von Swiss Olympic:**

Der Schweizer Sportdachverband Swiss Olympic hat einen praktischen Ratgeber für die Arbeit der Medienchefs in Vereinen, Regionen, Verbänden und bei Veranstaltungen herausgegeben, der allgemein gehalten ist. Download unter [www.swissolympic.ch](http://www.swissolympic.ch).

**3. Wichtige Adressen:**

**Geschäftsstelle SGTV**, [gs@sgtv.ch](mailto:gs@sgtv.ch)

**Abteilung Marketing SGTV**, [marketing@sgtv.ch](mailto:marketing@sgtv.ch)

**Turnpost SGTV**, [turnpost@sgtv.ch](mailto:turnpost@sgtv.ch)

**Marketing Kommunikation STV**, [media@stv-fsg.ch](mailto:media@stv-fsg.ch)

**GYM/ive deutsch**, [red-aarau@stv-fsg.ch](mailto:red-aarau@stv-fsg.ch)

**St. Galler Turnverband**

Abteilung Marketing