



FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE SKI  
INTERNATIONAL SKI FEDERATION  
INTERNATIONALER SKI VERBAND



---

CH-3653 Oberhofen (Switzerland), Tel. +41 (33) 244 61 61, Fax +41 (33) 244 61 71  
FIS-Website: <http://www.fis-ski.com> E-Mail: [mail@fisski.ch](mailto:mail@fisski.ch)

---

## Vorgaben für die PR- und Medienarbeit

### *FIS SKI WELTMEISTERSCHAFTEN*

---

#### Inhaltsverzeichnis

- I. Zielsetzungen
- II. Personelles
- III. Pressearbeit vor den WM
- IV. Anmeldungen, Akkreditierungen
- V. Pressezentrum
- VI. Transportservice
- VII. Aktivitäten während den WM
- VIII. Spezialveranstaltung
- IX. Aktueller Medienservice
- X. Skistadien, Bewerbungsstätten
- XI. Funk
- XII. Spezielles für FIS Nordische Ski Weltmeisterschaften
- XIII. TV/Radio

---

Gesamt: Redaktion: Christian Knauth FIS Marketing/Kommunikations Direktor  
E-Mail: [knauth@fisski.ch](mailto:knauth@fisski.ch)  
Mobile: +41 79 311 00 54

---

## **I. Zielsetzungen**

- Bei den WM handelt es sich um Weltmeisterschaften des Internationalen Skiverbandes FIS.
- Aufbau einer guten Infrastruktur für die Vertreter der elektronischen und der Printmedien.
- Der Standard und die Anforderungen sowie das Profil einer solchen Veranstaltung müssen internationales Niveau aufweisen.
- Aufbereitung der aktuellen Informationen und Zurverfügungstellung von älteren und aktuellen Daten.
- Werbung für die Veranstaltung durch laufende PR-Informationen und PR-Veranstaltungen im Vorfeld der FIS-WM.
- Nachhaltige Wirkung für Fremdenverkehr und Image der Veranstalterorte, Regionen, Nationen sowie den Skisport im Allgemeinen.

## II. Personelles

### Struktur

#### PR- und Medienausschuss

Dieses Beratungsgremium arbeitet an der Konzepterstellung mit und bringt speziell die Erfahrungen und Wünsche aus den verschiedenen Bereichen der unterschiedlichen Medienanforderungen ein. Aus dem Kreis dieser Mitglieder wird der Vorsitzende nominiert.

Diesem Beratungsgremium gehören Vertreter aus den verschiedenen Medienbereichen an, auch der FIS Direktor für Marketing/Kommunikation bzw. ein Vertreter des PR- und Medien Komitees der FIS.

Ein Repräsentant der Journalisten Vereinigung AIPS/AIJS soll dazu ebenfalls integriert werden.

Nach Möglichkeit sind für diese Vertreter die Verpflegungs- und Hotelkosten sowie die Reisekosten zu übernehmen (nach vorhergehender Absprache mit dem OK).

#### Medienverantwortlicher/Mediateam-Leiter/Medien Chef

Zur Koordination, Organisation und Umsetzung der PR- und Medienarbeit gibt es einen Medien- und Kommunikationsverantwortlichen.

Weitere wichtige Funktionen, Ressorts, bzw. Arbeitsaufteilungen sollten vorgesehen werden:

- Leiter Media Services
- Leiter Photo Services
- Leiter Kommunikations-Projekte
- Leiter Haupt-Medienzentrum
- Leiter Sub-Medienzentrum

Wichtigste Mitarbeiter in den verschiedenen Ressorts, wobei die Einteilung je nach Organisationskomitee und nationalen, medialen Bedürfnissen zu erfolgen hat.

Einige Ideen dazu:

- Nationale und Internationale Pressechef
- Indoor bzw. Outdoor Pressechef
- Koordinatoren Mixed Zone (TV/Radio und Print, Zusammenarbeit mit nationalen Presse-Attachés)
- Koordinator News und Flash-Interviews Zielraum
- Moderator Medienkonferenzen mit Siegern
- Koordinator Website
- Infochef TV/IBC
- Koordinator Medientransporte

Kommunikations-Projekte: - Social Events  
- Interne und Ereigniskommunikation (ausserhalb Sport, Randereignisse, Touristisches usw.)

Haupt-Medienzentrum: - Akkreditierung  
- Info-Desk  
- Resultatdienst  
- Technischer Support  
- Verpflegung  
- Infrastruktur Medienkonferenzraum

Sub-Medienzentrum: - Info-Desk  
- Resultatdienst  
- Technischer Support  
- Verpflegung

### Arbeitskreise

Unter der Leitung des Medien- und Kommunikationsverantwortlichen/Medienchef des Organisationskomitees können noch spezielle Arbeitskreise gebildet werden, die sich je nach Mediengattung zusammensetzen.

Printmedien, TV, Radio, Film und Foto

Diese Arbeitskreise werden vom Medienchef oder einem der Leiter oder Koordinatoren geführt.

### Koordination

Für die generelle Koordination mit seinen Bereichsleitern im Medien- und Kommunikationsbereich trägt der Medienchef die Verantwortung. Alle sorgen für eine gute Teamarbeit und für ein gemeinsames Vorgehen mit anderen Ausschüssen, z.B. Transport Akkreditierung, Quartier usw. Ausserdem haben sie für eine gute Zusammenarbeit mit der AIJS/AIPS und zum Internationalen Skiverband FIS sowie zum nationalen Skiverband des WM-Austragungslandes zu sorgen.

### **III. Medienarbeit vor den FIS WM**

#### **WM-Bulletin**

##### Zielsetzung

Information über die Vorbereitungsarbeiten der FIS WM an alle Offiziellen aus Politik, Wirtschaft und Skisport sowie an alle Skisport-Medienschaffenden. Im Weiteren sind ebenfalls die wichtigen Medien im WM-Einzugsgebiet (Land, Kanton usw.) sind Special-Interest-Magazine aber auch Wirtschaft- und Tourismus Medien zu berücksichtigen.

##### Erscheinungsweise

Etwa vier bis sechs Monate vor den WM.

Die Erstellung erfolgt in Zusammenarbeit zwischen Organisationskomitee, Werbe- und Marketingausschuss sowie Werbeagentur und Medienverantwortlichen.

#### **Medienkonferenzen**

Die Medienkonferenzen sind nach verschiedenen Gesichtspunkten abzuhalten:

##### räumlich:

- dem lokalen Einzugsgebiet
- dem Veranstaltungsort in der Region
- dem nationalen Bereich (hier sind die nationalen Medien als Zielgruppe zu sehen).

##### themenmässig:

- Wirtschaft, Tourismus

##### Veranstaltungsort

Bundeshauptstadt oder Städte, die auch für die Medien und die WM-Besucher interessant sind.

##### International

In den wichtigen alpinen Nationen sind in den grösseren Medienzentren, auch zu interessanten Anlässen wie z.B. dem Weltcup-Rennen am Lauberhorn in Wengen, solche Konferenzen abzuhalten. Im Weiteren können auch bedeutende Tourismus-Anlässe oder Grossanlässe anderer Sportarten (wo wichtige Medien vor Ort sind) berücksichtigt werden.

Die gesetzten Massnahmen im Bereich des Kapitels "Medienkonferenzen" sind mit der Gesamt-Kommunikation- und Werbestrategie für die Weltmeisterschaften abzustimmen. Ausserdem ergeben sich aktuelle Anlässe zur Abhaltung von Medienkonferenzen, wenn entsprechende Bauabschnitte vollendet bzw. organisatorische Massnahmen vorgenommen wurden. (Information der lokalen und bedeutenden nationalen Medien).

### Themenbezogene Medienkonferenzen

Neben den skisportinteressierten Medien als anzusprechende Zielgruppe sollten noch themenbezogene Medienkonferenzen einberufen werden, welche die Regionen und das Einzugsgebiet anbelangen.

Ansprache und Einladung sind nach gewissen Themen durchzuführen.

Solche Themen könnten sein:

- die wirtschaftliche Bedeutung der WM
- die WM-Initiative für den Tourismus
- Umweltmassnahmen im Zusammenhang mit Sportstättenbau usw.

### **Besuche einzelner Medienvertreter**

Bei den Medienschaffenden ist das Interesse und der Anreiz zu wecken, dass zur "Probe-WM" (Weltcupbewerbe im Vor-WM-Winter) oder im Jahr vor den WM (Sommer und Winter) das FIS-WM-Austragungsgebiet besucht wird. Damit soll ermöglicht werden, dass sich auch Medienvertreter aus den Bereichen Sport, Tourismus, Wirtschaft und Politik für die FIS WM interessieren.

### **FIS Weltcup Veranstaltung, FIS WM bzw. Testbewerbe**

Die „Probe-WM“ ist als Test zu sehen, aber auch als breite Informationsmöglichkeit über die Infrastruktur der FIS WM und über das PR- und Medienkonzept. Während diesen Bewerben soll im Rahmen eines ausführlichen Informationsgesprächs mit den Medienschaffenden und FIS-Vertretern (z.B. FIS Renndirektor, FIS Marketing/Kommunikations Direktor) das Konzept diskutiert und besprochen werden.

Im Bereich der Piste sollten bereits die Fotosektoren, Zielräume usw. probeweise wie bei den WM vorgesehen konzipiert und organisatorisch abgewickelt werden.

## **IV. Anmeldungen, Akkreditierungen**

### **Zielsetzung**

Die Akkreditierung, die als "Aufenthalts-, Eintritts- und Arbeitsausweis" gelten soll, ist auf die Erfordernisse der entsprechenden Mediengattung abzustimmen. Es soll generell erreicht werden, dass durch ein gutes Akkreditierungssystem alle Medienchaffende Zutritt zu den entsprechenden Räumen haben, um nahe am Sport- und Renngeschehen sowie am Informationsfluss zu sein. Die Abwicklung soll so einfach wie möglich, aber auch so sicher wie möglich durchgeführt werden.

Im Zuge der Akkreditierungs Beantragung/Bestellung ist zu unterscheiden zwischen:

- der Personenakkreditierung
- der Quartierbestellung
- der Bestellung der notwendigen technischen Einrichtungen im Medienzentrum.

Dazu kommen Zusatzausweise wie die Fotoarmbinde, Spezial-Medienzonen usw. In diesem Bereich ist eine optimale Koordination zwischen den zuständigen anderen Bereichen (Akkreditierung, Quartier und Sport) notwendig.

### **Allgemeines**

Für die Fotografen ist statt des Foto-Shirts eine auffällige Foto-Armbinde ohne Werbung vorzusehen.

Bei freiem Eintritt ist bei der Eröffnungs- und Schlussfeier ein reservierter Bereich für die Medienvertreter vorzusehen. (Sektoren für Print-, und elektronische Medien sowie Fotografen).

Für die Journalisten ist mit entsprechend klarer Regelung eine geringe Quote an Pistenschleifen vorzusehen.

Für Fotografen, bzw. Kamerateams (ENG), bei alpinen Pisten, die in verschiedenen Sektoren arbeiten müssen, sind Spezial-Akkreditierungen in Form von Armbinden vorzusehen:

- für den Startbereich in Rot, ca. 20 Stück
- für die Strecke in Gelb, ca. 65 Stück/25 TV, 40 Fotografen

Die Ausgabe erfolgt durch die FIS in Absprache mit dem WM Fotokoordinator und dem Hostbroadcaster.

Im Bereich der Medienkorridore im Wettkampfgelände dürfen nur aktiv arbeitende Berufsjournalisten Zutritt haben. (Journalistenverbandsausweise, AIJS/AIPS-Ausweise, FIS-Akkreditierungen usw. verlangen). Die eingehenden Akkreditierungsanträge sollten durch einen anerkannten Journalisten und dem FIS Marketing/Kommunikations Direktor geprüft werden.

Bei den Akkreditierungen ist unbedingt Wert darauf zu legen, dass im Bereich der Medienkorridore im Wettkampfgelände nur aktiv arbeitende und professionelle Journalisten Zutritt haben.

Im Zuge einer guten Vorbereitung ist es von Vorteil, wenn die Akkreditierungsunterlagen, Präsente usw. schon pro Person namentlich vorbereitet sind und so beim Eintreffen im Veranstaltungsgelände bzw. an der Akkreditierungsstelle direkt und rasch ausgehändigt werden können.

## **Akkreditierungsformulare**

### Personenakkreditierung

Auf diesem Formular sind alle persönlichen Daten sowie Detailangaben über Medium und Arbeitsstelle sowie An- und Abreisedatum bekanntzugeben. Pro Person ist ein Formular (Papierform oder Online-Akkreditierung) auszufüllen. Es sind entweder zwei Passfotos mitzusenden oder ein digitales Bild elektronisch zu übermitteln. .

### Quartierreservierung

Das Formular (Papierform oder Online-Akkreditierung) ist in Zusammenarbeit mit dem Quartieramt der FIS WM zu gestalten. Hier sind ebenfalls die persönlichen Daten, An- und Abreisedatum, Abrechnungsmodus und Hotelkategorien sowie Zusatzwünsche in Sachen Quartier aufzulisten.

Hinzuweisen ist bei der Ausschreibung darauf, dass von Seiten des OK das Quartier nach Möglichkeit in den umliegenden Hotels des Medienzentrums gewählt bzw. eine Unterbringung dort erfolgen wird.

### Journalistenquartiere

Für den gesamten Medienservice auch in den Quartieren ist es optimal, wenn man sich für die Journalisten auf 3-4 Hotels mit unterschiedlichen Kategorien einigt und diese als Medienhotels vorsieht. Dort ist es notwendig, dass alle Informationen in schriftlicher Form im Foyer aufgelegt werden. Aktuelle und programmässige Informationen sollen im Foyer und im Lift angeschlagen. Für ganz dringende Mitteilungen (Verschiebungen usw. ) sollte ein e-mail-Service in die Hotels vorgesehen werden. Für die Journalisten kann für solche Sachen zusätzlich ein SMS-Service angeboten werden.

Durch ausgewählte Hotels für die Medien ist es leichter, den Transfer ins Medienzentrum oder zu den Wettbewerbsstätten zu organisieren.

### Technikbestellungen

Bei diesem Formular sind die verschiedenen technischen Ausstattungsmöglichkeiten des Arbeitsplatzes bzw. der speziellen Büros im Medienzentrum aufgeführt. Auf diesem Formular sind auch die entsprechenden Kosten anzuführen. Hier sei vermerkt, dass ein preisgünstiges Angebot der Arbeits- und Ausstattungsmöglichkeiten vorzusehen ist.

## Allgemeines zu den Formularen

Die benötigte Auflage dürfte rund 2000 Exemplare sein.

Druck und Versand sollten im Mai/Juni im Vorjahr der FIS WM erfolgen. Als Stichtag für die Rückmeldungen ist der 30. Oktober vorzusehen.

(Damit ist genügend Zeit, um eine Nachfrist zu gewähren bzw. auch nachzufassen.)

Gleichzeitig mit dem Versand sollten die Online-Akkreditierung respektive – Quartierbestellung auf der FIS WM-Website aufgeschaltet werden. Die Ausgestaltung der Online-Formulare sollte mit der jeweiligen Akkreditierungsfirma abgesprochen werden, damit ein reibungsloser Ablauf und eine optimale Eingangskontrolle möglich sind.

## Ausgangsbasis bei den Akkreditierungen

Es ist mit bis zu 750 Journalisten der schreibenden Presse zu rechnen. Dazu zählen: Tageszeitungen, Illustrierte, Magazine, nationale und internationale Agenturen, Vertreter der lokalen und der privaten Radio- und Fernsehstationen sowie freie und Online-Journalisten.

200 – 250 Fotografen werden am FIS WM-Ort sein. Diese kommen von Tageszeitungen, Illustrierten und Magazinen, nationalen und internationalen Fotoagenturen sowie als freie Fotografen. Dazu kommen noch 130 bis 160 Radio- und TV-Kommentatoren sowie rund 500 Techniker von Radio, Fernsehen und Telekommunikationsfirmen.

In diesen geschätzten Zahlen sind nur Medienvertreter und Medienschaffende berücksichtigt, nicht aber die Mitarbeiter des Medienzentrums sowie angeschlossene Servicefirmen.

## Akkreditierungsausweise

### Gestaltung

Der Akkreditierungsausweis hat mit einer Foto, dem Namen, der Funktion, einer fortlaufenden Nummer sowie einem grossen Vermerk über die Mediengattung versehen zu sein. Dazu kommen die Nummern für die einzelnen Zutrittsbereiche.

## Kategorien

### Journalisten

- von internationalen (Welt-) Nachrichten Agenturen
- von nationalen Nachrichten Agenturen
- von Tageszeitungen
- von Sportzeitungen
- von regionalen, lokalen Medien
- von periodisch erscheinenden Magazinen (wöchentlich, monatlich)
- freie Journalisten – im Besitz eines offiziellen Presse Ausweises
- Fachjournalisten (Politik, Wirtschaft, Kultur)

### Fotografen

## Radio

## TV

- Hostbroadcaster
- Right Holder
- Non Right Holder

## Zutrittsbereiche

Im PR- und Medienbereich sind folgende Zutrittsmöglichkeiten gegeben:

- Medienzentrum (MPC)
- Sub-Medienzentrum
- Radio- und TV-Zentrum (IBC)
- OK-Zentrum
- Skistadion I
- Skistadion II
- Spezial-Medienzone (Spezialausweis)
- Piste I (Spezialausweis)
- Piste II (Spezialausweis)
- Start I (Spezialausweis)
- Start II (Spezialausweis)
- Medien.-Transportdienste
- Benützung Bergbahnen
  
- Kommentatoren-Kabinen
- VIP-Bereich (Spezialausweis)
- Ehrengast-Tribüne (Spezialausweis)
  
- Eröffnungs- und Schlussfeier
- Siegerehrung
- Mannschaftsführer-Sitzung

Die Zutrittskategorien sind ebenfalls in attraktiver Grösse (mit Nummern) auf der Identitätskarte zu vermerken, damit eine leichte Kontrolle beim Einlass gegeben ist.

## Nachakkreditierungen

Bei der Ausstellung von Nachakkreditierungen ist die gleiche Vorgangsweise wie bei der Hauptakkreditierung einzuhalten, d.h. AIJS-/AIPS-Ausweis oder nationaler Presseausweis, Rücksprache mit dem AIPS-Delegierten und FIS Marketing/Kommunikations Direktor oder FIS Weltcup Medien Koordinator

## Verlust des Akkreditierungs-Ausweises

Der Verlust des Akkreditierungs-Ausweises muss unbedingt sofort der Akkreditierungszentrale mitgeteilt werden.

## V. Medienzentrum

## **Zielsetzung**

Das Medienzentrum soll so ausgestattet sein, dass es dem neuesten technischen und internationalen Standard und den Anforderungen der einzelnen Mediengattungen entspricht. Es soll organisatorisch einwandfrei und informativ sein, aber auch eine freundliche und "heimelige" Atmosphäre aufweisen.

## **Öffnungszeiten**

Die täglichen Öffnungszeiten sind von 8 bis 23 Uhr. Das Medienzentrum soll ca. fünf Tage vor der Eröffnung bzw. vor dem ersten Bewerb (Training) geöffnet sein. Einen Tag nach Ende der Veranstaltung kann das Pressezentrum geschlossen werden.

## **Räumlichkeiten, funktionelle Grobeinteilung**

- Arbeitsraum mit Schreibplätzen für ca. 350 Journalisten (kann auf mehrere Räume aufgeteilt werden).
- Arbeitsraum für Fotografen mit ca. 80-100 Arbeitsplätzen
- Spezialarbeitsräume für Agenturen und Redaktionsgemeinschaften (gegen Bezahlung!)
- Saal für Medienkonferenzen und Siegerinterviews mit:
  - rund 150 Sitzplätzen
  - Lautsprecheranlage
  - Simultanübersetzung
  - Video-Grossleinwand für die Abspielung interessanter, entscheidender Passagen
- Büro des Medien- und Kommunikationsverantwortlichen und Räumlichkeiten des übrigen Medienteams.
- Spezielle Sitzungszimmer
- Büro für FIS-Marketing/Kommunikations Direktor und FIS Presse Weltcup-Koordinator mit Telefon, TV, PC und Fax.
- Info- und Help-Desk des Telecom-Anbieters sowie öffentlichen Telefon- und Faxstationen
- Kopierzentrum
- Medien-Restaurant respektive -Cafeteria

## **TV- und Info-Monitore**

In Zusammenarbeit mit dem Kommunikationspartner und dem Datenservicepartner sind im Medienzentrum TV- und Info-Monitore (Resultatservice) aufzustellen.

Im Weiteren sind Internet-Terminals vorzusehen, an denen Informationen der "historical data base" (Wettkampfdaten, statistische Informationen, biografische Daten zu Athletinnen und Athleten) abgerufen werden können. Alle Terminals sind mit einem Drucker auszustatten.

### **Weitere Spezialausstattungen des Medien Zentrums**

Nach Möglichkeit sollte ein Videoraum mit Abspielgeräten (VHS, NTZ usw.) vorgesehen werden, damit Wettkämpfe und Entscheidungen noch einmal angeschaut werden können.

Weitere Geräte im Arbeits- und Medienkonferenzsaal: Video, Beamer, Hellraumprojektor, TV-Monitore mit Teletext (allenfalls Infokanal des Hostbroadcasters)..

Pro Arbeitsplatz ist ein genug grosser Tisch (1x1,5 m Arbeitsfläche), elektrischer Anschluss und Licht sowie die technischen Einrichtungen (Telefon, ISDN-Anschluss usw.) vorzusehen. Die verschiedenen Telecom-Anbieter verfügen über entsprechende Arbeitseinheiten.

Der Arbeitssaal soll in eine Raucher- und Nichtraucherzone eingeteilt werden. Die Platzierung der Medienschaffenden soll nach Möglichkeit nach Ländern respektive Sprachgruppen erfolgen.

### **Informationssektor (Info-Desk)**

An einem zentralen Punkt (beispielsweise nach dem Eingang) im Medienzentrum ist ein Informationsbereich mit Info-Desk vorzusehen. In sog. Infoboxen („pigeon holes“) sind alle Daten, Listen und Communiqués vorhanden.

Wichtige Mitteilungen (kurzfristige Terminverschiebungen, Medienkonferenzen, Media-Transportpläne usw.) sind an einem gut sichtbaren Infoboard anzuschlagen.

Die Infoboxen (Gestell mit rund 100 Fächern) muss laufend mit aktuellen Start- und Ergebnislisten sowie anderen wichtigen Informationen (Communiqués zu Verletzungen usw.) bestückt werden. Die Fächereinteilung soll nach Bewerben gegliedert sein; dabei ist für Start-, Ergebnis-, Trainings-, Weltcup-, Analysenlisten usw. je ein Fach vorzusehen.

Weitere Fächer sind für allgemeine Informationen, z. B. über Rahmenprogramm mit Eröffnungs- und Schlussfeier, Verletzungs- und Wetterbulletins usw. nötig.

### **Tageszeitungen**

Im Medienzentrum liegen die wichtigsten inländischen und grosse ausländische Tageszeitungen. Artikel von ausländischen Tageszeitungen können auch aus dem Internet geholt und an einer Infowand aufgehängt werden.

## Telekommunikationszentrum

Anforderungen an das Telekommunikationszentrum:

Üblicherweise werden für jeden Arbeitsplatz ein Telefon und die entsprechenden Anschlüsse für die Übermittlung (Analog/ISDN) vorgesehen. Diese Telefone sind entweder vorreservierbar oder werden mit Pin-Codes respektive vorbezahlten Karten bedient. Räumlich sind die vorreservierten von den anderen – die in einer Anzahl von rund 40 Stück vorgesehen werden sollten – zu trennen. Der Telecom-Anbieter berechnet die Anzahl Amtsleitungen und Anschlüsse, die einzurichten sind.

Der Veranstalter prüft im Vorfeld der Veranstaltung, zusammen mit dem Mobile-Telefonanbieter, ob das Mobile-Netz im Ort/Stadion usw. Stark genug ist. Besonders ist darauf zu achten, ob durch Reflektionen die Qualität im Medienzentrum nicht erheblich reduziert ist. Nötigenfalls sind Verstärker einzurichten.

### Wireless-LAN

Im Medienzentrum, Sub-Medienzentrum sowie im Zielraum können auch Hotspots für ein Wireless-LAN eingerichtet werden. Dadurch kann unter Umständen im Medienzentrum die Anzahl der Internet-Terminals reduziert werden.

### Telefax-Geräte/Anschlüsse

- Beim Telecom-Desk: 3 Stück
- Büro PR- und Kommunikationschef: 1 Stück
- Medienzentrum-Infodesk: 1 Stück
- Presse-Akkreditierung: 1 Stück
- Sub-Medienzentrum: 1 Stück
- Info-Desk TV-Zentrum (IBC): 1 Stück
- Büro FIS-Medienverantwortlicher: 1 Stück

### Internet-Anschlüsse

Für die öffentlichen Internet-Terminals (3-5 Stück) mit Drucker

### Datenmonitore

Im Medienzentrum sollen, wie in den TV-Kabinen Datenmonitore (Start-, Ergebnislisten usw.) aufgestellt werden.

### Kopiergeräte

In jedem Arbeitsraum ist mindestens ein leistungsfähiges Kopiergerät vorzusehen. Weitere Geräte sind einzuplanen bei: FIS WM Medien Chef (1), PR- und Kommunikationsverantwortlichem (1), beim Medienteam (1), Mediensekretariat (1), Infodesk (1), Sub-Medienzentrum (2 leistungsfähige Geräte), Infodesk TV-Zentrum (1).

## Telekommunikation

Im Telekommunikationsbereich sind den Medienvertretern vielfältige Möglichkeiten anzubieten, wie z.B.:

- Mobile-Telefone (vorwiegend für ausländische Medienvertreter)
- Telefone mit Pin-Code oder vorbezahlten Karten
- Datenübermittlungsanschlüsse (Analog/ISDN)
- Wireless-LAN
- Öffentliche Fax-Geräte
- Telecom-Infodesk (Kartenverkauf, Ausgabe Pin-Code, technischer Support usw.)

## Agenturen bzw. Redaktionsgemeinschaften

Für internationale Agenturen sowie Grossverlage oder Redaktionsgemeinschaften sind eigene, abgeschlossene Büros gegen Bezahlung vorzusehen. In diesen Räumlichkeiten sind die entsprechenden Telekommunikationseinrichtungen und TV-Geräte je nach Bestellung einzuplanen.

Neben den Arbeitstischen der einzelnen Redaktoren sollte auch die Möglichkeit bestehen, dass im jeweiligen Agenturbüro ein Konferenz- oder Interviewtisch für allgemeine Gespräche zur Verfügung steht.

## Telefonauskunftstelle

Für Journalisten ist beim Infodesk des Medienzentrums eine entsprechend informierte internationale Auskunftsstelle einzurichten. Damit kann jeder Journalist vom Hotel oder von anderen Aussenstellen aus aktuelle Informationen per Telefon erfahren. Es soll ein gutes Zusammenspiel zwischen Medienverantwortlichen und Infodesk bestehen, damit wichtige Informationen rasch weitergeleitet werden können.

## Offizieller Fotoservice

Über die Sponsorverhandlungen ist ein Fotoapparate- und –objektiv-Service mit den wichtigsten Anbietern (Nikon, Canon usw.) zu gewährleisten. Neben dem Kameraservice ist auch ein komplettes Leihangebot und allenfalls eine Reparaturstelle vorzusehen.

Obwohl praktisch alle Berufsfotografen mit Digitalkameras arbeiten, sind Vorkehrungen zu treffen, dass allenfalls Farb- und Schwarzweiss-Filme in einem Fotolabor mit Express-Service im Ort nach Training und Wettkampf entwickelt werden können.

Je nach örtlicher Situation ist ein Kurierdienst für die externen Entwicklungen im Bereich der Filme und Dias oder für den Transport der Fotodisks von der Piste/Zielraum ins Medienzentrum respektive Sub-Medienzentrum einzurichten.

### **Mediencafeteria respektive -buffet**

In der Mediencafeteria respektive –buffet im Medienzentrum respektive Sub-Medienzentrum muss für die akkreditierten Medienschaffenden folgendes ausgegeben werden: Alkoholfreie Getränke, Kaffee, Tee, Suppe, Würste mit Brot, 2 bis 3 verschiedene Kuchensorten. Diese Verpflegung sollte gratis sein.

Im Medienzentrum ist ausserdem notwendig, dass neben alkoholischen Getränken (Wein/Bier) auch kleine warme und kalte Mahlzeiten zu günstigen Konditionen abgegeben werden. Beispielsweise: Teigwaren, Pizza, Salatteller usw. Selbstverständlich besteht hier die Möglichkeit mit Sponsoren der Veranstaltung ein Spezialarrangement zu treffen.

Für die TV-Journalisten in den Reporterkabinen ist ein eigener Service (Warme und kalte Getränke, Sandwiches usw.) vorzusehen.

## **Sub-Medienzentrum**

Ist die Sportstätte der Zielraum weit abgelegen vom Medienzentrum ist ein Sub-Medienzentrum einzurichten. Dort sind – in geringerer Anzahl - dieselben Arbeits- und Telekommunikationseinrichtungen vorzusehen wie im Medienzentrum. Neben einem frei zugänglichen Arbeitsraum für schreibende Journalisten und TV-Reporter ist unter Umständen ein abgetrennter Raum mit reservierten Arbeitsplätzen für Agenturen und Fotografen vorzusehen.

Wie im Medienzentrum sollten ein Info-Desk, Info-Boxen, Info-Wand, Telefon-Desk und eine kleine Cafeteria mit Tischen eingerichtet werden.

## **Verschliessbare Boxen**

Wegen der wertvollen Geräte wie Notebooks, Fotoapparate usw. sollten unbedingt grosse und abschliessbare Boxen in genügend grosser Anzahl vorhanden sein. Diese sind an alle interessierten Journalisten und Fotografen abzugeben.

Im Weiteren empfiehlt es sich bei den FIS Alpinen-Ski-WM im Medienzentrum einen abschliessbaren Skiraum zur Verfügung zu stellen.

## **Info- und TV-Kanäle**

Im Medienzentrum sollten an allen TV-Geräten die vom Hostbroadcaster und den wichtigsten TV-Gesellschaften produzierten Sendungen zu sehen sein. Dazu sind entsprechende Gespräche mit dem Hostbroadcaster zu verführen. Für die rasche Information lohnt sich ebenfalls die Einrichtung eines sogenannten Info-Kanals, der vom Hostbroadcaster gespiesen wird. Dieser Kanal sollte im Medienzentrum und im WM-Einzugsgebiet überall empfangen werden können.

## **VI. Transportservice**

### **Auswärts**

Je nach örtlicher/räumlicher Situation sollten ankommende bzw. abreisende Journalisten am WM Flughafen, der zur Anreise an den betreffenden FIS WM-Ort üblicherweise angefliegen wird, ein Informations-Desk zur Verfügung stehen. Diese Stelle organisiert auch den Transport. Bereits auf dem Akkreditierungsformular sollte auf diesen Service hingewiesen werden, damit die Medienschaffenden ihre Transportplanung machen können.

### **Im Bewerb- und Austragungsgelände**

#### *Version 1*

Alle Journalisten benützen den offiziellen Transportdienst, der allen akkreditierten Personen zur Verfügung steht..

#### *Version 2*

Zu den Stosszeiten werden spezielle Fahrzeuge eingesetzt, die n u r Medienschaffenden zur Verfügung stehen.

Der Medien- und Kommunikationsverantwortlich hat zu diesem Zweck den Transportdienst zu informieren, wann und in welcher Richtung (Medienzentrum – Zielraum oder umgekehrt) mit Stosszeiten zu rechnen ist.

#### *Version 3*

Dem Medienbereich stehen ständig eigene Fahrzeuge zur Verfügung, die entsprechend nach einem speziellen Transportplan oder zusätzlich nach Bedarf eingesetzt werden. Diese Fahrzeuge sind jeweils beim Medienzentrum respektive TV-Zentrum (IBC) oder bei der Ein- und Ausladestelle der Wettkampfstätte stationiert. Damit besteht die Gewähr, dass es nicht zu langen Wartezeiten kommt.

### **Regelung der Parkmöglichkeit**

Im Rahmen des Verkehrskonzepts sind frühzeitig Parkplätze für die Medienschaffenden einzuplanen. Dabei sollten sowohl Parkmöglichkeiten vorgesehen werden, auf denen das Auto während der ganzen WM-Zeit geparkt werden kann, aber auch solche für Journalisten die täglich zum Medienzentrum anreisen und für Agentur-Fotografen, die unter Zeitdruck stehen. Dieser Parkplatz sollte so nahe wie möglich beim Medienzentrum liegen.

Bei der Planung des Transportdienstes sollte berücksichtigt werden, dass nicht nur der Transport von und zu den Wettkampfstätten sichergestellt werden muss. Auch in den Abendzeiten gibt es Autobestellungen. Deshalb ist der Transportdienst – in reduzierter Form – bis ca. 21 Uhr aufrecht zu erhalten.

## **VII. Aktivitäten während den WM**

### **Medienhandbuch (Mediaguide)**

Eine handliche Broschüre mit allen Informationen über die WM und deren Medienbelange soll in einem Medienhandbuch (Info Guide/Mediaguide) veröffentlicht werden. Die Broschüre sollte in der Landessprache sowie mindestens in englischer und allenfalls einer weiteren (deutsch, französisch) Sprache aufgelegt werden. Dieses Handbuch wird den Medienmitarbeitern und Journalisten bei der Akkreditierung übergeben, die Erstellung erfolgt durch ein Redaktionsteam, das aus dem PR- und Medienverantwortlichen des OK und weiteren Mitgliedern des OK sowie einer TV-Vertretung besteht.

Für die Vertreter von TV- und Radio kann durch den Hostbroadcaster auch ein eigener TV-Guide erstellt werden.

### **Medienmappe**

Die Medienmappe enthält die entsprechenden Informationen zu den WM und der Region. Dazu statistische Angaben über die WM-Pisten, die teilnehmenden Nationen sowie Siegerlisten von früheren Rennen usw. Falls geplant können viele dieser Angaben in einem WM-Programmheft zusammengefasst werden. Touristische Informationen können in einer separaten Mappe abgegeben werden.

Die Ausgabe der Pressemappe erfolgt bei der Akkreditierung und wird allen zu akkreditierenden Medienschaffenden ausgehändigt.

### **WM-Info**

Zielgruppe: Medienschaffende

Erscheinung: täglich ab Eröffnungstag der WM bis zum letzten Veranstaltungstag. Die WM-Info sollten in gedruckter Form vorliegen. Dazu kann die Zusammenarbeit mit einem Medienpartner (Zeitung der Region usw.) gesucht werden. Es besteht auch die Möglichkeit, sie per e-mail zu verschicken und sie auf der WM-Homepage aufzuschalten.

### **Inhalt**

- Genaue Angaben über Programm
- Informationen der Mannschaftsführersitzung
- Berichte aus den Mannschaften
- Rahmenprogramm usw.

## Flash-Quotes

Diese kurzen Stellungnahmen sogenannte Flash-Quotes der siegreichen Athletinnen und Athleten sind im Zielraum vor oder während den ersten TV-Interviews mit Handfunkgeräten aufzunehmen. Im Pressezentrum werden sie sofort verarbeitet und übersetzt. Danach werden sie einerseits gedruckt und an die Medienschaffenden im Medien- und Medien-Subzentrum verteilt und in den Infoboxen aufgelegt. Im Weiteren sollten sie sofort auf der FIS WM-Homepage aufgeschaltet werden.

Es können auch Handfunkgeräte an Journalisten in der Spezial-Medienzone (Agenturen, Grosse Zeitungen usw.) abgegeben werden. Dadurch können die Interviews simultan mitgehört werden. Dies führt für die Schreibenden zu einem bedeutenden Zeitgewinn, sind sie doch im Besitz der Flash-Quotes bevor alle TV-Stationen ihre Interviews gemacht haben.

## **Briefings**

### Fotografen-Briefing

Einen Tag vor dem ersten Bewerb (Trainingslauf) bzw. abgestimmt auf die Anreise findet ein Briefing statt, in dem die Fotografen über die Abwicklungsmöglichkeiten und ihre Arbeitsmöglichkeiten informiert werden. Dieses findet im Medienzentrum statt. Nach diesem Briefing werden die Fotografen-Armbinden ausgegeben, die während der gesamten FIS WM einem Fotografen zugeteilt werden.

### Journalisten-Briefing

Einen Tag vor dem ersten Bewerb (Trainingslauf) findet im Medienzentrum je nach Ankunft der Journalisten ein Journalisten-Briefing statt, um die Journalisten über Zeitpläne, Abwicklungsvorschläge und organisatorische Hinweise zu informieren. Dort können auch die wichtigsten Leute des Medienteams vorgestellt werden, damit die Journalisten wissen, an wen sie sich wenden können.

### TV-Briefing

Durch den Hostbroadcaster – in Absprache mit dem WM Medienchef und dem FIS Marketing/Kommunikations Direktor wird ein grosses TV Briefing durchgeführt. Die organisatorische Leitung und die entsprechenden technischen Informationen werden durch die Verantwortlichen des Hostbroadcasters gegeben.

## **Medienkonferenzen**

Mit den erfolgreichen Athleten findet spätestens 90 Minuten nach Ende des Bewerbs eine internationale Medienkonferenz statt.

Der Programmablauf nach einem alpinen Rennen ist deshalb wie folgt:

Bei einer Startzeit von 12.30 Uhr ist der Bewerb um ca. 13.30 Uhr beendet. Fünf Minuten nach dem letzten Fahrer findet die Sieger Präsentation statt. Danach während 30-45 Minuten die TV- und Radio-Interviews mit den Medaillengewinnern. Anschliessend wird (ohne TV) den Fotografen eine Medaillenfoto von jedem Gewinner vor neutralem Hintergrund ermöglicht. Es erfolgt der Gang oder Transport (lange Wege) zur Medienkonferenz (Dauer 15-20 Minuten). Danach wird die Dopingkontrolle durchgeführt. So kann die Siegerehrung auf ca. 18.00 Uhr terminiert werden.

Im Anschluss daran können die erfolgreichen Sportler ins Fernsehzentrum zu diversen Interviews und Studiobesuchen gebracht werden.

Um einen reibungslosen und zeitsparenden Ablauf zu gewährleisten, ist es unbedingt notwendig, dass der Ort der Dopingkontrolle in unmittelbarer Nähe zum Medienkonferenzraum durchgeführt wird.

Frühzeitig ist für die FIS-WM mit allen Beteiligten (WM, OK, Medien, FIS, Medizin) ein Ablauf-Plan abzusprechen, der allen Notwendigkeiten folge leistet.

#### Interviews im Zielraum/Auslauf

Der Speaker im Auslauf respektive Zielraum sollte während dem Rennen mit den jeweils Führenden und am Ende noch vor der Flower Zeremonie mit dem Sieger oder allen Medaillengewinnern ein kurzes Interview für die Zuschauer führen. Falls es von der TV-Direktübertragung her möglich ist, sollte das Interview auch über die Videowand ausgestrahlt werden.

Für den Transport der erfolgreichen Sportler von der Sportstätte zum Medienzentrum ist die Möglichkeit eines Helikoptertransports ins Auge zu fassen, wenn dies aus zeitlichen oder verkehrstechnischen Gründen von Vorteil ist.

Im Anschluss an die Medienkonferenz ist es notwendig, dass entsprechende offizielle Autos (eines pro Medaillengewinner, der von Arzt und Coach begleitet wird) vorhanden sind, welche die Sportler sofort zurück in die Quartiere bringen. Die Medienkonferenz wird vom FIS WM Kommunikations- und Medienchef oder einer innerhalb des Medienteams bestimmten Person geleitet.

Es ist eine Simultanübersetzung vorzusehen, um eine zeitsparende und rasche Abwicklung zu ermöglichen. Dieser Service ist bei Medienkonferenzen jeder Art im offiziellen Interviewsaal anzubieten.

Folgende Sprachen sollten damit direkt oder über die Simultananlage abgerufen werden können: Landessprache, Englisch, Französisch, Deutsch. Günstig wäre gerade im Bereich der nordischen Disziplinen, wenn beim Übersetzungsdienst auch skandinavische und/oder russische Experten mitmachen. Allenfalls können die jeweiligen Team-Attachés beigezogen werden.

Presse Interview Zelt im Zielraum (neue Idee)

Als neue und aktuelle Version ist zu überlegen, ob in einem „Presse Interview Zelt“ im Zielraum sofort nach der Siegerpräsentation eine Kurz – Presse – Konferenz mit dem 1., 2. und 3. Platzierten stattfindet

## **Begehungen**

Sowohl im alpinen (Pisten, speziell Abfahrtspisten) als auch im nordischen Bereich (Schanze, nordisches Zentrum, Langlauf Stadion usw.) sind vor und bei Beginn der Veranstaltung nach Eintreffen der Journalisten Begehungen anzusetzen. Damit haben die Journalisten die Möglichkeit direkt die einzelnen Einrichtungen kennenzulernen und einen besseren Eindruck von den Pisten respektive der Wettkampfanlage zu erhalten.

Bei der Besichtigung der Alpin-Pisten und der Langlauf-Loipen lohnt es sich, einen ehemaligen Spitzenathleten (Olympiasieger, Weltmeister) zusammen mit dem Rennleiter mit dieser Aufgabe zu betrauen.

## **VIII. Spezialveranstaltungen**

Das Medienteam muss interessiert und bemüht sein, in Zusammenarbeit mit dem FIS WM Organisationskomitee sowie dem Tourismus- und Fremdenverkehrsverband den Medienvertretern ein vielfältiges Programm anbieten zu können. So könnten beispielsweise ein Sportbewerb (z.B. Skibewerb) für Journalisten und am Abend Fackelabfahrten, Curlingturnier, Besichtigungen von lokalen Besonderheiten oder Degustationen usw. organisiert werden.

### **Empfang oder Abendessen für Journalisten**

In diesem Bereich gibt es verschiedenste Möglichkeiten und Ideen. Je nach örtlichen Möglichkeiten muss jedes Organisationskomitee für sich überlegen was generell möglich ist und auch zum Image und der Strategie passt.

Das Organisationskomitee der FIS-WM kann einen sogenannten „Medienempfang“ mit Apéro und Nachtessen zu organisieren.

Anstelle eines grossen Medienempfangs wäre auch zu überlegen, ob nicht in zwei Restaurants pro Abend für Medienvertreter Reservierungen zu machen wären, wo dann eine offizielle Begrüssung einer Nation oder einer Journalistengruppe stattfinden könnte. Diese „kleinen Medienempfänge“ könnten in Spezialitätenrestaurants oder speziellen Hütten, die mit Kutschen erreicht werden können, durchgeführt werden.

Da die Anzahl der Medienschaffenden mittlerweile sehr gross ist, sind andere Formen der Betreuung von Journalisten vorzusehen, zum Beispiel Essens-Gutscheine für spezielle Lokale, Durchführung von kleineren Empfängen oder Reservierung eines kleineren Lokals, das eigens für Journalisten vorgesehen ist und wo die Journalisten die Möglichkeit haben, in kleineren Gruppen zu essen. Selbstverständlich muss bei der letztgenannten Version jeweils einer des Medienteams der Veranstaltung am Abend beiwohnen, um den Kontakt zum OK und zum Medienteam der Veranstaltung zu gewährleisten.

### **Spezialservice**

Je nach Wettbewerbsabfolge und Terminplanung könnte an einem wettbewerbsfreien Tag als Service für die Journalisten im alpinen Bereich ein Skilehrer oder ein prominenter Skifahrer mit Ortskenntnissen zum Kennenlernen der Gegend angestellt werden.

Je nach räumlicher und örtlicher Situation sind in dieser Richtung auch kulturelle Angebote usw. zu prüfen.

## **IX. Aktueller Medienservice**

### **Informationen**

In Zusammenarbeit mit der Jury, der FIS und dem FIS OK Presse- und Medienservice sollen die Journalisten sehr rasch über aktuelle Entscheidungen, z.B. Verschiebungen oder über Ereignisse, besondere Vorkommnisse, z.B. Verletzungen informiert werden. Dies gilt speziell für die "live" auf Sendung befindlichen Kommentatoren. Es ist deshalb eine Funkverbindung herzustellen zwischen einem verantwortlichen Sprecher der FIS und der Übertragungsleitung.(internationale TV-Regie).

An diese Funkverbindung muss auch der Platzsprecher angeschlossen sein, damit die Zuschauer und Medienvertreter im Zielraum solche Informationen umgehend in einer offiziellen Version erhalten.

Zu diesem Zweck kann auf den Datenmonitoren in den Kommentatorenkabinen und in der Mixed-Zone auch eine sogenannte „Info-Line“ vorgesehen werden.

Für Journalisten ist überdies zu prüfen, ob zur raschen Information auf die Mobiltelefone ein SMS-Service eingerichtet werden soll.

### **News Service**

Beim FIS WM Medien Service ist es unbedingt notwendig, dass 1 bis 2 Personen in einem sogenannten „Newsservice“ wichtige Informationen (Verletzungen, Verschiebungen, Unfälle usw.) rasch und interessant aufbereiten und auf die verschiedenen Kommunikationsträger (schriftliches Communiqués, das verteilt wird, WM-Website, Info-Kanal, Info-Line auf Datenmonitoren usw.)

Diese Informationen müssen unbedingt mehrsprachig sein, d.h. Landessprache des veranstaltenden Landes, sowie mindestens in Englisch zu verbreiten. (Weitere Sprachen je nach Bedarf und FIS WM Ort).

### **Medien-Info (Communiqués)**

Zielgruppe: Medienschaffende

Erscheinung: laufend - aus aktuellem Anlass

Themen: Stand von Programmänderungen  
Stellungnahme zu aktuellen Themen  
Besucherzahlen  
Verletzungen: Organisationskomitee / Medizinische Leitung an Medienchef  
Mannschaftsleitung an Medienchef oder zuständige Person im Medienteam  
Verteilung: sofort, z.B. bei Live-Übertragungen in die Kommentatorenkabinen

Informationen speziell in die Medienhotels aber auch FIS WM Partnerhotels.

Alle Informationen, WM-Bulletins, Start- und Ergebnislisten sind sofort an die jeweiligen Medienhotels zu übermitteln (e-mail, Fax) bzw. mit einem Kurierdienst zuzustellen und dort im Bereich der Rezeption für alle Medienschaffenden zugänglich aufzulegen. Das aktuelle Tagesprogramm ist auf einem Infoboard anzubringen.

All diese Informationen müssen ebenfalls auf der FIS WM-Website aufgeschaltet werden.

## **Kaderbroschüren/Team-Media-Guides**

Praktisch alle nationalen Skiverbände produzieren sogenannte Team-Media-Guides oder FIS- und Athletinnen WM-Team-Guides mit Biographien und statistischen Angaben zu den jeweiligen Athleten.

Die nationalen Skiverbände sollten von FIS WM Medien im Vorfeld der FIS WM informiert werden, ihre Guides in genügend grosser Anzahl an die Titelnkämpfe mitzunehmen, damit diese im Medienzentrum aufgelegt werden können.

## **Datenbank / Internet/Extended Startlists**

Zum Abrufen von Daten über Athleten, frühere Veranstaltungen (Weltmeisterschaften, Olympische Spiele, FIS-Weltcup usw.) besondere Ereignisse (Zeitabstände, Medaillenspiegel, Stürze, usw.) ist es notwendig, dass eine Datenbank vorhanden ist. Diese Datenbank soll in Zusammenarbeit mit dem offiziellen Data-/Internet-Service der FIS installiert werden.

Sowohl bei alpinen wie bei FIS nordischen Weltmeisterschaften sollten an die Medienschaffenden neben den normalen Startlisten sogenannte Extended Startlists (erweiterte Startlisten) mit Geburtsdatum der Athleten, sowie statistischen Angaben zu frühen Olympischen Spielen (Medaillengewinne usw.), früheren WM (Medaillengewinne usw.) und FIS Weltcup-Ergebnissen der laufenden Saison (Podestplätze, Top-Ten-Klassierungen) sowie längere Verletzungspausen abgegeben werden. Diese Listen sind auch auf der WM-Website aufzuschalten.

## **Siegerehrungen**

Bei den Siegerehrungen ist für die Fotografen eine Tribüne vorzusehen, damit entsprechend gutes Bildmaterial hergestellt werden kann. Da die offizielle Medaillenübergabe im Normalfall am Abend um ca. 18.00 Uhr/19.00 Uhr stattfindet, ist auch für eine ausreichende TV geeignete Beleuchtung (ca. 800 – 1000 Lux) zu sorgen. Die Fototribüne muss in optimaler Distanz und Höhe vor dem Siegerpodest platziert werden, damit interessante Fotos mit den erfolgreichen Athleten und den FIS-Medaillen angefertigt werden können. Die Fototribüne ist auch für ENG-Teams zu öffnen, die primär aus Ländern mit Medaillengewinnern stammen.

Im Anschluss an die offizielle Siegerehrung besteht für die Fotografen die Möglichkeit, individuelle Siegerbilder zu schiessen. Für Radio- und TV-Teams ist eine kleine Mixed-Zone für Interviews vorzusehen.

## **Eröffnungsfeier/Schlussfeier**

Bei der Eröffnungsfeier ist ein eigener Korridor vorzusehen, wo interessierte Journalisten die Eröffnungsfeier mitverfolgen können.

Für Fotografen, Film und Fernsehen sind entsprechend dem Programm eigene Plätze und Tribünen so vorzusehen, dass sie eine umfassende und gute Auswahl an Bildern produzieren können. Dies gilt gleichermassen für die Schlussfeier.

## **X. Skistadien, Wettbewerbsstätten**

### **Alpin**

#### **Start**

Im Startbereich sind für TV-Teams und Fotografen Korridore vorzusehen, die es ermöglichen, dass das Geschehen am Start aufnehmen zu können, ohne den Startvorgang und die Vorbereitung der Athleten zu stören. Der Korridor muss vom FIS Marketing/Kommunikations Direktor, WM OK und Medien Chef in Zusammenarbeit mit dem FIS-Chefrendirektor, dem Fotochef und einem Vertreter des Hostbroadcasters festgelegt werden.

#### **Piste**

Für die Fotografen, und die TV-Teams sind geeignete Korridore am Pistenrand festzulegen und zu kennzeichnen. Die Korridore werden vom FIS Marketing/Kommunikations Direktor, WM OK und Medien Chef in Zusammenarbeit mit dem FIS-Chefrendirektor, dem FIS WM Fotochef und einem Vertreter des Hostbroadcasters festgelegt, damit eine einwandfreie und sichere sportliche Abwicklung des Wettbewerbs gewährleistet ist.

#### **Ziel**

Im Zielraum ist eine Einteilung zu treffen, die es den Fotografen ermöglicht, das Geschehen sowohl im Exitgate-Bereich als auch im Aktions- und Coachraum einsehen zu können. Dies gilt auch für ENG-Teams (darauf achten, dass Fotografen nicht behindert werden!).

Für speziell schreibenden Journalisten ist ein Flashquote-Interview-Service mit „Handfunkgeräten“ vorzusehen, damit sie Live-Interviews von TV-Stationen mithören können. Im Normalfall werden die ausgewählten Journalisten in der Spezial-Medienzone mit diesem Service bedient.

Nach Abschluss des Bewerbes findet im Bereich der Fototribüne die Präsentation der drei Medaillengewinner statt. Der Zeitpunkt dieser Präsentation ist mit der Regie des Hostbroadcasters abzusprechen.

Damit alle Medienschaffenden im Zielraum die Rennen mit verfolgen können, ist unter Umständen neben der grossen Videowand in einzelnen Bereichen der Mixed-Zone die Platzierung von zwei bis vier Fernsehgeräten mit entsprechenden Sonnenschutz zu prüfen.

## **Mixed-Zone**

Mixed-Zonen sind einzurichten im Zielbereich/Stadion, im Athleten-/Teambereich im Stadion und auch in den Hotels, wo grosse Teams untergebracht sind.

Die "Mixed-Zone" muss funktionell, grossräumig und für die Journalisten leicht zugänglich sein sowie eine gute Gesprächsmöglichkeit mit den Athleten und allenfalls den Trainern bieten.

Die Mixed-Zone kann je nach Anzahl akkreditierter Print-Journalisten in verschiedene Bereiche aufgeteilt werden (Beispielsweise Spezial-Medien, Print 1, Print 2). Damit besteht die Gewähr, dass bedeutende Medien optimale Arbeitsbedingungen vorfinden.

Die Konzeption der gesamten Zielraum/Stadieneinteilung wird mit den Zuständigen des Organisationskomitees (Medien, Sport, Infrastruktur), FIS Chefrenndirektor, FIS Marketing/Kommunikations Direktor und dem Hostbroadcaster ausgearbeitet und fixiert.

Von jeder Stelle der Mixed-Zone aus sollte eine gute Sicht auf die Videowand und die Ergebnistafel bestehen.

In Ergänzung einer Videowand können für die Journalisten TV-Geräte und Datenmonitore aufgestellt werden.

In der Mixed-Zone, speziell im TV- und Radiobereich, ist darauf zu achten, dass die Lautsprecher bei Interviews nicht störend wirken.

## **Interviews im Zielraum**

Noch vor den Bereichen für die Print-Medien sind in der Mixed-Zone die Positionen für die verschiedenen TV- und Radio-Stationen vorzusehen (Platzbedarf 2,5 x 2,5 m pro Position). Die Abfolge lautet: Host Broadcaster, Rightholder (TV/Radio), Non-Rightholders (TV/Radio).

So besteht die Gewähr, dass alle Athleten und Trainer entweder innerhalb der Live-Sendung oder im Anschluss an die Flower Ceremony in geordneter Form ihre Interviews geben können.

Für die „unilateralen Interviews“ bestimmt der Hostbroadcaster mit der FIS eine Position und Kamera, die es den einzelnen TV-Stationen erlaubt, nach Abschluss des Rennens ungestört die Interviews durchführen zu können.

### Sieger Präsentation (Flower Ceremony)

Am Ende des Rennens ist eine sogenannte Flower Ceremony mit den drei Medaillengewinnern durchzuführen. Dazu ist eine eigene fest installierte Infrastruktur, z.B. ein Podest aufzubauen, dass sowohl für die Fotografen von der Fototribüne wie auch für ENG-Teams gut einsehbar ist.

Nach Abschluss der Siegerpräsentation und der Foto- und TV-Aufnahmen kann ein Speaker mit dem Sieger ein Interview durchführen, dass auf der Stadion-Lautsprecheranlage sowohl für Zuschauer wie für Medienschaffende zu hören ist.

### Siegerpodest

Das Siegerpodest kann einerseits wie das klassische "Stockerl" gestaltet sein, oder es besteht aus drei runden Podesten in verschiedener Höhe mit verschiedenem Durchmesser von ca. 1,5 m. Es besteht damit die Möglichkeit, dass sich die Athleten leichter in verschiedene Richtungen drehen können und alle Fotografen, Kameraleute usw. die Athleten in ihrer Blickrichtung haben.

Das Podest wird vor der offiziellen FIS WM Siegerehrungswand aufgestellt.

Auf der Oberfläche sollte unbedingt ein Teppich angebracht sein, damit die Athleten mit den nassen Skischuhen nicht rutschen.

### Listen/Infos

Startlisten, Zwischenergebnisse, Ergebnislisten, wichtige Infos und Flash-Quotes müssen in ausreichender Zahl laufend und sofort nach Erstellung in die verschiedenen Medienbereiche (Medienzentrum, TV-Zentrum, Sub-Medienzentrum, Mixed-Zone, Kommentatorenkabinen), weitergeleitet werden.

### Kommentatorenkabinen

Es ist unbedingt zu versuchen, die Container respektive Kabinen so aufzustellen, dass der Zieleinlauf, der Sprung usw. verfolgt werden kann bzw. Einsicht in den Zielhang gegeben ist. Die Reporterkabinen sollen geräumig sein, so dass zwei Personen darin gut arbeiten können. Neben dem TV-Monitor ist auch ein Daten-Monitor zu installieren. Der Fernsehregie sind laufend Informationen mit aktuellen Ereignissen über Kopfhörer oder durch Mehrfachübersetzung in schriftlicher Form zu senden. Die Kabinen müssen beheizt sein. Ausserdem sollten die Reporter von Zeit zu Zeit mit einer kleinen Verpflegung (Wasser, Kaffee, Sandwiches usw.) bedient werden.

## **XI. Funk**

Für die Verantwortlichen des Medienteams ist eine eigene Funkfrequenz vorzusehen. .  
Ausserdem ist es notwendig, dass die Verantwortlichen für die einzelnen Bereiche innerhalb des Medienteams miteinander in Verbindung stehen. Darüber hinaus sollte direkt oder über die Funkzentrale auch Verbindung zu Transport, Akkreditierung usw. hergestellt werden können.

Zwischen dem FIS-Medienchef zugleich Kontaktmann zur Jury -, der Jury und FIS WM OK Medienchef des OK ist ebenfalls ein direkter Kontakt sicherzustellen.

## **XII. Spezielles für FIS Nordische Ski Weltmeisterschaften**

### **Spezielle Fotomöglichkeiten**

#### **Langlauf**

Gerade beim Langlauf sind folgende Positionen und Einstellungen für Fotografen sehr wichtig. Deshalb entsprechende Vorkehrungen (Fotoräume, Fototribüne usw.) zu planen.

#### **Start**

Die Fotoposition sollte weitgehend von vorne, d.h. etwa 5 bis 10 m vor der Startlinie, möglicherweise seitlich ein wenig verschoben, vorgesehen sein.

#### **Loipe**

An interessanten Stellen, z.B. Anstieg, Abfahrt usw., sollte in Absprache mit den Fotografen ebenfalls ein entsprechender Fotokorridor bestehen. Je nach Verlauf der Loipe sollten auch weitere Fotokorridore im näheren Umfeld eines solchen Hauptstandplatzes vorhanden sein, so dass der Fotograf zu Fuss die Positionen wechseln kann.

#### **Ziel**

Eine der wichtigsten Fotoeinstellungen im Langlauf ist der Zieleinlauf.

Es ist deshalb notwendig, dass je nach Lichteinfall eine Fototribüne seitlich sowie eine Fototribüne im Abschluss des Zielraums mit etwa 5 bis 7 Stufen eingeplant wird. Die zweite Seite bleibt reserviert für die Live Kameras und das Zielpersonal.

#### **Skisprung**

Neben den Bildern, die entlang der Schanze vom Flug bzw. Sprung aufgenommen werden, ist es im Auslauf wichtig, dass einerseits Stimmungsbilder der erfolgreichen Athleten und andererseits das Siegerbild in guter Ordnung aufgenommen werden können. Dazu sollte im Auslauf ein eigener Korridor vorhanden sein, in dem sich bereits das Fotopodest sowie eine entsprechende Fototribüne befindet, die es ermöglicht, eine grosse Anzahl von Fotografen unterzubringen, die dann bei der Siegerehrung fotografieren können.