

Vom Off in die Offensive: Medienarbeit im Sozialbereich

**Montag, 15. Juni 2009, 09.00 – 17.00 Uhr
an der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit**

Die Medienberichterstattung zur Sozialhilfe steht und fällt mit der Art, wie die Fachleute informieren und kommunizieren. Eine professionelle und offensive Kommunikationsstrategie ist deshalb für den Sozialbereich unerlässlich.

Die Veranstaltung bietet Einblicke in die Gesetzmässigkeiten der Medienwelt, liefert praxisnahe Ideen für Behörden und Sozialdienste und vermittelt die Fähigkeit, Botschaften mediengerecht zu transportieren. Die Teilnehmenden haben Gelegenheit, ihre Kommunikationsfähigkeiten unter der Anleitung von Medienprofis zu trainieren.

Angesprochen sind Kadermitglieder und Mitarbeitende von Sozialdiensten, Behördenmitglieder, Kantons- und Gemeindevertreterinnen und -vertreter sowie Mitarbeitende von anderen sozialen Organisationen.

Die Veranstaltung wird von der SKOS und AvenirSocial durchgeführt und vom Beobachter unterstützt.

Beobachter

Programm

09.00	Empfangskaffee
09.30	Begrüssung und Einleitung <i>Walter Schmid, Präsident der SKOS</i>
09.40	Inputreferat: Medienarbeit – wichtiger Pfeiler der Kommunikationsstrategie <i>Angela Kreis-Muzzolini, Geschäftsführerin Perex GmbH Projekte und Kommunikation</i>
10.00	1. Durchführung Module 1 – 3
11.30	Stehlunch
12.45	2. Durchführung Module 1 – 3
14.15	Pause
14.45	3. Durchführung Module 1 – 3
16.15	Referat: Tipps und Erfahrungen für die konkrete Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes für Sozialdienste und Sozialbehörden Fragen aus dem Publikum <i>Urs Hofer, Projektleiter und Dozent an der Berner Fachhochschule – Soziale Arbeit</i>
17.00	Schluss der Veranstaltung

Ablauf

Die Teilnehmenden durchlaufen alle drei Module in unterschiedlicher Reihenfolge in einer Gruppe von maximal 20 Personen.

Inputreferat: Medienarbeit – ein wichtiger Pfeiler der Kommunikationsstrategie

Weshalb haben es die Verantwortlichen sozialer Institutionen so schwer, ihr Thema an die Öffentlichkeit zu bringen? Die Slogans «Was heute neu, ist morgen alt», «Wer nicht mithält, bleibt zurück» sind aktueller denn je. Von Interesse ist, was persönlichen Nutzen bringt oder in den Medien erscheint. Durch die «Low-Budget»-Situation ruhen die Hoffnungen vieler sozialer Institutionen auf der Medienarbeit. Was jedoch für die einen im Zentrum steht, ist den anderen möglicherweise keine Zeile wert. Das Einbinden professioneller Medienarbeit für soziale Projekte als strategischer Pfeiler der Unternehmenskommunikation ist unerlässlich. Denn soziale Institutionen leben von ihrer Publizität.

Modul 1: Medienarbeit und Umgang mit Medien

Bereits beim ersten Kontakt mit einem Journalisten entscheidet sich, ob Sie die Medien für sich und Ihren Fachverband nutzen können oder nicht. Die Medien haben ihre eigenen Spielregeln und Mechanismen. Je genauer Sie diese kennen, desto besser sind Ihre Chancen auf einen erfolgreichen Medienauftritt. Dieses Modul macht Sie fit für die Medien.

Inhalte:

- Was wollen die Medien von mir? Und was will ich von ihnen?
- Welche Medien sind für mich interessant? Und wie erreiche ich sie?
- Wie ticken Journalisten?
- Welches sind die Spielregeln?
- Die medienspezifischen Eigenheiten und Anforderungen von Print, Radio und TV
- Meine Botschaft – wie formuliere ich sie und wie bringe ich sie rüber?
- Wie kann ich mich innert kürzester Zeit auf einen Medienauftritt vorbereiten?
- Praktische Übungen

Leitung:

Flavien Allenspach, MAZ-Studienleiter, Journalist, Medien- und Kommunikationstrainer

Modul 2: Statements und Interviews zu kritischen Themen

Gerade in kritischen Situationen ist es entscheidend, professionell und offen mit den Medien zu kommunizieren. In diesem Modul erfahren Sie, wie Sie eine Journalistenanfrage professionell managen und wie man medienwirksame Statements und Interviews vorbereitet. Sie trainieren Statements vor der Video-Kamera überzeugend auf den Punkt zu bringen, so dass Ihnen das Publikum mit Interesse folgt. Sie können Ihre Standpunkte auch in schwierigen Situationen überzeugend vertreten und Ihre kommunikativen Stärken gezielter einsetzen.

Ziele:

- Sie kennen die Merkmale einer erfolgreichen Medienarbeit.
- Sie wissen, was die Faktoren eines überzeugenden Auftritts vor Mikrofon und Kamera sind.
- Sie kennen wichtige Verhaltensregeln bei Interviews und Statements.
- Sie kennen die wichtigsten Grundsätze der Krisenkommunikation.

Methode:

Das Training besteht aus einem Inputteil und einem Übungsteil. Die Übungen werden auf die Themenbereiche der Teilnehmenden abgeglichen.

Sie reflektieren Ihre Medienarbeit, erproben Ihren Auftritt vor der Kamera und erhalten ein professionelles Feedback. Zudem erhalten Sie umfassende Kursunterlagen.

Leitung:

Simon Kopp, MAZ-Studienleiter, Medientrainer und Leiter Medienstelle der Strafuntersuchungs-Behörden im Kanton Luzern

Modul 3: Kommunikationsstrategie

Im Kampf um den Zugang zum hart umkämpften Medienmarkt gilt es, die Einzigartigkeit einer sozialen Organisation besonders differenziert zu kommunizieren. Doch wie stelle ich sicher, dass die Institution im alltäglichen Informationsdschungel überhaupt wahrgenommen und verstanden wird? Der Workshop hat zum Ziel, gelebte Strategien von sozialen Organisationen aufzuzeigen und praxisnahe Ideen für neue Stossrichtungen in der eigenen Kommunikationsarbeit zu vermitteln.

Leitung:

Angela Kreis-Muzzolini, Geschäftsführerin Perex GmbH

Projekte und Kommunikation

Referat: Tipps und Erfahrungen für die konkrete Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes für Sozialdienste und Sozialbehörden

Sozialdienste und Sozialbehörden sollten anstelle der heute vielfach rein funktionalen und passiven Kommunikation diese zielgerichtet und aktiv betreiben. Dazu müssen sie sich Gedanken machen über die zu erreichenden Ziele und beabsichtigten Wirkungen bei den verschiedenen Anspruchsgruppen, die Verantwortlichkeiten in der Kommunikationstätigkeit festlegen und die verwendeten Instrumente auf ihren Nutzen und ihre Funktionen überprüfen. Dabei stellen sich Fragen: Wie ist die interne Kommunikation geregelt? Wer trägt die inhaltliche und politische Verantwortung bei der Öffentlichkeitsarbeit von Sozialdiensten und Sozialbehörden? Welche Informationen sollen über welche Kanäle oder Medien vermittelt werden? Was ist zu beachten bezüglich Schweigepflicht und Amtsgeheimnis?

Die Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes bildet eine wichtige Grundlage, um langfristig Glaubwürdigkeit, Transparenz und Vertrauen in der Öffentlichkeit aufzubauen und in Krisensituationen rasch und kompetent handeln zu können.

Organisation

Anmeldung	Bitte beiliegende Karte einschicken oder faxen. Anmeldeschluss: 2. Juni 2009 Die Zahl der Teilnehmenden ist auf 60 Personen beschränkt. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Bei Abmeldung nach dem Anmeldeschluss bleiben die Teilnahmekosten geschuldet.
Kosten (inkl. Verpflegung)	Mitglieder der SKOS oder AvenirSocial: Fr. 300.- Nichtmitglieder: Fr. 400.-
Kurs-administration	Schweizerische Konferenz für Sozialhilfe SKOS Monbijoustrasse 22/Postfach 3000 Bern 14 Fax 031 326 19 10 / Mail: admin@skos.ch
Kursort	Hochschule Luzern – Soziale Arbeit Werftstrasse 1 6002 Luzern www.hslu.ch/sozialearbeit  Gebäude Lakefront, Inseliquai 12B (Nr. 2)