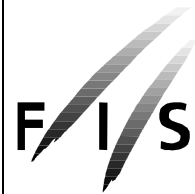




FÉDÉRATION INTERNATIONALE DE SKI
INTERNATIONAL SKI FEDERATION
INTERNATIONALER SKI VERBAND



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

Vorgaben für die PR- und Medienarbeit

FIS LANGLAUF WELTCUP

Inhaltsverzeichnis

1. Präambel
2. Organisation / Personelles
3. Medienzentrum
- 3.1 Sub-Medienzentrum
4. Gebühren
5. Radio und TV
6. Medienunterlagen
7. Langlaufstadien
8. Unterkunft
9. Verpflegung
10. Transport
11. Medienakkreditierungen
12. Mediaservice
13. Spezielles zu den einzelnen FIS Disziplinen

1. Präambel

Der Bedeutung einer internationalen FIS Langlauf Weltcup Veranstaltung entsprechend und dem Medieninteresse folgend, ist es notwendig, dass der Bereich Print- und elektronische Medien professionell vorbereitet, organisiert und abgewickelt wird.

Dabei ist auf die spezifischen Interessen und Anforderungen der einzelnen Medien optimal Rücksicht zu nehmen. Auf jeden Fall ist die örtliche Situation entsprechend zu berücksichtigen.

Die angeführten Punkte sind international üblich, bei anderen Sportarten ebenfalls gegeben und auf Grund von Beobachtungen und Erfahrungen der letzten Jahre als Vorgabe zusammengestellt.

Erstellt wurden diese Vorgaben von Seiten der FIS durch das PR- und Medienkomitee und dem Marketing- und Kommunikationsdirektor Christian Knauth, in Zusammenarbeit mit der AIPS (Nordische Kommission).

Für FIS Weltcup Veranstaltungen sind die Vorgaben verbindlich.

Für weitere Informationen steht die FIS Marketing- und Kommunikationsleitung gerne zur Verfügung.

Besten Dank für die Zusammenarbeit.

Christian Knauth
Marketing/Kommunikations Direktor

2. Organisation/Personelles

Medienchef des Veranstalters

Der Veranstalter, bzw. das Organisationskomitee, beruft einen Medienchef, der mit der Skisport Disziplin vertraut ist und die Bedürfnisse der Medien kennt.

Beratend stehen von Seiten der FIS ein Vertreter des PR- und Medienkomitees, der FIS Marketing-/Kommunikations-Direktor oder der FIS Weltcup Koordinator Langlauf zur Verfügung sowie ein Mitglied der AIPS Nordisch.

Der Medienchef ist Mitglied des Organisationskomitees und für alle Medien Service Angelegenheiten der elektronischen und der Print Medien sowie für die Einrichtungen zuständig und verantwortlich.

Die in der Folge aufgezählten Massnahmen sind Grundlage für die örtliche Organisation und können durch Eigeninitiative/neue Initiativen ausgebaut und profiliert werden.

In Koordinierungsgesprächen mit den anderen Bereichsverantwortlichen des Organisationskomitees, wie zum Beispiel für Transport, Rennorganisation, Quartier, usw. bereitet der Medienchef für alle Medienschaffenden diese Bereiche vor.

Fotochef

Das jeweilige Organisationskomitee bzw. der Medienchef des OK soll einen "Profi-Langlauffotografen" als Fotochef verpflichten. Dieser sorgt in Absprache mit dem FIS Renndirektor und dem FIS-PR- und Medienkoordinator nach Möglichkeit schon im Vorfeld der Veranstaltung (FIS Inspektion) für die guten Fotografenpositionen. Er berät den Medienchef auch in Akkreditierungsangelegenheiten.

Bereichsleiter

Weitere wichtige Funktionen bzw. Arbeitsaufteilungen können sein:

- Je ein Verantwortlicher für elektronische und Print Medien oder ein Presseverantwortlicher als Mitarbeiterstab integrieren.
- Je ein Verantwortlicher für Medienzentrum und Mixed-Zone
- Ein Verantwortlicher für die Medienkonferenzen
- Administrationsleitung und Medienchef-Sekretariat
- Sub-Medienzentrum
- Medienakkreditierungen

3. Medienzentrum

Zielsetzung

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

Der Medienchef und sein Team sorgen für die Bereitstellung von Arbeitsräumen, die der Zahl der angemeldeten Medienvertreter und in der Ausstattung dem jeweils aktuellsten technischen Standard entsprechen.

Der Presse Arbeitsraum dient ausschliesslich der Tätigkeit der Journalisten/ Medienmitarbeiter.

Infrastruktur

Akkreditierungsstelle: Begrüssung der akkreditierten Medienvertreter, Abgabe evtl. Produktion der Akkreditierungen, Abgabe der Basisunterlagen. *Achtung:* Der Zugang zur Akkreditierungsstelle muss auch ohne Akkreditierung möglich sein!

Infostelle: Bereitstellen von Basis-Dokumentationen (frühere Ergebnisse, Streckendaten, Wetterprognosen etc.), Info-Board, Info-Fächer („pigeon holes) mit aktuellen Start- und Ergebnislisten (Wichtig: sorgfältig anschreiben und bewirtschaften, damit Aktualität gewährt ist)

Medien-Arbeitsraum: Er dient ausschliesslich der Tätigkeit der Print- TV.- und Radio-Journalisten. Als Faustregel für die Kapazität kann angenommen werden: Die Anzahl der Arbeitsplätze sollte ca. 75 Prozent der Gesamtzahl der Medienakkreditierungen entsprechen.

Fotografen-Arbeitsraum: Den Fotografen (umfangreiche Ausrüstung!) ist entweder ein separater Raum oder – falls nicht anders möglich – ein abgetrennter Bereich im Medien-Arbeitsraum zuzuordnen. Darauf achten, dass keine gegenseitigen Behinderungen entstehen.

Radio-Journalisten-Arbeitsraum: Für Radio-Journalisten (Privatradios ohne Kommentatorenplatz im Stadion) ist nach Möglichkeit wie für die Fotografen ein separater Raum mit derselben technischen Ausstattung wie für die Print Medien vorzusehen.

Arbeitsplätze: Tisch (ca. 1,5 x1,0 m), Stuhl und Steckdose sowie gute Beleuchtung für jeden Platz. Nach Möglichkeit als Standard oder auf Spezialbestellung Anschlüsse zum Übermitteln (LAN, ISDN, Analog) vorsehen. Telecom-Unternehmen bieten zum Teil spezielle technische Einrichtungen pro Arbeitsplatz oder ganze Tische an (von Land zu Land verschieden). Für Fotografen (Digitalübermittlung/grosse Ausrüstung) sind mit Vorteil pro Person zwei Arbeitsplätze vorzusehen.

Interviewraum: Es ist alles zu unternehmen, dass ein separater Raum für die Sieger-Interviews vorhanden ist. Er soll mit einer gut funktionierenden Lautsprecher-Anlage und nach Möglichkeit genügend Mikrofonen (Athleten und Moderator) sowie drahtlosen Mikrofonen für die Fragenden ausgestattet sein. Für die Athleten sind Tische und Stühle auf einem Podium (je nach Grösse des Raumes) vorzusehen, so dass sie sitzen und sich verpflegen können (verschlossene Getränke, Früchte, Sandwichs etc.). Für Athleten auch Ergebnislisten und Weltcup-/Preisgeld-Stände auflegen. Für die Medienvertreter sollten am Eingang zum Interviewraum gedruckte und nach Möglichkeit aktualisierte Biographien der Top 3 ausgeteilt werden (damit keine Fragen über Alter/Familie etc. gestellt werden).

Internet- und Schreib-Stationen: Frei zugängliche Internet- und Schreib-Stationen (mit den üblichen Textverarbeitungssystemen) sind im Medien-Zentrum in genügender Anzahl einzurichten (mindestens drei). Falls Wireless-LAN angeboten wird, kann die Anzahl der Internet-Anschlüsse reduziert werden.

Technischer Support: Bei FIS Weltcups sollte der technische Support durch mindestens eine IT- und/oder Telekommunikations-Fachperson gewährleistet sein. Darauf achten, dass genügend technisches Kleinmaterial (Kupplungsstücke, Stecker, Adapter, Kabel) etc. vorhanden sind.

Handy-Empfang: Sicherstellen, dass in jedem Raum ein genügend starker Handy-Empfang ist. Im Vorfeld mit Telecom-Anbieter abklären und testen. Allenfalls Verstärker vorsehen.

Fotokopierer: Für die Vervielfältigung der Start-, Ergebnis-, Weltcup- und weiterer Listen und Communiqués sind leistungsfähige Kopierer vorzusehen. Sie sollten in einem separaten Raum aufgestellt werden. Ausserdem einen Kopier-Service für Medienschaffende anbieten.

Weitere Ausstattung:

- Für Medienkonferenzen sind allenfalls Beamer, Hellraum-Projektoren und Video-Abspielgeräte vorzusehen.
- Zur Verfolgung der TV-Direktübertragung sind im Medienarbeitsraum in genügend grosser Anzahl TV-Bildschirme (mit Teletext) aufzustellen. Ausserdem sollte der offizielle Daten-Service auf speziellen Monitoren angeboten werden.
- Nach Möglichkeit sollten die Arbeitsplätze sinnvoll in eine Raucher- und Nichtraucher-Zone eingeteilt werden.
- Ausserhalb des Medien-Arbeitsraumes ist eine Cafeteria vorzusehen.
- Für Fotografen (wertvolle Ausrüstung) sollten nach Möglichkeit Schliessfächer angeboten werden.

Pro Arbeitsplatz sind ein entsprechend grosser Tisch, ca. 1 x 1.5m sowie entsprechende Anschlüsse und evtl. auch eigenes Telefon am Arbeitsplatz vorzusehen.

Agenturen bzw. Redaktionsgemeinschaften

Internationale Agenturen sowie Grossverlage oder Redaktionsgemeinschaften können auf eigene Kosten separate Büros bestellen. In diesen Räumlichkeiten sind – je nach Bestellung – die gleichen Kommunikationsmöglichkeiten wie im Medien-Arbeitsraum anzubieten respektive einzuplanen.

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

Eingangskontrolle im Medienzentrum

Mit einer nach Möglichkeit professionellen Eingangskontrolle ist unbedingt dafür zu sorgen, dass in der Regel nur entsprechend akkreditierte Medienschaffende und Offizielle Einlass in den Medien-Arbeitsraum erhalten. Trainer und Athleten sind für Interviews und Medienkonferenzen unter Führung eines Verantwortlichen des Medienteams ebenfalls einzulassen.

Öffnungszeiten

Das Medienzentrum sollte spätestens einen ganzen Tag vor dem ersten Trainingstag bzw. Wettbewerbstag geöffnet werden. Die täglichen Öffnungszeiten: Mindestens zwei - drei Stunden vor Wettkampfbeginn bis maximal sechs Stunden nach dem Wettkampf (Generell: ca. 8 bis 23 Uhr.). Am letzten Wettkampftag sollte der Service so lange aufrechterhalten werden, dass jeder Medienschaffende seine Arbeit im normalen Rahmen verrichten kann (keine vorzeitigen Aufräumaktionen....)

Öffentliche Telefon- und Fax-Anschlüsse

Trotz den modernen Kommunikationsmitteln sind weiterhin allgemein zugängliche Telefonanschlüsse (drei bis sechs Einheiten, je nach Grösse der Veranstaltung) vorzusehen. Notebooks und Überspielgeräte sollten leicht angeschlossen (Steckdosen leicht zugänglich/auf dem Tisch) und auf einer genügend grossen Fläche abgestellt werden können.

Im Weiteren sollten auch ein bis zwei allgemein zugängliche Fax-Geräte vorgesehen werden.

Wireless LAN und LAN

Den Medienschaffenden sollte im Hauptmedienzentrum und im Subpressezentrum zur Arbeit im Internet und zur Übermittlung von Texten und Fotos Wireless LAN (drahtlos) oder LAN (mit Kabel) kostenlos (oder zumindest preisgünstig) zur Verfügung gestellt werden.

Dabei ist darauf zu achten, dass der Zugang zum Wireless LAN technisch möglichst einfach erfolgen kann, ohne dass in den Notebooks spezielle IP Adressen eingegeben werden müssen. Da Journalisten und Fotografen in der Regel keine sensiblen Daten übermitteln, sollte es mit der Einstellung „IP Adresse automatisch beziehen“ möglich sein. Bei Weltcup Veranstaltungen oder Weltmeisterschaften sollte im Medienzentrum ein IT Spezialist zur Behebung von Problemen zur Verfügung stehen.

Die Kapazität des W-LAN Systems oder die Anzahl LAN Kabel ist gemäss der Anzahl akkreditierter Medienschaftenden genügend gross zu bemessen. Nur so ist eine ständig genügend grosse Datenübertragungsrate gewährleistet.

Kopiergeräte

Es müssen mindestens zwei leistungsfähige Fotokopierer, bzw. Spezialdrucker zur Herstellung inoffizieller Ergebnislisten und kurzfristiger informativen Mitteilungen im Medienzentrum zur Verfügung stehen

Techniker

Von der Presseorganisation sollte ein Techniker abrufbereit sein, der den Journalisten bei der Behebung technischer Probleme zur Seite steht.

Bildentwicklungsräume

Den Fotografen sind geeignete Räume mit Verdunklungsmöglichkeit und Wasseranschluss (Labor) zur Verfügung zu stellen.

Für die Bildübermittlung sind je nach Anmeldung zusätzliche Telefonanschlüsse mit entsprechenden Anschaltboxen für digitale Kameras bereitzustellen.

Verschliessbare Boxen

Da immer mehr wertvolle Geräte wie Fotoapparate, Computer usw. eingesetzt werden, sollten unbedingt genügend grosse, verschliessbare Boxen vorhanden sein, die dann an interessierte Journalisten abgegeben werden können.

Medienkonferenzen

Die Top-3 müssen so rasch wie möglich nach Beendigung des Bewerbes (je nach Distanz zum Medienzentrum spätestens 60 Minuten nach dem letzten Sprung) für eine internationale Medienkonferenz zur Verfügung stehen.

Für diese Interviews muss eine Lautsprecheranlage und allenfalls Dolmetscher oder eine Simultanübersetzung vorgesehen werden.

Für die Organisation und den Transport der Athleten zum Medienzentrum ist der Veranstalter-Medienchef zuständig.

Für die Athleten sind Getränke und Kleinigkeiten zum Essen auf den Tischen bereitzustellen.

Die Leitung der Medienkonferenz wird nach Absprache zwischen dem Veranstalter-Medienchef und dem FIS-PR- und Medienkoordinator bestimmt.

Verpflegung

In der Medien-Cafeteria muss für die akkreditierten Medienschaaffenden die Möglichkeit bestehen, folgendes gratis oder zu günstigen Preisen zu erhalten: Alkoholfreie Getränke (Mineralwasser, Limonaden), Kaffee, Suppe, Sandwichs, Würste, Käse, 2 bis 3 verschiedene Kuchensorten, kleine warme Essen (Teigwaren, etc.) und Früchte, und zwar pro Tag wechselnd.

Zeitungsservice

Im Medienzentrum müssen verschiedene Tageszeitungen aufliegen (inländische und ausländische). An einer Pin-Wand kann ein „Medienspiegel“ aus Print- und Internet-Erzeugnissen aufgehängt werden.

3.1 Sub Medienzentrum

Falls sich das Medienzentrum nicht in unmittelbarer Nähe des Sport- Bewerbungsgelände befindet ist ein Sub-Medienzentrum mit einem verantwortlichen Leiter vorzusehen. Dort ist nur den Wort- und Bild-Agenturen, grossen Zeitungen mit frühem Abschluss sowie bei genügend Platz auch Privat-Radios Einlass ein Arbeitsplatz anzubieten.

Infrastruktur und Medienservice sollten – in reduziertem Rahmen - jenen im Medienzentrum entsprechen.

Ausgabe von Start-, Ergebnis- und FIS Weltcup Listen so vorsehen, dass auch Nichtbenutzer des Sub-Medienzentrums Zugriff zu diesen Informationen haben.

Nach Möglichkeit sollte ebenfalls ein kleiner Getränke und Verpflegungsservice angeboten werden.

4. Gebühren

Dem Veranstalter ist es untersagt, für die Benützung der Medieneinrichtungen (z.B. Medienzentrum) irgendwelche Gebühren zu erheben.

Der Post- und Telekommunikationsverwaltung ist es gestattet, zur Deckung ihrer Kosten, den amtlichen Tarif nach verbrauchten Impulsen zu verrechnen.

Allfällige Aufbau- und Einrichtungskosten, Adaptierungen, usw. sind je nach Vereinbarung vom Veranstalter oder der Post- und Telekommunikationsverwaltung zu tragen. Spezialwünsche (eigene Anschlüsse etc.) von Medienschaffenden können separat verrechnet werden.

Mobile-Telefonnetz

Neben einem genügend starken Handy-Empfang im Medienzentrum ist auch dafür zu sorgen, dass im Stadion und im Sub-Medienzentrum die Qualität des Mobile-Telefonnetzes genügend ist. Allenfalls sind mit dem entsprechenden Telecom-Unternehmen vorgängig Messungen durchzuführen und entsprechende Massnahmen (z.B. zusätzliche Antenne, Verstärker etc.) zu treffen.

5. Radio und TV

Allgemeines

Hauptbasis für den TV-Service bilden die "FIS Vorgaben – TV-Kooperation" und die "FIS TV-Standards".

Kommentatoren-Kabinen

Für die TV- und Radioreporter müssen geräumige, geheizte Kommentatoren-Kabinen mit guter Sicht zum Stadion (Start, Ziel usw.), mit genügend Abstellfläche für die Installation der Geräte (TV- und Datenmonitor sowie Kommentatoreinheit) und mit genügend grosser Arbeitsfläche für Notebook und weitere Unterlagen zur Verfügung stehen. Neben dem TV Bild ist auch ein Ergebnismonitor zu installieren. Der Fernsehregie sind laufend Informationen mit aktuellen Ereignissen über Kopfhörer oder durch Mehrfachübersetzung in schriftlicher Form zu senden.

Infos

Der TV-Regie sind laufend Informationen mit aktuellen Ereignissen über Kopfhörer oder durch Mehrfachübersetzung in schriftlicher Form zu senden. Der Medienchef oder die für TV und Radio zuständige Person hat dafür zu sorgen, dass die TV- und Radio Kommentatoren laufend mit aktuellen Informationen und unverzüglich mit Ergebnissen – auch inoffiziellen – versorgt werden.

Mixed-Zone

Die Gestaltung der Mixed-Zone muss den TV- und Radio-Reportern bei Live-Übertragungen problemlos ermöglichen mit allen Athleten Interviews durchführen zu können. Die Zuteilung und Abfolge der Positionen (Boxen) erfolgt gemäss dem gängigen Standard (Host Broadcaster, Rightholders, ENG/Non-Rightholder, Spezial-Medien, Print)

Vor der ersten Interview-Box (Host-Broadcaster) ist eine sogenannte Cool-Down-Zone/Aktions Raum für die Athleten und daran angrenzend ein Sektor für Ärzte/Physiotherapeuten und Vertreter von Servicefirmen vorzusehen.

In Absprache mit dem Host-Broadcaster kann im Bereich des Aktions Raum ein Platzsprecher Athleten-Interviews führen, die auch für die Zuschauer und Journalisten hörbar sind. Im Weiteren können so oder von den Interviews der TV-Stationen für die Printmedien Flash-Quotes produziert werden. So kann insbesondere den Agenturen und Zeitungen mit frühem Abschluss einen schnellerer Service geboten werde

Spezial-Medienzone

In Absprache mit dem Verantwortlichen des Host Broadcaster kann neben den TV-Interview-Positionen eine sogenannte Spezial-Medienzone für Print Agenturen und grosse Zeitungen vorgesehen werden. Für bedeutende Anlässe ist dieser Sektor zwingend vorzusehen. Die Zuteilung der Akkreditierungen erfolgt durch den Medienchef in Absprache mit dem FIS Marketing- und Kommunikationsdirektor oder einer von ihm beauftragten Person.

Winner Presentation (Flower Ceremony)

Angrenzend an die Mixed-Zone – nicht zu weit weg von den TV-Interview-Positionen – ist ein Podium für die Flower Ceremony einzurichten. Das Podium sollte für TV, Fotografen und Zuschauer sehr gut einsehbar sein.

Spezial Service

Nach Rücksprache mit dem Verantwortlichen der produzierenden TV-Station ist neben den Interview-Kamerapositionen ein so genannter "Agentur-Sektor" vorzusehen, damit Vertreter der Sportnachrichtenagenturen rasch zu ersten Zitaten kommen.

Auslauf/Zielraum

Die Gestaltung des Zielraumes muss den Radio- und TV-Reportern (besonders für Live Übertragungen) problemlos ermöglichen, Sportler- und Siegerinterviews durchführen zu können. Neben einer Fototribüne und einem Pressekorridor direkt am Coach- und Athletenraum sind auch fix abgesperrte Räume vorzusehen für Siegerehrungen und Interviews/unilaterale Interviews. Gerade dieser Korridor ist auch nach der Veranstaltung vom Publikum freizuhalten.

Ideal wäre es, wenn das Siegerinterview auch über Platzlautsprecher für alle hörbar – und damit auch für die Journalisten - ausgestrahlt wird.

Medienzentrum

Zum Medienzentrum und zu der Sieger-Medienkonferenzen haben die Akkreditierten der Kategorie "TV/Radio" auf jeden Fall Zutritt.

Spezielles

Zwischen der Regie der produzierenden TV-Anstalt und dem FIS Renndirektor/FIS Weltcup Promotor, ist eine direkte Funkverbindung vorzusehen. Damit kann auf Entscheide der Jury usw. rasch reagiert werden. Ausserdem ist eine direkte Funkverbindung zwischen dem Renndirektor und der Regie einzurichten.

Eine Funkverbindung zwischen dem Renndirektor und dem FIS PR- und Medienkoordinator ist zur raschen Weiterleitung von wichtigen Informationen in der Mixed-Zone ebenfalls wünschenswert.

6. Medienunterlagen

Folgende Unterlagen sollen bei der Akkreditierung oder bei der Übergabe des Mediendossiers an der Info-Stelle im Medienzentrum überreicht werden, da sie für die Medienvertreter eine wertvolle Arbeitshilfe bieten:

FIS Media Guide

Der FIS Media Guide (CD-Rom oder Ausdrücke aus dem Internet) mit den Biographien von den wichtigsten Athleten und der FIS Info Guide mit den wichtigsten Angaben zum Reglement und den FIS Offiziellen sowie Broschüren des FIS Weltcup Sponsors

Teilnehmerlisten

mit Mannschaftsführern, Trainer, Athleten (mit Angabe von Name, Vorname, Geburtsdatum, Wohnort, Klub, evtl. Ausrüstung).

Unterkunftslisten

Die Unterkunftsliste mit den Hotels aller Mannschaften sowie der wichtigsten Funktionäre mit Angaben der Hoteladresse, Telefon- und Fax-Nummer sowie E-Mail-Adresse.

Telefonliste

mit den wichtigen Personen des Ortes, der Organisatoren des FIS Weltcups und Notfallnummern.

Ortsplan

mit Veranstaltungseinrichtungen, Hotels, usw.

Ausschreibung/Programm

Pläne

über die Wettkampfstätte, Streckenprofil, sowie Skizzen vom Auslauf- und Athletenbereich sowie der Mixed-Zone.

Ergebnisse

vom letztjährigen Wettkampf, Sieger-Listen („Goldenes Buch“),

Media Guide

Je nach Bedeutung und finanziellen Möglichkeiten des Veranstalters können die vorhergehenden Angaben (Ausnahme FIS Media Guide) auch in einen gedruckten „Media Guide“ integriert werden

FIS Weltcup Wertung

Vor Beginn und nach der Veranstaltung. (Einzel- und Nationenwertung). Dazu ebenfalls die Preisgeld-Rangliste.

E-Mails

vor Beginn und während der Veranstaltung an wichtige Adressaten

Communiqués/Flash-Quotes

durch den OK-Medienchef oder von ihm beauftragte Personen werden Communiqués (Verletzungen, Verschiebungen, Zuschauerzahl usw.) sowie Flash-Quotes von den Top 3 erstellt und in gedruckter Form im Medienzentrum und im Sub-Medienzentrum aufgehängt und abgegeben. Ausserdem sollten diese Informationen auch über den E-Mail Verteiler sowie über die eigene Website (falls vorhanden) verbreitet werden.

7. Langlaufstadion

Athletenzone

In der Athletenzone sind entsprechende Korridore vorzusehen, die es ermöglichen, dass TV-Stationen und Fotografen das Geschehen rund um die Teamcontainer oder –hütten aufnehmen können, ohne die Vorbereitung der Athleten zu stören. Zu diesem Korridor sollten ebenfalls die Kommentatoren Zutritt haben, damit sie sich vor dem Wettkampf die neuesten Informationen holen können.

Für die Fotografen, aber auch für Filmteams sind geeignete gute Plätze bei der Sportstätte, beim Gelände (mit den sportlichen und sicherheitsmässigen Verantwortlichen –FIS Renndirektor) festzulegen und zu kennzeichnen, die dann als Foto- bzw. TV-Räume gelten. Dabei ist speziell auf die Wünsche der Fotografen und Kameraleute, unter voller Berücksichtigung der einwandfreien und sicheren sportlichen Abwicklung, Rücksicht zu nehmen.

Einlauf/Exit Gate

Beim Einlauf und dem Exit Gate ist eine Einteilung zu treffen, die es den Fotografen ermöglicht, das Geschehen sowohl im Einlauf („Jubelbilder“), in der Cool-Down-Zone/Aktionsraum und der Mixed-Zone einsehen zu können. Dies gilt auch für entsprechend akkreditierte Filmteams.

Für die schreibenden Journalisten ist ein grosser Raum zu schaffen, der es ermöglicht, sowohl die „Live“ Interviews mitzuhören als auch direkt mit dem/der Sportler/in im Aktions-/Coachraum zu sprechen.

Videowand/Anzeigetafel

Damit die Medienschaffenden im Auslaufbereich/Zielraum den ganzen Wettkampf mitverfolgen können, ist eine grosse Videowand und eine Ergebnistafel vorzusehen. Als Ersatz können im Printmedien-Bereich der Mixed-Zone zwei bis drei TV-Geräte aufgestellt werden (auf Sonneneinstrahlung achten!). Beide Tafeln sollten gut einsehbar sein (keine Zuschauer respektive Werbeballone oder Autos usw. im Blickfeld).

Mixed-Zone Print Medien

Dieser Bereich wird im Anschluss an die TV- und Radio-Mixed-Zone eingerichtet. Es besteht die Möglichkeit, dass alle Journalisten Zutritt in die Mixed-Zone haben, oder es ist durch den OK-Medienchef und den FIS Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen auch möglich zu kontingentieren.

Für die akkreditierten Journalisten sind von den Zuschauern klar abgesperrte Korridore bereitzustellen, wo sie den Wettkampf verfolgen können, bzw. mit Sportlern und Trainern sprechen können. In diesem Bereich und auch in der TV-Radio-Mixed-Zone ist darauf zu achten, dass die Beschallung (Lautsprecher) bei den Interviews nicht störend ist.

Pre- und Post-Unilaterale-Interviews

Neben den vorhandenen TV- und Radio-Interview-Positionen für die Rechteinhaber und ENG-Teams für die "Live"-Übertragung ist für Pre- und Post-Unilateralen-Interviews der übrigen TV-Stationen durch den Host Broadcaster ein eingezäunter Bereich vorzusehen, der es den einzelnen Fernsehstationen ermöglicht, nach Abschluss des Rennens ungestört die Interviews durchführen zu können.

Fotopodest

Nach Ende des Bewerbes wird für die Fotografen ein "vorläufiges Siegerfoto" im Aktions-/Zielraum oder die Siegerpräsentation organisiert.

Das Podest kann einerseits wie das klassische "Stockerl" gestaltet sein, oder es besteht aus drei runden Podesten in verschiedener Höhe mit einem Durchmesser von jeweils 1,5m. Auf der Oberfläche sollte unbedingt ein Teppich angebracht sein, damit die Sportler/innen mit den nassen Schuhen nicht rutschen. Es besteht damit die Möglichkeit, dass sich die Sportler leichter nach den einzelnen Richtungen drehen können, und dass alle Fotografen, Kameraleute usw. die Sportler in ihrer Blickrichtung haben.

Siegerpräsentation

Für die Besucher der einzelnen Bewerbe aber auch für die TV-Live-Übertragung ist es sehr gut, wenn am Ende des Bewerbes eine Siegerpräsentation durchgeführt wird. Im Rahmen dieser Siegerpräsentation besteht auch die Möglichkeit, weitere Fotos und Fernsehaufnahmen anzufertigen, während ein Mitarbeiter des Pressezentrum oder der Platzsprecher mit dem Sieger ein kurzes Interview führen kann. Dieses kann dann auch als erste Information bzw. als erste Aussage des Sportlers an das Pressezentrum durchgegeben werden.

Siegerehrung

In geeignetem Abstand und Richtung vor dem Siegerpodium ist für die Fotografen und TV-/Film-Teams ein eigener Korridor mit Podium/Tribüne bereitzustellen. Diese Einrichtung soll gewährleisten, dass von der Zeremonie und den erfolgreichen Athleten optimale Bilder aufgenommen werden können.

Wireless-LAN im Stadion

Um den heutigen Arbeitsbedingungen der Fotografen gerecht zu werden, wird empfohlen auch im Stadion einen Hot Spot für die Wireless-LAN Datenübertragung zu installieren. Insbesondere bei grossen Distanzen zum Medienzentrum.

8. Unterkunft

Das Organisationskomitee, bzw. die damit beauftragte Stelle (Fremdenverkehrsamt usw.) sorgt für die Reservierung preisgünstiger Hotelunterkünfte der angemeldeten Medienvertreter. Es sollen verschieden gute Kategorien für die jeweils gewünschte Anzahl Tage angeboten werden.

Besondere Rücksicht sollte bei der Zuweisung auf die bestellten Wünsche genommen werden. Grundsätzlich sind Einzelzimmer mit Telefon-/Datenanschluss und TV vorzuziehen.

Die Preise für das Quartier müssen dem Standard des Zimmers entsprechen und dem normal üblichen Preisgefüge angepasst sein.

Die Quartierliste ist für eine rasche Abfertigung der Anmeldung vorzubereiten, oder der anreisende Journalist erhält bereits frühzeitig eine Information und Bestätigung der Quartierreservierung und damit die Bekanntgabe seines Hotels.

9. Verpflegung

In der Nähe der Arbeitsräume bzw. im Pressezentrum – auch im Langlauf Stadion soll eine Verpflegungsmöglichkeit mit kleinen Speisen und Getränken zur Verfügung stehen.

10. Transport

Wenn sich das Langlaufstadion nicht in unmittelbarer Nähe des Medienzentrums befindet, ist ein Shuttle-Transport zu organisieren. Der ist auch wünschenswert, wenn sich der Weg zwischen Hotel/Unterkunft und Medienzentrum nicht in angemessener Zeit zu Fuss bewältigen lässt.

11. Medien-Akkreditierung

Ortsakkreditierung

Für die einzelnen Kategorien der Medienschaffenden (TV, Radio, Print, Foto, Internet) sind auf Grund der Anmeldung für Inhaber von Presseausweisen der anerkannten Sportjournalisten-Vereinigung (AIPS) und von Journalisten mit Ausweisen von nationalen Journalisten-Vereinigungen, die für anerkannte Medienerzeugnisse mit bedeutendem Sportteil arbeiten, sowie für die Kommentatoren der TV- und Radiostationen entsprechende Akkreditierungen durchzuführen. Die Akkreditierungslisten sind mit dem FIS Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen oder einer von ihm eingesetzten Person abzustimmen.

Für Begleitpersonen sind Freikarten oder VIP-Karten zur Verfügung zu stellen. Dazu wird empfohlen, einen sogenannten „FIS-Family-Sektor“ einzurichten.

FIS Saison Akkreditierungen

Für die bei FIS Weltcupveranstaltungen regelmässig anwesenden professionellen Journalisten wird von Seiten der FIS eine Saison-Akkreditierung ausgestellt. Eine Anmeldung beim Veranstalter – wegen Quartierreservierung, speziellen Wünschen für die Ausstattung des Arbeitsplatzes im Medienarbeitsraum, usw. – ist trotzdem durchzuführen. Die einzelnen Veranstalter erhalten eine Übersichtsliste der ausgestellten Saisonakkreditierungen durch den Internationalen Skiverband FIS.

Anmeldung

Spätestens zwei bis drei Monate vor der Veranstaltung ist der Versand der ersten Informationen und der Akkreditierungsunterlagen an die regionale, nationale und internationale Presse durch den Veranstalter-Medienchef durchzuführen. Es wird empfohlen den Versand auch per E-Mail zu machen und auf der Veranstalter-Website (falls vorhanden) eine Online-Akkreditierung anzubieten.

12. Mediaservice

Information für Journalisten und Kommentatoren

Aktuelle Informationen sind sofort und schriftlich an die Journalisten auszuteilen. Besonders rasch müssen die Kommentatoren in den Kabinen informiert werden (Information auch mündlich oder über Info-Line des Data-Monitors möglich)

Solche Informationen können sein: Offizielle, ärztliche Informationen bei Verletzungen, Wetterbedingter Unterbruch, Anlaufverkürzung usw.

Platzsprecher

Es ist unbedingt notwendig, mehr fachliche Informationen zu geben und auch beizutragen, dass Stimmung in den Stadien aufkommt. Informationen haben in der Landessprache und mindestens in **Englisch** zu erfolgen. Es wird empfohlen neben dem Speaker in der Kabine auch einen Speaker beim Exit Gate für Kurzinterviews einzusetzen. Ausserdem sollte ein Profi für die musikalische Untermalung des Wettkampfs und die „Anheizung“ des Publikums eingesetzt werden.

Flower Ceremony

Die Flower Ceremony soll unmittelbar nach Ende des Bewerbes stattfinden, d.h. ca. 5 Minuten nach dem letzten Sprung. Das genaue Prozedere ist im Rahmen des TV-Briefings zwischen dem Host Broadcaster, dem Zeremonien-Verantwortlichen des Veranstalters und dem FIS-PR- und Medienkoordinator abzusprechen. Der Aufruf der Athleten durch den Speaker erfolgt in der Reihenfolge Rang 6 bis 1. Die Ehrung und Preisübergabe durch die Offiziellen (maximal drei verschiedene Personen, keine Cheerleaders und auch kein Champagner) in der Reihenfolge Rang 1 bis 6. Zwischen der Aufstellung der Athleten und der Preisübergabe ist eine Pause von circa 30 Sekunden einzulegen, damit ein „cleanes“ Bild (Sponsoren!) geschossen werden kann. Am Ende der Preisübergabe stellen sich die drei Erstplatzierten auf dem obersten Podest für ein Foto zusammen.

Sollte es aus irgendeinem Grund eine Verzögerung für die Flower Ceremony geben, werden die drei Erstplatzierten durch den FIS-PR- und Medienkoordinator im Auslauf vor dem Exit Gate zusammengestellt, damit für die produzierende TV-Anstalt zumindest ein angemessenes Schlussbild für den Ausstieg aus der Sendung möglich ist.

Nach der Flower Ceremony kann der Platzspeaker mit dem Sieger auf dem Podest ein kurzes Interview für die Zuschauer und Print Medien durchführen.

Information

Das OK bzw. die zuständige Person des Medienteams ist verpflichtet, sofort nach dem Wettkampf die offiziellen Resultate, die aktuellen Weltcup-Stände (Einzel und Team) sowie die Preisgeld-Rangliste an folgende Adressaten zu übermitteln:

per Fax bzw. E-Mail:

1. Ergebnis-Datenbüro / FIS Internet (erfolgt durch MIC/Wige)
2. SI Zürich und weitere internationale Presseagenturen
3. an das EIS Büro Nordisch
4. an das OK des nächste Weltcups

per Post:

1. an alle Weltcup OK's der laufenden Saison
2. an den Vorsitzenden des Sub-Komitees für Weltcups
3. an die FIS

13. Spezielles zu den einzelnen FIS-Disziplinen

LANGLAUF

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

Start

Die Fotoposition sollte weitgehend von vorne, d.h. etwa 5 bis 10 Meter 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 ist der Zieleinlauf. Es ist deshalb notwendig, dass je nach Lichteinfall eine Fototribüne/Korridor seitlich sowie eine Fototribüne im Abschluss des Zielraums mit etwa 5 bis 7 Stufen eingeplant wird. Die andere Seite bleibt reserviert für die „Live“ Kameras und das Zielpersonal.