



Kommunikationskonzept



Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	4
2	Grundsätzliches	4
3	Subsidiaritätsprinzip	5
3.1	Kantonspolizei	5
3.2	Kantonales Führungsorgan	5
3.3	Drei Eskalationsstufen	5
3.3.1	Phase «Information»	5
3.3.2	Phase «Koordination»	6
3.3.3	Phase «Führung»	6
3.4	Gerichtspolizeilich relevante Ereignisse	6
4	Ziele der internen und externen Kommunikation	6
5	Zielgruppen	7
6	Zuständigkeiten/Verantwortlichkeiten	7
7	Abläufe	7
8	Informationsmittel	8
8.1	Interne Kommunikation	8
8.2	Externe Information / Information der Bevölkerung	8
9	Adresslisten	8
9.1	Adressen für die interne Kommunikation	8
9.2	Adressen für die externe Kommunikation	8
9.3	Zugangsdaten für Webseiten & Social Media	8
10	Kommunikation im Ereignisfall	9
11	Umgang mit Medien	10
11.1	Gleichbehandlung der Medien	10
11.2	Über Fakten informieren	10
11.3	Zentrale Aussagen festhalten	10
11.4	Emotionen berücksichtigen	10
11.5	Medienberichterstattung beobachten	10
11.6	Soziale Medien beachten	11
12	Bestehende Kommunikation → Monitoring	11
13	Anhänge	12
13.1	Checkliste: Koordination der Information zwischen dem Führungsorgan und Behörden	12
13.2	Checkliste «Umgang mit Sozialen Medien»	13
13.3	Checkliste «Medienmitteilung» (vgl. Vorlage Medienmitteilung)	14



13.4	Checkliste Flugblatt.....	15
13.5	Checkliste: Organisation einer Medienkonferenz im Ereignisfall	16
14	Adresslisten	17
14.1	Adressliste RFS (siehe Pt. 9.1) Stand April 2024.....	17
14.2	Adressen KBS/KFS (siehe Pt. 9.2)	17

1 Ausgangslage

Dieses Kommunikationskonzept dient den Informationsverantwortlichen und ihren Stellvertreterinnen und Stellvertretern im Ereignisfall für die interne Kommunikation und die Information der Bevölkerung.

Es soll übersichtlich sein und die wichtigsten Angaben über die Zuständigkeiten, Abläufe, Informationsmittel und die Adressen für die interne und externe Kommunikation enthalten (siehe auch Checklisten im Anhang).

Zudem soll es gewährleisten, dass die Kommunikation auch dann reibungslos erfolgt, wenn der oder die Kommunikationsverantwortliche abwesend ist, und eine Stellvertreterin oder ein Stellvertreter übernehmen muss.

Den Autoren ist bewusst, dass sich dieses Konzept weiter entwickeln muss. Es soll an Übungen und an Einsätzen gespiegelt werden, Erfahrungen und Erkenntnisse sollen einfließen, damit es sich als praktisches Hilfsmittel bewähren kann.

2 Grundsätzliches

Das Bundesamt für Bevölkerungsschutz (BABS) kommuniziert nach den Regeln:

- rasch
- kontinuierlich
- proaktiv
- ehrlich
- transparent

Sich daran orientierend ergeben sich für den Regionalen Führungsstab weitere Leitlinien:

- Geschwindigkeit VOR Vollständigkeit
- Offen & wahr
- «one voice» – einheitlich und klar – NUR befähigte Redner (muss nicht ein Präsident oder Chef oder FW-Kommandant sein), bspw. Beatrice Tschanz Halifax – und keine Gerüchte (auch nicht von Halb-offiziellen)
- Kooperativ
- Mitgefühl zeigen / aber nicht anbiedernd
- Medienbedürfnisse erkennen
- Infos auf den Punkt gebracht (W-Fragen)
- intern VOR extern
- Erreichbarkeit gewährleisten
- Bildlich kommunizieren, mit Beispielen

3 Subsidiaritätsprinzip

Bei Katastrophen, Notlagen, Pandemien und Grossereignissen stehen jeweils Führungsorgane, Behörden und Organisationen auf verschiedenen Stufen im Einsatz. Die Zuständigkeiten für die Bewältigung der Ereignisse sind nach dem Subsidiaritätsprinzip geregelt.

Als Grundprinzip gilt, dass die Zuständigkeiten im operativen und im kommunikativen Bereich immer bei demselben Organ liegen. Das heisst: Die jeweiligen Führungsorgane übernehmen im Auftrag der Gemeinden die Information der Bevölkerung über die Beschlüsse, Massnahmen und Verhaltensanweisungen in ihrem eigenen Zuständigkeitsbereich.

Da bei Katastrophen, Notlagen, Pandemien und Grossereignissen vielfach mehrere Führungsorgane auf mehreren Stufen sowie weitere Akteure (z.B. Transportunternehmen, kantonale Ämter, private Firmen) im Einsatz stehen, muss die Information der Bevölkerung koordiniert erfolgen. Jedes Führungsorgan muss in Kenntnis sein über den Inhalt und den Zeitpunkt der Information der anderen Führungsorgane. Die Führungsorgane sind daher verpflichtet, die benachbarten Führungsorgane auf der gleichen Stufe sowie die über- und untergeordneten Führungsorgane in jedem Fall über ihre Kommunikationstätigkeit zu informieren. Ebenfalls muss jedes Führungsorgan seine politische Behörde informieren.

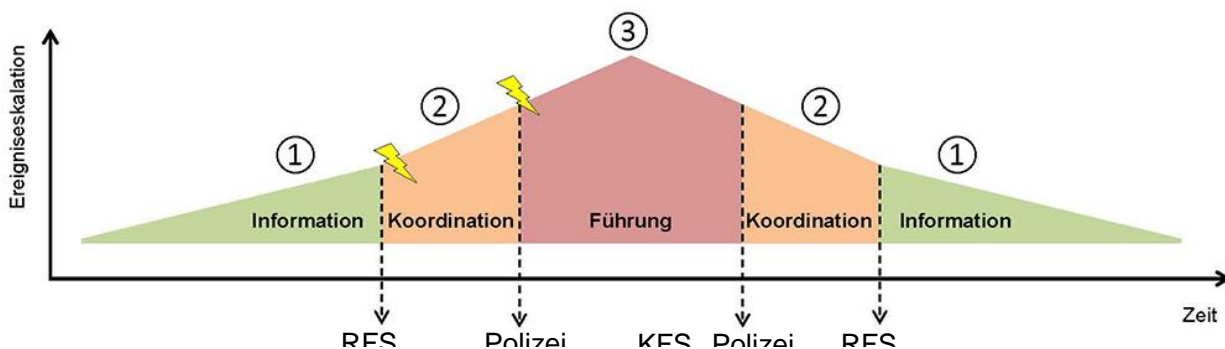
3.1 Kantonspolizei

In der Regel übernimmt die Kantonspolizei bei Grossereignissen und Katastrophen die erste Führung vor Ort. Parallel dazu trifft die Kantonspolizei die Sofortmassnahmen zur Information der Bevölkerung. Die Kantonspolizei übergibt die Führung in der Kommunikation an das zuständige Führungsorgan, sobald dieses in der Lage ist, den Informationsauftrag selber zu erfüllen. Diese Übergabe erfolgt losgelöst von der Übergabe der operativen Führung in gegenseitiger Absprache.

3.2 Kantonaales Führungsorgan

Kommt das Kantonaales Führungsorgan zum Einsatz, koordiniert und führt dieses die Information der Bevölkerung. Je nach Situation ist eine übergeordnete Koordination der Kommunikation angezeigt.

3.3 Drei Eskalationsstufen



3.3.1 Phase «Information»

Sämtliche Abläufe finden in den ordentlichen Strukturen statt und richten sich nach den üblichen Zuständigkeiten.

3.3.2 Phase «Koordination»

Im Kanton St. Gallen ist im Grundsatz die Kantonspolizei über ihre Medienstelle zuständig für die Kommunikation im Ereignisfall (Grossereignis, etc.)

Die Phase «Koordination» kann beispielsweise eintreten, wenn grosse Teile oder der ganze Kanton von einem Ereignis betroffen sind resp. ist, der KFS jedoch noch nicht im Einsatz ist, wenn mehrere Ereignisse (Schadenplätze) im Kanton vorhanden sind und eine kantonale Lage kommuniziert werden sollte (beispielsweise Hochwasser), oder wenn verschiedene kantonale Stellen in ihrem Zuständigkeitsbereich betroffen und mit Medienanfragen konfrontiert sind, die es zu koordinieren gilt.

3.3.3 Phase «Führung»

Die Lage eskaliert so weit, dass der Einsatz des Kantonalen Führungsstab (KFS) notwendig wird. Mit dem Einsatz des KFS geht auch die Zuständigkeit für die Koordination respektive die Steuerung der Kommunikation vom regionalen Führungsstab an das KFS über. Ist der KFS im Einsatz, liegt die Verantwortung und die Zuständigkeit für die Regelung, Koordination und Führung der Kommunikation beim Chef Kommunikation des KFS.

3.4 Gerichtspolizeilich relevante Ereignisse

Die Kommunikation von Ereignissen, welche gerichtspolizeilich relevant sind und somit eine strafrechtliche Untersuchung zur Folge haben können, unterliegt teilweise den Strafverfolgungsbehörden. Dazu zählen u.a. ausserordentliche Todesfälle oder Ereignisse, welchen möglicherweise eine Straftat zugrunde liegt. Die Staatsanwaltschaft bzw. in deren Einverständnis die Kantonspolizei St. Gallen informieren dabei gestützt auf die geltende Strafprozessordnung.

Als Ansprechpartner gilt daher bei Auskünften zu Todesfällen, Verletzten sowie zu möglicherweise strafbaren Ursachen von Ereignissen die Medienstelle der Kantonspolizei St. Gallen: +41 58 229 49 49 oder infokapo@kapo.sg.ch oder ausserhalb der Bürozeiten via Einsatzzentrale 117 zur Verfügung.

4 Ziele der internen und externen Kommunikation

Bei der **internen Kommunikation** geht es meist um Wissensabgleich, dass alle Beteiligten wissen, was wo gerade läuft. Gemeinsam kann die Problemerkennung angepasst werden, um daraus die nächsten Schritte abzuleiten. Allenfalls können sich abzeichnende Entwicklungen bereits in einer frühen Phase delegiert und bearbeitet werden.

Die externe Kommunikation dient vor allem der Information der betroffenen Bevölkerung, allenfalls Tipps zur Abwendung weiterer Schäden oder gar konkrete Verhaltensanweisungen. In einem weiteren Radius ist die weite Bevölkerung zu informieren und allenfalls vorzubereiten.

5 Zielgruppen

- Interne Kommunikation)
 - Stabsmitglieder / Ressorts
 - Gemeindevertreter / Exekutiven
 - Partner (Feuerwehren, Zivilschutz, Gesundheitswesen, Polizei, Techn. Betriebe)
 - Regionale Organisationen / Strukturen
 - Kanton, KFS, Regierung, Kantonsräte
 - Anrainerstaaten? Fürstentum Liechtenstein, Österreich, Deutschland
 - ...
- Externe Information
 - Betroffene, Angehörige
 - Bevölkerung (auch Fremdsprachige)
 - Öffentliche Organisationen wie Spitäler, Pflegeheime, Spitex
 - Presse & Medien
 - Arbeitgeber & Unternehmen
 - Gewerbe & Industrie
 - Freizeitanbieter & Tourismus-Dienstleister
 - ...

6 Zuständigkeiten/Verantwortlichkeiten

- Verantwortlichkeiten für die interne Kommunikation und die entsprechenden Zielgruppen
- Verantwortlichkeiten für die externe Information und die entsprechenden Zielgruppen

7 Abläufe

Der Mediendienst der Kantonspolizei St. Gallen unterscheidet zwischen momentanen und längeren Lagen. Die Momentanen deckt sie selbstständig ab – nicht, weil sie zuständig wäre, sondern aus der faktischen Realität heraus. Medien melden sich sofort bei der Kantonspolizei, dort haben sie eine beinahe rund-um-die-Uhr erreichbare Telefonnummer – und umgekehrt verfügt der Mediendienst über 160 eigene Medienkontakte. Zudem zeigt die Erfahrung, dass die Vorlaufzeiten der regionalen Führungsstäbe länger als die Geduld der Medien sind.

Erst bei längeren Lage würde der Mediendienst der Kapo sich ausklinken und die Kommunikation dem RFS übergeben. Die Absprache könnte physisch oder per Telefon-Konferenz stattfinden. Dabei machte der Mediendienst der Kapo die Erfahrung, dass bei grösseren Lagen die grösste Herausforderung darin besteht, Informationen zu beschaffen.

Der Einsatz gibt vor, wie der RFS funktionieren wird. Zuerst ist zu bestimmen, welche Kommunikationskanäle überhaupt nutzbar sind:

- Internet mit Webseite & Social Media?
- Flugblatt drucken?
- Flugblatt von Hand schreiben? Plakate?

In Rapporten ist zu bestimmen

- Kommunikationsmittel
- Definition, was intern kommuniziert wird
- Definition, was extern kommuniziert wird
- Information an die internen Verantwortlichen
- Information an die externen Interessengruppen
- evtl. Bereithalten für Statements & Interviews

8 Informationsmittel

8.1 Interne Kommunikation

- Mail
- WhatsApp-Gruppe
- Funk: analog & digital
- Mobiltelefone
- Physischer Rapport
- Meldeläufer: in
- KNZ-Aufgebote / Pager
- Schwarzes Brett
- ...

8.2 Externe Information / Information der Bevölkerung

- Laufsprecher
- Sirenenalarm
- Alertswiss – anhand der vordefinierten Texte, weil diese in allen gängigen Sprachen verfügbar sind (weil übersetzt), vgl. Guidelines Kt SG zu Alertswiss
- «eigene Apps?»
- Radio – Medienmitteilung & Medienkonferenz
- Webseite
- Social Media
- Zeitung (print & online) – Medienmitteilung & Medienkonferenz
- TV – Medienmitteilung & Medienkonferenz
- Flyer / Infoblätter / Anschlagbrett / Infotafeln an den Dorfeingängen
- Hotline
- Events / Info-Anlässe / Medienkonferenz (evtl. Livestream?)
- NTP (Notfall-Treffpunkte)
- Cell-Broadcast
- ...

9 Adresslisten

9.1 Adressen für die interne Kommunikation

- Liste der RFS-Mitglieder
- Liste der KFS-Mitglieder

9.2 Adressen für die externe Kommunikation

- via Kapo SG (Adressen der Medien)
- Social Media via Zivilschutz (Monitoring und Bewirtschaftung)




9.3 Zugangsdaten für Webseiten & Social Media

- ➔ RZSO Toggenburg

Die Adresslisten sind im Anhang hinterlegt und können ohne das Konzept zu verändern angepasst werden.

10 Kommunikation im Ereignisfall

Grundsätzlich unterschieden wir in der Ereigniskommunikation zwischen **Information**, **Warnung** und **Alarmierung**. Die wichtigsten Merkmale der Alarmierungsstufen sind:

<p>Information</p> 	<p>Eine Information berichtet über ein Bevölkerungsschutzrelevantes, aber nicht per se gefährliches Ereignis. Generelle Verhaltensempfehlungen sind möglich, aber nicht Fokus der Meldung. Sobald eine Information keine Gültigkeit mehr hat, ist eine Revokation erforderlich. Ausnahme; wenn eine Dauer, resp. Endzeit erfasst wurde. Eine Information kann auch abgesetzt werden, um über den Verlauf eines Ereignisses nach einer Warnung oder Alarmierung zu berichten.</p>	<p>Verbreitungspfad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> bestehende WhatsApp- oder andere Gruppen <input checked="" type="checkbox"/> Alertswiss Website <input checked="" type="checkbox"/> App-Push für betroffenes Gebiet und Abonnenten <p>In einer späteren Version regionaler Medienverteiler möglich.</p>
<p>Warnung</p> 	<p>Die Warnung meldet eine mögliche Gefahr oder ein Ereignis, bei dem die Behörden ein gewisses Verhalten empfehlen, aber nicht vorschreiben. Eine Warnung muss erneuert werden, wenn das betroffene Gebiet oder die Verhaltensempfehlungen ändern. Sobald das empfohlene Verhalten nicht mehr notwendig ist, erfolgt zwingend eine Entwarnung /Revokation.</p>	<p>Verbreitungspfad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Alertswiss Website <input checked="" type="checkbox"/> App-Push für betroffenes Gebiet und Abonnenten <input checked="" type="checkbox"/> Regionaler Medienverteiler
<p>Alarmierung</p> 	<p>Die Alarmierung wird verwendet, wenn die Behörden über eine unmittelbar bestehende Gefahr informieren und zwingend zu befolgende Verhaltensanweisungen ausgeben. Die Alarmierung kann mit oder ohne Sirenenalarm erfolgen; in jedem Fall führt sie zu einer verbreitungspflichtigen Meldung am Radio (ICARO). Eine Alarmierung muss erneuert werden, wenn das betroffene Gebiet oder die Verhaltensempfehlungen ändern. Auf eine Alarmierung folgt am Schluss des Ereignisses zwingend deren Aufhebung / Revokation.</p>	<p>Verbreitungspfad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Alertswiss Website <input checked="" type="checkbox"/> App-Push für betroffenes Gebiet und Abonnenten <input checked="" type="checkbox"/> Regionaler Medienverteiler <input checked="" type="checkbox"/> Verbreitungsauftrag für Radio (ICARO) <input checked="" type="checkbox"/> Sirene bei Alarmen mit Sirene

11 Umgang mit Medien

Bei Katastrophen, in Notlagen, bei Pandemien und bei Grossereignissen gelten in der Kommunikation, bei der Information der Bevölkerung und im Umgang mit den Medien die nachfolgenden allgemein gültigen Grundregeln und Grundsätze.

11.1 Gleichbehandlung der Medien

Die Medien erhalten immer alle zeitgleich dieselben Informationen.

11.2 Über Fakten informieren

Im Vordergrund stehen immer die Fakten. Alle Informationen müssen eine hohe Qualität haben. Vor der Publikation müssen Fakten allenfalls konsolidiert werden. Es gilt das Vier-Augen-Prinzip, auch in Stresssituationen und auf Onlinekanälen wie Internet und den sozialen Medien. Die Medien werden die Fakten hinterfragen und überprüfen.

Tabu sind Gerüchte, Vermutungen oder Schuldzuweisungen. Müssen Annahmen geäussert werden, damit keine Verunsicherung in der Bevölkerung entsteht, sind diese als solche zu bezeichnen. Die von Medienschaffenden geäusserten Gerüchte sind zu überprüfen und bei der nächsten aktiven Information ist darauf einzugehen.

Vor dem Beantworten von Medienanfragen gilt es, die Fakten und die Informationshoheit zu klären. Bei einem Erstkontakt gilt es, inhaltliche Aussagen zu vermeiden, sofern die Fakten nicht geklärt sind. Wenn immer möglich, Raschen Rückruf zusichern.

11.3 Zentrale Aussagen festhalten

Kernaussagen sind im Voraus festzuhalten und mit allen Akteuren abzusprechen → Rapport.

Dies dient einerseits dem internen Informationsaustausch und andererseits als Erinnerung. Müssen einmal gemachte Aussagen aufgrund einer geänderten Situation rückgängig gemacht werden, ist dies zu begründen.

11.4 Emotionen berücksichtigen

Im Zentrum stehen stets Betroffene und Opfer. Katastrophen, Notlagen, Pandemien und Grossereignisse lösen starke Emotionen aus. Diese sind bei der Informationstätigkeit zu berücksichtigen. Betroffenheit zeigen.

Demgegenüber kann eine Sprecherin oder ein Sprecher, die oder der vor der Kamera nervös wirkt, die Bevölkerung verunsichern. Wer sich beim Auftritt für sein Führungsorgan hinter einer Maske von Gelassenheit oder Lockerheit versteckt, wirkt zynisch.

11.5 Medienberichterstattung beobachten

Die Berichterstattung in allen Medien (print und online) sollte systematisch beobachtet werden, um wenn nötig frühzeitig kommunikativ aktiv zu werden, um allfällige Missverständnisse zu klären. Bedürfnisse der Betroffenen, der Bevölkerung und der Medienschaffenden können auch über die sozialen Medien (inkl. Leserinnen- und Leserkommentare) eruiert und allenfalls befriedigt werden.

11.6 Soziale Medien beachten

Eine aktive Kommunikation in den sozialen Medien erfolgt in der Regel ergänzend zu den klassischen Kanälen. Müssen wichtige Informationen jedoch besonders rasch verbreitet werden, reicht die Zeit für das Verfassen einer Medienmitteilung unter Umständen nicht aus. Dann können die eigenen Social-Media-Kanäle kurzfristig auch als primäre Informationskanäle genutzt werden.

In den sozialen Medien ist die Interaktion wichtig. Man muss bereit sein, die sozialen Medien laufend zu beobachten, sachlich mit Kritik umzugehen und auch in Stresssituationen sachlich Auskunft zu geben.

Wenn bereits vor einem Ereignis eine Vertrauensbasis geschaffen wurde, Kontakte zu wichtigen Personen/Organisationen in den sozialen Medien gepflegt und eine Community aufgebaut wurde, kann die Community im Krisenfall helfen, Informationen zu verbreiten.

Missliebige Kommentare zu löschen, stumm zu bleiben oder auf Fragen nicht zu reagieren, sind keine Optionen. Wenn die Ressourcen zur Interaktion gerade nicht zur Verfügung stehen, kann dies offen gesagt werden.

12 Bestehende Kommunikation → Monitoring

- Was kommunizieren die eingesetzten Einsatzkräfte auf ihren Kanälen?
- Was kommuniziert die Bevölkerung auf Social Media?
- Wo gibt es Webcams?
- Wer berichtet über das Ereignis und weshalb?
- "Fake – Kommunikation" in den Sozialen Netzwerken

13 Anhänge

13.1 Checkliste: Koordination der Information zwischen dem Führungsorgan und Behörden

Im Ereignisfall geben vielfach verschiedene Stellen auf verschiedenen Stufen Informationen an die Öffentlichkeit. Damit alle Stellen mit einer Sprache (One-Voice-Prinzip) sprechen, müssen allen Beteiligten die Inhalte bekannt sein. Diese Absprache soll nach Möglichkeit erfolgen, bevor die Öffentlichkeit informiert wird. Schnittstellen beachten!

- Wer hat bereits informiert?
- Welche Informationen sind bereits bekannt?
- Wer informiert öffentlich?
- Anlass der Information?
- Zeitpunkt der Information?
- Wer wird informiert?
- Wie wird informiert? (Medienkonferenz, Medienmitteilung, telefonische Auskünfte, soziale Medien)
- Kernaussagen der Information
- Neue Fakten im Vergleich zu früheren Informationen
- Korrekturen früherer Aussagen (Begründung)
- Zentrale Fragen der Bevölkerung, von Medienvertretern oder in den sozialen Medien
- Geäusserte Kritik oder Vorwürfe - Reaktionen
- Geäusserte Gerüchte – Reaktionen
- Termin der nächsten öffentlichen Information
- Inhalt dieser Information
- Allfällige Hintergrundinformationen

13.2 Checkliste «Umgang mit Sozialen Medien»

Betroffene, Medienschaffende und die Öffentlichkeit informieren sich oft zuerst online (Websites, Twitter, Facebook, Instagram usw.). Alle Kanäle, die vorhanden sind und im Normalfall bedient werden, müssen auch im Ereignisfall zumindest mit Grundinformationen bewirtschaftet werden.

Der oder die Kommunikationsverantwortliche des Führungsorgans muss vorgängig abklären, wer die entsprechenden Kanäle bedient und eine Betreuung im Ereignisfall sicherstellt. Eventuell sind Schulungen oder Trainings nötig.

- | | |
|--|---|
| • Website des regionalen Führungsstabes | |
| www.rfs-toggenburg.ch | Regionaler Führungsstab / RZSO Toggenburg |
| • Facebook-Konto | RZSO Toggenburg |
| • Instagram-Konto | RZSO Toggenburg |
| • Twitterkonto? | ? |
| • Gemeindefwebsites | jeweilige Gemeinde |
| • Website des Kantons | Staatssekretariat |

Ebenfalls muss der oder die Kommunikationsverantwortliche im Ereignisfall wissen, welche relevanten Themen aktuell auf den sozialen Medien diskutiert werden. So kann die aktive Kommunikation darauf abgestimmt werden. Dazu muss idealerweise schon vor dem Ereignis ein Monitoring eingerichtet werden.

Beim Einsatz von Onlinekanälen und sozialen Medien müssen insbesondere die folgenden Aspekte berücksichtigt werden:

- Zuständigkeiten sind geklärt (Redaktion Online/soziale Medien, Kommunikationsbeauftragte) und allen Beteiligten bekannt
- Logins und Passwörter sind den Verantwortlichen zugänglich
- Impressum ist korrekt
- Monitoring ist sichergestellt. Kommunikationsverantwortliche werden mit den wichtigsten Themen bedient und leiten sie bei Bedarf an das Führungsorgan weiter
- Die Inhalte sind aktuell und werden laufend aktualisiert
- Die Inhalte stimmen mit jenen, anderer Gefässe (Internet, Intranet, Medienmitteilung usw.) überein. Sie sind entsprechend dem Medienkanal aufbereitet
- Veraltete Infos sind entfernt
- Hashtags (#) sind bekannt und werden benutzt
- Interaktion ist gewährleistet und verläuft kontinuierlich. Nicht jede Äusserung muss kommentiert werden. Ein erfahrener Redaktor für die sozialen Medien weiss, wann wie reagiert werden muss.
- Gibt es weitere Organisationen, auf deren Onlinekanälen die Information gestreut werden kann (Region, Kanton, Nachbargemeinden, Institutionen, Schulen usw.)?

13.3 Checkliste «Medienmitteilung» (vgl. Vorlage Medienmitteilung)

Formelles

- Kurze Medienmitteilung: ideal ist 1 A4-Seite
- Hintergrundinformationen und Fotos, Videos, Grafiken können als Beilage zur Medienmitteilung versandt und/oder online zugänglich gemacht werden
- Vornamen, Namen und Funktionen der Leute ausschreiben
- Aufpassen mit Abkürzungen und Fachbegriffen, die nicht allgemein geläufig sind; solche Begriffe muss man das erste Mal ausschreiben (und die Abkürzung in Klammern hinzufügen, bspw. Regionaler Führungsstab (RFS))
- Die Medienmitteilung mit Datum (plus evtl. Uhrzeit) sowie am Schluss mit Telefonnummern und Mailadressen der Auskunftspersonen versehen (evtl. Zeitfenster vordefinieren)
- Abgestufte Medienmitteilungen fortlaufend nummerieren und mit Datum und Uhrzeit der Veröffentlichung versehen
- Auch wenn's pressiert: vor dem Versand die Medienmitteilung nochmals durchlesen und durch eine zweite Person auf Fehler überprüfen lassen (4-Augen-Prinzip)
- Publikation im Internet
- evtl. Verbreitung auf Kanälen der sozialen Medien

Inhaltlich

- vor dem Schreiben die Zentralen Botschaften festlegen – als Gerüst der Medienmitteilung
- kurzer aussagekräftiger Titel (zentrale Botschaft)
- das Wichtigste zuerst
- im ersten Abschnitt werden die wichtigsten Fragen beantwortet: Wer, was, wann, wo (warum)
- Im Hauptteil der Medienmitteilung wird auf verschiedene Aspekte vertieft eingegangen
- Darauf achten, dass die zentralen Botschaften im Text vorhanden sind
- Auf elektronische Informationsmöglichkeiten hinweisen: Internet, Soziale Medien etc
- Zeitpunkt und Form der nächsten Meldung mitteilen: so konkret wie möglich
- Evtl. Stellungnahme von Fachleuten in der Medienmitteilung verwenden
- Treffpunkt für freiwillige Helfer
- ACHTUNG:** Allfällige erste Ursachen dürfen nur nach Absprache mit den Untersuchungsbehörden bekannt gegeben werden!
- Abschlussmedienmitteilung:** Gesamtüberblick über das Ereignis, Expertenberichte und -meinungen, aktueller Stand zu den Ursachen (in Absprache mit den Untersuchungsbehörden, geplante respektive eingeleitete Präventivmassnahmen; Bekanntgabe, wann welche Instanzen weitere Informationen veröffentlichen werden)

13.4 Checkliste Flugblatt

Formelles

- Kurze, klare Sätze auf maximal einem einseitig beschriebenen A4-Blatt

Inhaltlich

- Verhaltensanweisungen an die Bevölkerung
- Lebensmittel, Trinkwasser, allgemeine Versorgung, Strom
- Unterkünfte und Betreuung
- Schulbetrieb
- Zustand des Telefonnetzes, Internetzugang
(evtl. Verhindern eines Zusammenbruchs durch «unnötige» Anrufe)
- Verkehrssituation, Transportmöglichkeiten
- Nummer einer Hotline
- Kurze Zusammenfassung der aktuellen Situation
- Zeitpunkt und Ablauf des Ereignisses (Was ist wann und wo geschehen?)
- Ursache des Ereignisses (Achtung: Nur bei eindeutiger, geklärt Sachlage; möglicher Konflikt mit Untersuchungsbehörden)
- Wie bedrohlich wird die Situation eingeschätzt
- Umfang des betroffenen Gebietes
- Ausmass der Schadenslage (soweit bereits bekannt)
- Ebenso erwähnen, was man noch nicht weiss
- Betroffene Personen (Tote, Verletzte – nur dann, wenn Untersuchungsbehörden bereits informiert haben -, Evakuierte, sind jedoch ohne Namen zu nennen), bspw.
«Uns sind bis jetzt keine Verletzten bekannt.»
- momentane Verkehrssituation
- Ziele / Absicht der Einsatzleitung
- Bislang getroffene Massnahmen (wie viele Helfer vor Ort, inkl. allfällig bereits erzielter Wirkung)
- Weitere geplante Massnahmen (was, wann, wer?)
- Absender dieses Flugblattes
- Erreichbarkeit des verantwortlichen Führungsorgans, resp. der Informations- und Meldestellen in Notfällen (z.B. Kranke und Verletzte)
- Treffpunkt für freiwillige Helfer
- Zeitpunkt und Art der nächsten Information
- Flugblatt auch im Internet und in den Sozialen Medien publizieren

13.5 Checkliste: Organisation einer Medienkonferenz im Ereignisfall

Infrastruktur

- Lokalität mit Parkplatz-Möglichkeiten, ausreichend Mobil-Netz (sofern vorhanden) und genügend Tischen und Stühlen: Schule, Mehrzweckraum etc
- Hinweisschilder «Medienzentrum»
- Je nach Möglichkeit Präsentationsmittel wie Flipchart, Laptop, Bildschirme mit Audio- / Videoverbindungen, Beamer, Visualizer, Leinwand und Bildmaterial
- evtl. Steckleisten für Stromanschlüsse

Organisatorisch

- Ort und Zeit bestimmen
- Setting bestimmen: max. 2 bis 4 Teilnehmende sowie Moderator: in
- Inhalte definieren: Wer sagt was? Was wird NICHT gesagt? (bspw. Ursache ...)
- Reihenfolge festlegen: wer informiert wann?
- Liste mit unbequemen Fragen und entsprechenden Antworten vorbereiten
- Angaben zu den Referierenden (Vorname, Name, Funktion) als Schilder vorbereiten
- allfällige Organisation von Vor-Ort-Besichtigungen (Transportmittel im Voraus organisieren)
- Einzelinterviews im Anschluss an die Medienkonferenz ermöglichen: zuerst Radio / Online, dann TV; dann Zeitungen
- Aufschaltung der Dokumentation im Internet vorbereiten
- Publikation Soziale Medien vorbereiten

Inhaltlich

- Einleitend alle Referierenden mit Vorname, Name und Funktion vorstellen
- Kurze, aussagekräftige Statements in Referaten von 3 bis 5 Minuten Dauer
- Sprachproblematik beachten: evtl. hochdeutsch sprechen (evtl. auch Übersetzer stellen)
- Auf klare Aussage achten
- Die wichtigsten Fakten am Ende der Referate zusammenfassend wiederholen
- Fragerunde nach Abschluss der Referate
- Am Ende bekannt geben, wie und wann weiter informiert wird.
- Berichterstattung in den Medien / auf den Sozialen Kanälen auswerten und allfällige Missverständnisse ausräumen

→ siehe auch: [FKS-Handbuch «Führung Grossereignis»](#), Hilfsmittel «8.12 | Medienorientierung»

14 Adresslisten

14.1 Adressliste RFS (siehe Pt. 9.1) Stand April 2024

Name	Vorname	Funktion	E-Mail
Heeb	Christian	Stabschef	christian.heeb@sg.ch
Steiner	Heinrich	Stabschef Stv. 1	h.steiner@bluewin.ch
Lindenmann	Roger	Stabschef Stv. 2	roger.lindenmann@ar.ch
Walt	Jürg	Ressort Sicherheit	juema.walt@bluewin.ch
Baudisch	Marc	Ressort Gesundheit	info@notfallmedizin-baudisch.ch
Lich	Thomas	Stv. Ressort Gesundheit	thomas.lich@rettung-sg.ch
Louis	Albin	Stv. Ressort Sicherheit	albin.louis@bluewin.ch
Schrepfer	Max	Ressort Zivilschutz	max_schrepfer@bluewin.ch
Fust	Samuel	Stv. Ressort Zivilschutz	samuel.fust@wattwil.ch
Rütsche	Thomas	Ressort Technische Dienste Stv.	thomas.ruetsche@dk-ebnat-kappel.ch
Friedli	Esther	Ressort Kommunikation/Info	estherfriedli@bluewin.ch
Moser	Marco	Stv. Ressort Kommunikation/Info	marco.moser@thurweb.ch
Gantner	Christof	Ressort Ressourcen/Naturgefahren	christof.gantner@sg.ch
Fankhauser	Nikolaus	Stv. Ressort Ressourcen/Naturgef.	nikolaus.fankhauser@sg.ch

14.2 Adressen KBS/KFS (siehe Pt. 9.2)



Andrea Lee
+41 58 229 71 62
andrea.lee@sg.ch
Leiterin Abteilung Bev S
Leitende Gremien
SC KFS



Kathrin Fässler
+41 58 229 71 64
kathrin.faessler@sg.ch
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Projekte Bevölkerungsschutz



Fredy Koller
+41 58 229 71 68
fredy.koller@sg.ch
Leiter Geschäftsstelle KFS
Übungen FO & Partner
Wasserwehr Linth/Rhein
Zivil – Militärische Zusammenarbeit (ZMZ)
C ND KFS



Andy Mathis
+41 58 229 71 49
andreas.mathis@sg.ch
Kordinator IT & Tm
IES, LAFIS, GIN
Polycom, Alertswiss
Kurse Führungsunterstützung
Adj / C FU KFS



Hansruedi Donau
+41 58 229 71 61
hansruedi.donau@sg.ch
Naturgefahren
Kurse FO BVS
Sirentest
z Vf SC KFS

Dieses Konzept dient in erster Linie zum Zeitgewinn in der Krise und kann auch von anderen Interventionseinheiten genutzt werden.