

## Evangelische Volkspartei der Schweiz

Niklaus Hari, Kommunikation

Josefstrasse 32

8021 Zürich

Tel. 044 272 71 00

Fax 044 272 14 37

Mobile 079 202 72 27

niklaus.hari@evppev.ch

www.evppev.ch

## „Richtig Kommunizieren: Tipps und Tricks zur Medienarbeit“

### Alles ist Kommunikation...

- Politik besteht fast ausschliesslich aus kommunikativen Handlungen
- „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ – Auch wenn Sie nichts sagen, sagen Sie etwas!

→ jede persönliche und politische Aktion kommunikativ verwerten

→ Kommunikation ist eine Stabsfunktion

### Wichtige Fragen am Anfang klären...

- Stimmt die Balance zwischen „Tu Gutes“ und „rede darüber“?
- Ein einfaches Kommunikationsmodell (Lasswell 1948):

<b>Wer</b>	Ich persönlich? Meine Partei? Welches Gremium?
<b>sagt was</b>	Was ist mein Kernanliegen? Meine Hauptbotschaft?
<b>über welchen Kanal</b>	Welches Medium?
<b>zu wem</b>	Wen will ich erreichen? Wer sind meine Zielgruppen?
<b>mit welcher Wirkung?</b>	Will ich informieren? Erwarte ich eine Rückmeldung?

### Medienanalyse: welche Medien stehen mir überhaupt zur Verfügung?

- Welche Medien sind vorhanden? (Zeitung/Radio/TV, lokal/regional, Erscheinungstermine...)
- Decken sie meine Zielgruppen ab?
- Bestehen persönliche Kontakte zu diesen Medien?  
→ Adressen sammeln, zum Beispiel E-Mail-Verteiler für Medienmitteilungen
- Kann ich meine Zielgruppen auf alternativen Wegen erreichen?  
→ Zum Beispiel E-Mail-Verteiler von Freunden und Interessierten für Newsletter aufbauen

### Medienarbeit: Zusammenarbeit zwischen Medien und mir...

- In Produktionsgemeinschaften denken: Medienschaffende wollen News, ich will Publizität  
→ theoretisch eine win-win-Situation
- ABER: Medienschaffende betrachten sich als unabhängig und unbestechlich  
→ Den Medienschaffenden immer zu verstehen geben, dass sie letztlich entscheiden dürfen
- Medienarbeit ist Beziehungsarbeit  
→ Vorsicht mit Kritik, gute Berichte verdanken, persönliche Beziehungen aufbauen

### Für Medien interessant sein: Kompetenz in einem Thema aufbauen

- Sterbehilfe → Geri Fischer (SF mit 10 vor 10, ...)
- Passivrauchen → Ruedi Löffel
- Sexistische Werbung → Junge Evangelische Volkspartei \*jevp

### **Den Medien Inhalte liefern: eingesandte Artikel**

- vorgängig telefonisch abklären: Kann jemand zum Anlass vorbeikommen? Ist es erwünscht, dass ich ein Eingesandter schreibe?
- Aufbau: Titel, Lead, Text, (Bild, Bildlegende)
- Lead: Hauptbotschaft in einem Satz (z.B. W-Fragen beantworten: Wer? Was? Wann? Wo?)
- Personalisieren: Aussagen von Parteikadern in direkter Rede einflechten
- Schreibperspektive: von aussen („die EVP Bümpliz will 4 Sitze gewinnen“, nicht „wir wollen...“)

### **Den Medien Inhalte liefern: Pressekonferenzen**

- nur bei wichtigen Anlässen und Entscheidungen (Teilnahme an Exekutivwahlen,...)
- nur wenn mehrere Medien für einen Bericht in Frage kommen
- immer am Morgen abhalten: 10 Uhr (auf öffentlichen Verkehr und Produktion von lokalen Wochenzeitungen abstimmen!)
- Referate vorher absprechen und am Anlass schriftlich verteilen
- mindestens eine Woche vorher per Mail einladen (keine eiserne Regel: Überraschungseffekt!)
- 4 Tage vor der Pressekonferenz telefonisch nachfassen: Haben Sie Interesse? Kommen Sie vorbei? Dürfen wir Ihnen die Pressemappe zustellen?
- auf Wunsch Pressemappe auch schon vorgängig zustellen mit entsprechender Sperrfrist

### **Den Medien Inhalte liefern: Medienmitteilungen**

- nur wenn mehrere Medien für einen Bericht in Frage kommen
- per E-Mail oder Fax breit versenden
- bei Reaktion auf ein Ereignis: rasch und noch am selben Tag versenden
- bei Aktion der EVP: besser am nächsten Tag und dafür so früh wie möglich versenden (Termin auf Produktion von lokalen Wochenzeitungen abstimmen!)
- Aufbau / Lead / Personalisieren / Schreibperspektive: wie bei eingesandten Artikeln

### **Den Medien Inhalte liefern: Leserbriefe**

- Immer auf einen konkreten Artikel/Beitrag im gleichen Medium Bezug nehmen
- Auf Hauptbotschaft reduzieren, kurze Leserbriefe haben grössere Veröffentlichungschancen!
- Personalisieren: eigene Meinung einbringen
- Konkrete Handlungsalternative (politische Forderung) aufzeigen

### **Arbeit teilen: einmal geschriebene Inhalte mehrfach verwenden**

- als Leserbrief in der Zeitung
- als Kern einer Medienmitteilung
- als Kommentar auf der persönlichen Webseite
- als Kommentar auf der EVP-Webseite
- als Beitrag im akzente, im kantonalen EVPinfo, im lokalen EVP-Infoblatt
- als Beitrag in einem E-Mail-Newsletter
- als Kern eines Vorstosses/Votum im Parlament
- als Vorlage für Vorstösse anderer EVP-Parlamentarier
- ...

### **Webseite: gehört heute zum Grundangebot**

- ABER: lieber keine Webseite, als eine, die nicht aktuell ist
- nicht zu viel vornehmen: lieber eine schlanke Webseite, als eine umfangreiche, nicht aktuelle
- Angebote der EVP Schweiz für Webseiten ohne spezielles Programm und Kenntnisse:
  - o Ortsparteienportal für 357.- im ersten und 207.- in jedem nachfolgenden Jahr (Beispiele sind [www.evp-dietikon.ch](http://www.evp-dietikon.ch), [www.evp-lyss.ch](http://www.evp-lyss.ch))
  - o Kandidierendenportal: kostenloses Grundgerüst für persönliche Webseite, beschränkter Support (Beispiele sind [www.philippe-messerli.ch](http://www.philippe-messerli.ch), [www.peterhauser.ch](http://www.peterhauser.ch))
- allenfalls Angebote der Kantonalpartei beachten

Herzlichen Dank für Dein Engagement! Gemeinsam kommunizieren wir die EVP und ihre Werte.