



**Internationale
Handball
Federation**

**XVI.
Medien-
Reglement**

Ausgabe : September 2007

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Grundsätzliches	3
2. Vorbereitung	4
3. Durchführung	10
4. Nachbereitung – Auswertung	12
Anlagen:	
1 Antrag auf Akkreditierung	13
2 Mixed Zone	15

1. Grundsätzliches

Die Arbeit mit den Medien gehört zu den wesentlichen Aufgaben des Organisationskomitees einer IHF-Großveranstaltung. Sie hat zum Ziel:

- die Veranstaltung zu propagieren
- die Öffentlichkeit mit Informationen über die Veranstaltung zu versorgen
- insgesamt für einen reibungslosen Informationsfluss zu sorgen
- Handball als Sportart weiter bekannt zu machen
- die Strategie und die Ziele der IHF zu verfolgen und zu unterstützen
- in Abstimmung mit der IHF die Ziele des Gastgebers der Veranstaltung darzustellen
- Förderern und Sponsoren der Veranstaltung eine Plattform zu bieten

1.1. Medien

Unter "Medien" werden alle Personen und Organisationen verstanden, die professionell für die Berichterstattung von der Veranstaltung für ein Massenmedium zuständig sind. Dazu zählen:

- Printmedien
- Nachrichtenagenturen
- elektronische Medien (Hörfunk und Fernsehen)
- "neue" Medien, insbesondere Internetanbieter
- Fotografen

Bei Hörfunk und Fernsehen ist darüber hinaus zwischen Rechteinhabern und Nichtrechteinhabern zu unterscheiden. Hierbei wird mit dem Rechteinhaber der IHF kooperiert.

1.2. Organisationsstruktur Medien bei Großveranstaltungen

Für Großveranstaltungen ist es notwendig, innerhalb des Organisationskomitees einen für die Betreuung der Medien zuständigen Bereich zu installieren. Dieser arbeitet eng mit den Verantwortlichen der IHF und einem zusätzlich für diese Aufgaben von der IHF beauftragten Vertreter zusammen.

2. Vorbereitung

Unmittelbar nach der Vergabe einer Großveranstaltung durch die IHF hat der Organisator einen Medienverantwortlichen zu benennen, der in allen die Arbeit mit den Medien betreffenden Fragen verantwortlich handeln kann. Der Medienverantwortliche ist Mitglied des Organisationskomitees. In seiner Verantwortung liegt auch die Berichterstattung aus dem Veranstalterland in Bezug auf die Vorbereitung der Veranstaltung bis ca. zwölf Monate vor Veranstaltungsbeginn. Das beinhaltet auch die Aussendung eines periodisch erscheinenden Bulletins und die Einrichtung einer Web Site. Die IHF stellt ihre Internetseite für News nach Absprache zur Verfügung. Es erfolgt eine wechselseitige Verlinkung zwischen einer "WM-Seite" des Organisators und der Web Site der IHF.

2.1. Einladung und Akkreditierung

Durch das Organisationskomitee wird grundsätzlich ca. zwölf Monate vor Beginn der Veranstaltung in Kooperation mit der IHF die Akkreditierung für Medienvertreter angeboten. Dies kann geschehen sowohl über die Web Site des Organisators und der IHF sowie der nationalen Handballverbände als auch über Postversand. Die Akkreditierung muss beinhalten:

Privat: Nachname, Vorname
Geburtsdatum, Geburtsort, Geschlecht
Wohnanschrift, Telefon, Fax, E-Mail
Raucher, Nichtraucher, Konfektionsgröße
Unterschrift, Passbild

Business: Name und Art des Mediums
Anschrift, Telefon, Fax, E-Mail
Internationaler bzw. nationaler Presseausweis, Bestätigung des Arbeitgebers mit Stempel und Unterschrift
Bevorzugter Standort bei der Veranstaltung (bei mehreren Austragungsorten)
Ankunftstag, Ankunftsort
Akkreditierungsschluss

Bereitstellung/

Nutzung: Telefon, Fax, Schreibmaschine, Computer, Internetanschluss, ISDN-Anschluss, eigener Arbeitsplatz (gegen Gebühr), Labor (gegen Gebühr), Parkschein (gegen Gebühr)

Extras: Hotelangebot, Reiseangebot, Mietwagenangebot

Alle Angaben sollten maschinell oder in Blockschrift erfolgen. Weiterhin sollte auf dem Formular eine Kontaktperson aufgeführt sein, die dem Medienverantwortlichen unterstellt ist. Alle Akkreditierungen (national und international) sind zurückzusenden an die IHF, die sie nach Überprüfung und Bestätigung an das Organisationskomitee weiterreicht. Die Anschrift ist auf dem Formular mitzuteilen. Dabei muss die Möglichkeit der Rücksendung per E-Mail, Internet, Fax oder Brief eingeräumt werden. Die IHF erhält das Recht zur Überprüfung der Daten, das beinhaltet auch die Nachfrage beim Arbeitgeber. Die IHF ist berechtigt, Akkreditierungen zu verweigern. Empfohlener Akkreditierungsschluss ist vier Monate vor Veranstaltungsbeginn, letztmöglicher Akkreditierungsschluss ist drei Monate vor Veranstaltungsbeginn. Akkreditierungen, die nach der Akkreditierungsfrist eingereicht werden, werden nur in Ausnahmefällen bearbeitet. Dafür wird pro Akkreditierung eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von CHF 130,- erhoben, die bei Ausreichung der Akkreditierung fällig wird. Die Medienvertreter sind auf diesen Umstand explizit hinzuweisen. Ein Muster für eine Akkreditierung ist in der Anlage beigefügt. Der Marketingpartner für die Vermarktung der Fernseh-, Hörfunk- und Internetrechte wird über die Akkreditierung in Kenntnis gesetzt.

2.2. Unterstützung der Medien

Spätestens zehn Monate vor Beginn der Veranstaltung sollte eine periodische Berichterstattung von der Vorbereitung des Ereignisses einsetzen. Die Verbreitung erfolgt über die unter 2.1. genutzten Möglichkeiten. Jeder akkreditierte Medienvertreter sollte die Informationen auf mindestens einem der genannten Wege erhalten. Wesentlicher Bestandteil der Aussendung ist die Verbreitung des Akkreditierungsformulars. Es sind Ansprechpartner zu benennen, die für Fragen der Medien zur Verfügung stehen. Diese Ansprechpartner sollten mindestens zwei IHF-Sprachen (Englisch, Französisch, Deutsch) in Wort und Schrift beherrschen. Der Gastgeber erhält die Möglichkeit, in seinen Bulletins auch auf das Gastgeberland in besonderer Weise aufmerksam zu machen.

2.3. Bereitstellung von Arbeitsräumen und Mitteln

Bereits bei der Auswahl der Spielhallen ist durch die entsprechenden Beauftragten der IHF darauf zu achten, dass den Ansprüchen der Medienvertreter in ausreichendem Maße Rechnung getragen wird. Das betrifft insbesondere:

- Lage und Anzahl der Medienarbeitsplätze
- Lichtverhältnisse, Lage und Anzahl der Arbeitsplätze für Fotografen
- Zugangsverhältnisse zur und Größe der Mixed-Zone (Beispiel siehe Anlage)
- Raum für Pressekonferenzen
- Arbeitsräume für Medienvertreter in ausreichender Größe
- Zugangssituation zu den Medienplätzen und zu den Arbeitsräumen
- Parkplatzsituation im nahen Umfeld der Halle

Um den besonderen Notwendigkeiten der elektronischen Medien, insbesondere des Fernsehens, Rechnung zu tragen, sollte ein Vertreter der federführend übertragenden Fernsehstation des Gastgeberlandes bei der Hallenbesichtigung zwingend zugegen sein.

Ein von der IHF beauftragter Medienvertreter wird spätestens fünf Monate vor Beginn der Veranstaltung eine erste Inspektion der Hallen vornehmen und gegebenenfalls in Absprache mit den Verantwortlichen Veränderungen vornehmen. Die Ausstattung der Pressezentren und Medienarbeitsplätze hat bis spätestens zwei Tage vor Beginn der Veranstaltung abgeschlossen zu sein. Das betrifft nicht die durch externe Dienstleister zu erbringenden Leistungen (wie ISDN-Anschlüsse). Das Medienzentrum sollte bereits zwei Tage vor Beginn der Veranstaltung geöffnet haben.

2.3.1. Ausstattung

Die Medienbereiche sind vom Zuschauerbereich abzutrennen. Es ist dafür zu sorgen, dass Zuschauer die Medienbereiche nicht frequentieren können. Sportler, Trainer, Funktionäre und andere akkreditierte Personen sollten aber zu den Medienbereichen Zugang erhalten. Von allen Medienarbeitsplätzen sollte der Zugang zur Pressekonferenz und zur Mixed-Zone unkompliziert und zeitnah möglich sein.

Für die Medienarbeitsplätze in der Halle gelten folgende Ausstattungsbedingungen:

- Sitzplatz mit Schreibunterlage für Vertreter der Printmedien

- Möglichkeit des Anschlusses an Internet, ISDN für Vertreter der Printmedien (gegen Gebühr)
- Sitzplatz mit Schreibunterlage für elektronische Medien, die keine Rechte an der Veranstaltung erworben haben, hier allerdings keine technische Ausstattung
- Sitzplatz mit Schreibunterlage, versenkbarem Monitor und mit Equipment des Veranstalters für Vertreter elektronischer Medien (Rechthehalter), Möglichkeit, Anschluss an Internet und ISDN herzustellen (gegen Gebühr)
- Schaffung von Observer-Plätzen für Medienvertreter, die nicht aktuell arbeiten
- Arbeitsbereich für Präsentor-Positionen der TV-Anstalten

Videoaufzeichnungen für mannschaftsinterne und nicht kommerzielle Zwecke durch Verantwortliche der Mannschaften sind durch dieses Reglement nicht abgedeckt. Den damit Beschäftigten ist nach Möglichkeit außerhalb des Medienbereichs ein Bereich zuzuweisen, damit diese ihren Aufgaben nachgehen können.

Für die Medienarbeitsräume gelten folgende Ausstattungsbedingungen:

- die Arbeitsräume sollten sich in der Halle befinden
- ausreichende Arbeitsplätze, alle mit Stromanschluss
- mindestens zehn Computer mit Internet-Anschluss
- Telefone, Internet- und ISDN-Anschluss (gegen Gebühr)
- Telefaxgeräte (mindestens 2)
- Kopierer (mindestens 2)
- Fächer für Informationen
- Desk (für Akkreditierung und als Service-Punkt sowie für Foto-Service)
- getrennter Arbeitsbereich für elektronische Medien und für Fotografen
- Schließfächer (gegen Gebühr)
- diverse Fernseher mit Übertragungen von allen Spielorten
- digitaler Fotoapparat
- Schaffung von Schneideräumen für TV-Anstalten (gegen Gebühr) bzw. Bereitstellung von Videoarbeitsplätzen für TV-Anstalten.

Für den Pressekonferenzraum gelten folgende Ausstattungsbedingungen:

- erhöhte Sitzmöglichkeit mit Tisch für die Teilnehmer an der Pressekonferenz

- Aufstellung einer Sponsorenwand hinter dem Teilnehmertisch
- Mikrofone vor jedem Teilnehmer an der Pressekonferenz, Beschallung installieren
- ausreichende Plätze für Medienvertreter
- ausreichende Lichtverhältnisse für Fotografen und Fernsehen
- Möglichkeit der Direktabnahme für elektronische Medien (Verteiler)
- erhöhte Position für Kameras im hinteren Bereich des Raums
- transportables Mikrofon für Fragen der Medienvertreter

Für die Mixed-Zone gelten folgende Ausstattungsbedingungen:

- Sicherung der Mixed-Zone durch Einlasskontrolle
- Abtrennung der TV- bzw. Hörfunk- Bereiche von Print-Medien
- Trennung von Sportlern und Medienvertretern (fakultativ)
- Bereitstellung einer transportablen Sponsorenwand für TV-Interviews
- Schaffung eines Zugangsbereichs auf das Spielfeld für Rechtehalter

Wünschenswert wäre weiterhin:

- Einrichtung einer Raucher-Zone, um die anderen Medienbereiche als Nichtraucherzonen deklarieren zu können
- Aufenthaltsraum mit Möglichkeit des Caterings während der Öffnungszeit des Medienzentrums
- Möglichkeit des Erwerbs von Telefonkarten (SIM) für Mobiltelefone (nationales Netz) für die Medienvertreter

2.4. Personal

Durch das Organisationskomitee ist sicherzustellen, dass in ausreichendem Maße Personal für die Betreuung der Medien zur Verfügung gestellt wird. Dies betrifft die Medienverantwortlichen in den einzelnen Hallen und Sub-Medienzentren, Dolmetscher für Pressekonferenzen, Volontäre für die Versorgung der Medienvertreter mit Informationen, Sicherheitsdienst, Catering Service. Die Medienbetreuer sollten deutlich erkennbar sein. Sie sollten mindestens eine der IHF-Sprachen in Wort und Schrift beherrschen, die Verantwortlichen mindestens zwei IHF-Sprachen. Der Dolmetscher sollte auch Kenntnisse der Sportart besitzen und sprachlich aktiv beherrschen.

Das Personal aller Medienbereiche ist vor Beginn der Veranstaltung durch den Medienverantwortlichen und einen IHF-Vertreter in die Aufgaben während der Veranstaltung einzuweisen. Dies sollte vor Eröffnung des Presse-zentrums geschehen.

2.5. Service

Den Medienvertretern ist vor Beginn der Veranstaltung, mit Übergabe der Akkreditierung, Informationsmaterial zu überreichen. Günstig wäre, dies in einem Guide in gebundener Form darzustellen. Dieses Material sollte beinhalten:

- wichtige Telefonnummern, wesentliche Ansprechpartner
- Ansetzungen und Zeitplan der Spiele
- Mannschaftsaufstellungen
- Schiedsrichterbiografien
- Informationen zu den Spielstätten
- Öffnungszeiten der Medienzentren
- Kontaktpersonen beteiligter Mannschaften
- Anschriften der Mannschaftshotels
- Informationen zum Shuttle-Service
- Stadtpläne mit den Spielorten
- Anschriften und Ansprechpartner in den Medienhotels

Wünschenswert wäre, diese Informationen in einem "Promotion Pack" zu überreichen.

Mit der Akkreditierung unterzeichnen die Medienvertreter eine Erklärung, in der sie die Bedingungen der IHF für ihre Tätigkeit während der Veranstaltung akzeptieren. Das betrifft insbesondere die Einhaltung von Weisungen durch die dazu Berechtigten, die Einhaltung der mit der Akkreditierung fixierten Bedingungen (Zugangsberechtigungen etc.), die unbedingte Vermeidung des Einsatzes von Blitzlicht durch die Fotografen, die Werberichtlinien, die Verweigerung der Live-Berichterstattung für elektronische Medien, die keine Rechte erworben haben – nach Absprache mit der IHF – und nationale Bedingungen. Zuwiderhandlungen durch die Inhaber von Akkreditierungen werden bestraft. Diese dürfen aber nicht den allgemein gültigen Regeln der Pressefreiheit widersprechen, die insbesondere durch die A.I.P.S. festgeschrieben sind.

2.6. Zusammenarbeit und Kontrolle

Verantwortlich für die Einhaltung der Festlegungen ist der Medienverantwortliche in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der einzelnen Hallen und dem Chef des Organisationskomitees. Ihm zur Seite stehen die Vertreter der IHF und ein von der IHF eingesetzter Beauftragter für Medienfragen, der spätestens mit Beginn der Aussendung der Akkreditierungen mit dem Medienverantwortlichen zusammenarbeitet. Das betrifft alle Fragen, von der Akkreditierung über die Auswahl und Einrichtung der Medienbereiche bis hin zur Schulung und Unterweisung der Mitarbeiter. Dem Beauftragten für Medienfragen ist dabei jede mögliche Unterstützung zu gewähren.

2.7. Unterbringung und Transport

Den Medienvertretern ist mit dem Akkreditierungsformular ein Hotelangebot zu unterbreiten. Dies kann in Zusammenarbeit mit dem von der IHF festgelegten Partner geschehen oder nach Absprache mit einem vom Veranstalter ausgewählten Partner. Es ist darauf zu achten, dass Unterkünfte in mindestens zwei Preiskategorien angeboten werden. Dabei sollte die Obergrenze von CHF 200,- pro Nacht im gehobenen Angebot nicht überschritten werden, im unteren Segment nicht CHF 100,- pro Nacht. Ebenfalls angeboten werden sollte ein Mietwagen in Zusammenarbeit mit dem von der IHF festgelegten Partner oder nach Absprache mit einem vom Veranstalter ausgewählten Partner. Es ist sicherzustellen, dass ein Shuttle-Service von den Pressehotels zur Spielhalle eingerichtet wird, der in periodischen Abständen verkehrt. Der Fahrplan ist öffentlich auszuhängen und mittels weiterer Möglichkeiten publik zu machen (siehe auch 2.5.).

3. Durchführung

3.1. Akkreditierung

Den akkreditierten Medienvertretern ist bei Ankunft die Akkreditierung auszuhändigen. Dabei ist die Übereinstimmung mit den von den Medienvertretern angegebenen Daten zu überprüfen. Die unter 2.1. und 2.5. festgelegten Regeln sind zu berücksichtigen. Jeder Medienvertreter hat seine Akkreditierung persönlich in Empfang zu nehmen und den Empfang zu quittieren. Abhanden gekommene Akkreditierungen sind gegen Gebühr in Absprache mit dem Medienverantwortlichen zu ersetzen.

3.2. Medienzentren

Die Medienzentren sollten spätestens zwei Tage vor Beginn der Veranstaltung öffnen. Dabei richtet sich die Öffnungszeit nach den Spielplänen und den Erfordernissen durch die beteiligten Mannschaften. Es wird empfohlen, die Zentren täglich spätestens 10 Uhr (Ortszeit) zu öffnen, an spielfreien Tagen frühestens 20 Uhr zu schließen, an Spieltagen frühestens zwei Stunden nach Ende des letzten Spiels. Änderungen, die die Öffnungszeit verkürzen, sind mit der IHF abzustimmen.

3.2.1. Aufgaben in den Medienzentren

Vor, während und nach der Veranstaltung ist das Medienzentrum der entscheidende Platz der Informationsgewinnung für Medienvertreter. Sie sollten deshalb bei ihrer Arbeit unterstützt werden. Zu den wesentlichen Bestandteilen der Medienhilfe gehören:

- Bereitstellung von Informationen zu den Teams allgemein
- rechtzeitige Bereitstellung von Aufstellungen zu den aktuellen Spielen
- aktuelle Information über den Spielverlauf unmittelbar nach Ende der ersten Halbzeit und unmittelbar nach Spielende
- Information über Spielverlauf und Resultate sowie Tabellen und Platzierungen in allen anderen Spielstätten (diese Punkte in Zusammenarbeit mit der IHF und ihren bestellten Firmen)
- Bereitstellung der Live-Übertragung von anderen Spielen der Veranstaltung via TV
- Organisation und Durchführung der Pressekonferenz
- Information über wesentliche Aussagen der Pressekonferenz
- Organisation und Kontrolle des reibungslosen Ablaufs der Interviews in der "Mixed Zone"
- Bereitstellung von kumulativen Statistiken
- Bereitstellung und Verbreitung von News
- Unterstützung, Organisation und Kontrolle der Tätigkeit von Fotografen
- Hilfe für Fotografen bei der Übermittlung von Daten
- Zusammenarbeit mit den für Internet-Auftritte Verantwortlichen
- Sicherungsmaßnahmen, Einlasskontrolle
- Catering, allgemeine Hilfe
- Organisation und Kontrolle des Shuttle-Service Hotel-Halle-Hotel

Alle Informationen sind in gegenständlicher Form zu präsentieren und öffentlich auszulegen. Nach Abschluss des Spieltages ist eine tägliche Zusammenfassung aller Spiele zu erstellen und spätestens zwei Stunden nach Ende der letzten Partie aufzulegen. Zu den wesentlichen Inhalten zählen dabei:

- Spielstatistiken und Spielberichte aller Spiele des Tages
- aktuelle Tabellen
- Statements der Trainer
- Zeitplan weiterer Spiele
- Schiedsrichteransetzungen weiterer Spiele
- IHF-Informationen.

Die Verantwortlichen in den Medienbereichen tragen zusätzlich Verantwortung für den reibungslosen Ablauf aller offiziellen Veranstaltungen (Eröffnung, Abschluss), insbesondere auch für die Positionierung der Fotografen bei der Siegerehrung und den Positionswechsel der Fotografen während der Spiele.

3.2.2. Aufgaben in den offiziellen Medienhotels

In den offiziellen Medienhotels sind alle relevanten Informationen für Medienvertreter öffentlich zu machen. Tägliche Zusammenfassungen aller Spiele sind zeitschnell – das heißt noch am Spieltag – aufzulegen. Nach Möglichkeit ist in den Hotels ein Sub-Medienzentrum einzurichten, ausgestattet mit mindestens fünf Computern mit Internetzugang und Drucker.


3.3. Allgemeines

Über die täglichen Aufgaben hinaus wäre es wünschenswert und im Sinne von IHF und Gastgeber, wenn den Medienvertretern die Möglichkeit gegeben wird, Kultur- und Freizeitangebote des Gastgebers zu nutzen. Ebenfalls wünschenswert wäre die Organisation eines "Medienabends" von Medienvertretern, Veranstalter und IHF-Repräsentanten. Am Finaltag ist eine Pressekonferenz der IHF zu organisieren. Den Medienvertretern ist – bei Bedarf – Unterstützung bei An- und Abreise zu gewähren. Die Liste der akkreditierten Medienvertreter ist zu aktualisieren.

Zwischen dem Medienverantwortlichen und dem von der IHF benannten Vertreter ist täglich eine Absprache zu treffen. Bei dieser Abstimmung sollten alle relevanten Fragen beantwortet werden.

4. Nachbereitung – Auswertung

Nach Ende der Veranstaltung ist den Medienvertretern ein Bulletin mit allen relevanten Daten der Veranstaltung zu übersenden. Der IHF sind spätestens vier Wochen nach der Veranstaltung eine Liste mit den Namen aller akkreditierten Journalisten sowie ein Bericht mit allen Informationen zu übermitteln, die in Zukunft zur Verbesserung der Medienarbeit beitragen können.

	<h2 style="margin: 0;">AKKREDITIERUNG</h2> <p style="margin: 0;">für die _____ WM</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> WM- Logo </div>
Privat		
Name: Vorname: Geburtsdatum: Geburtsort: Geschlecht: Adresse: Straße, PLZ, Ort, Land: Tel./ Fax: E-Mail: Konfektionsgröße:	<div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 100px; margin: 0 auto;"> Passbild </div>	Raucher / Nichtraucher
Business		
Name Medium: Art Medium: <input type="checkbox"/> Print <input type="checkbox"/> Agentur <input type="checkbox"/> TV <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Net <input type="checkbox"/> Technik Adresse Medium: Straße, PLZ, Ort, Land: Tel./Fax: E-Mail: AIPS-Nr.: Nationaler Presseverband Nr.: Ankunftstag,-ort: Bevorzugter Standort:		
Service		
Telefon im Pressezentrum: <input type="checkbox"/> Telefax im Pressezentrum: <input type="checkbox"/> Eigener Arbeitsplatz: <input type="checkbox"/> Labor / Schnittraum: <input type="checkbox"/> VIP-Parkschein: <input type="checkbox"/> Parkschein: <input type="checkbox"/> Extras: <input type="checkbox"/> Angebot all inclusive <input type="checkbox"/> Hotel <input type="checkbox"/> Reise	(gegen Gebühr) (gegen Gebühr) (gegen Gebühr)	
Bemerkungen	Unterschrift: Unterschrift Firma: Stempel	

Anlage 2

