



Journées d'étude des 1^{er} et 2 septembre 2022 à Fribourg
« 10 ans du nouveau droit de la protection de l'enfant et de l'adulte »

Atelier 13

Le travail de relations publiques en cette année de jubilé – à quoi faut-il faire attention ?

Manuela Marra, lic. rer. soc., experte en communication
Directrice Medienkoffer | Responsable Newsroom de la Fondation suisse pour paraplégiques Nottwil

Cette année de jubilé est l'occasion idéale de faire connaître votre travail quotidien à la population. De manière proactive, locale et professionnelle. Le travail de relations publiques comprend toutes les actions de communication qui vous permettront de toucher le public à l'occasion du jubilé. L'atelier traite du communiqué de presse et des interviews, et fournit des conseils sur d'autres options telles que les podcasts ou influenceurs amenés à parler positivement de votre travail sur les médias sociaux.

En cette année de jubilé, une communication réussie et professionnelle nécessite **un objectif clair** → Que souhaitons-nous atteindre ? Recommandation : **sensibiliser davantage** → **gagner la confiance & renforcer l'image**. Important : veillez toujours au choix des mots. « Trois enfants ont été placés » sonne différemment de « Trois enfants ont été accueillis au sein d'un foyer. »

Soyez conscient(e) que **la population ne connaît que très peu** le travail des APEA et curatrices/curateurs. Il en va de même pour les journalistes. Donnez de **nombreux exemples concrets** de votre activité quotidienne, compréhensibles pour tous (médecin, caissier, mécanicien automobile...).

Réfléchissez à ce que vous souhaitez lire, voir ou entendre sur votre travail à la radio, à la télévision, dans les journaux, sur les réseaux sociaux ou dans les médias en ligne. Formulez des phrases à partir de ces informations ; **deux ou trois messages clés** suffisent. Ceux-ci doivent être formulés de manière à respecter vos objectifs (cf. ci-dessus). Les journalistes apprécient les expériences personnelles touchantes. Vous atteindrez ainsi tous les objectifs. Utilisez **ces messages clés dans le communiqué de presse et dans toutes les interviews à venir**.

Plus de 90% des communiqués de presse ne sont même pas lus. Respectez donc les principes d'un **communiqué de presse professionnel**. Donnez des exemples de votre travail quotidien, n'utilisez pas de termes techniques, de mots étrangers ou d'abréviations. Indiquez une personne de contact joignable et choisissez le moment adéquat pour diffuser le communiqué de presse.

Envoyez le communiqué de presse aux **médias de votre région ainsi qu'aux rubriques locales des médias nationaux** afin de sensibiliser la population régionale, de gagner sa confiance et de renforcer votre image. Écrivez aux bons journalistes. Connaissez-vous des **personnes qui ont eu des expériences positives avec les APEA/curatrices et curateurs** et prêtes à renseigner les médias ? Prenez contact avec un(e) journaliste en qui vous avez confiance. L'objectif des journalistes est de parler avec les personnes concernées.

Durant les **interviews**, veillez à placer vos messages clés et à donner des réponses courtes et compréhensibles – là aussi sans mots étrangers ou termes techniques. Gardez votre calme. Vous êtes un(e) **spécialiste dans votre domaine** – et vous assumerez votre rôle **formidablement bien. Bonne chance !**

*Les présentations et d'autres documents des journées seront disponibles
sur www.copma.ch → Actualités → « Journées d'étude 2022 »*

Öffentlichkeitsarbeit im Jubiläumsjahr

Worauf achten?



Fribourg, 2. September 2022

Manuela Marra

Gründerin Medienkoffer
Leiterin Newsroom Schweizer Paraplegiker-Stiftung Nottwil (LU)



- **Öffentlichkeitsarbeit**
- **Zielpublikum**
- **Kernbotschaften**
- **Medienmitteilung**
- **Passende Medien**
- **Interview**



Öffentlichkeitsarbeit

medien
KOFFER

Urteil zu Kesb-Fall: Wie ein 72-jähriger Finanzexperte als Beistand und als Vereinskassier Hunderttausende von Franken veruntreute

Das Bezirksgericht Zürich hat den Termin einer Urteilsöffnung extra um einen Monat hinausgezögert, um sicherzugehen, dass ein Beschuldigter sein Haus verkauft. Mit dem Hausverkauf kann der Beschuldigte veruntreute Gelder an seine Opfer zurückzahlen.

Tom Feiler
04.06.2022, 05:45 Uhr



Kesb-Fall kostet Schwyzer Gemeinde Schübelbach 600'000 Franken jährlich

Das ist die teuerste Familie der Schweiz

Eine Schwyzer Gemeinde hadert mit einem teuren Kesb-Fall. Es geht um eine alleinerziehende Mutter. Ihre Kinder wurden fremdplatziert. Das kostet Schübelbach 600'000 Franken im Jahr. Gerichtsakten zeigen, welches Drama hinter diesen horrenden Sozialkosten steckt.

Publiziert: 23.02.2022 um 09:07 Uhr | Aktualisiert: 23.02.2022 um 10:14 Uhr

Wie die Kesb einer Mutter drei Kinder wegnimmt

Weil eine Zürcherin ihre Kinder zu Hause schulte und alternativ lebt, rückte die Polizei aus.

Catherine Boss
Aktualisiert: 20.07.2019, 23:10



Sebastian F. erleichterte als Berufsbeistand Seniorin um 366'000 Franken - Experte Ignaz Heim sorgt sich um den Ruf

«Das Image von Berufsbeiständen und Kesb nimmt Schaden»

Ignaz Heim, Präsident des Schweizerischen Verbands der Berufsbeistandspersonen, spricht im Zusammenhang mit dem Fall von Abzocker Sebastian F. über die schwierige Aufgabe der Finanzverwaltung von Berufsbeiständen.

Publiziert: 23.02.2022 um 09:07 Uhr | Aktualisiert: 23.02.2022 um 10:14 Uhr

SWITZERLAND GEGEN KESB

«Das Blut der Kinder klebt an den Händen der Kesb»

Nach dem Familiendrama in Flaach stehen die Behörden am Pranger - Kritiker machen gar das neue Schutzrecht für den Kindsmord verantwortlich.



medien
KOFFER

Ziel?

Umsetzung?

Mehr sensibilisieren



Vertrauen gewinnen
Image stärken

Kommunikation

- Medienmitteilung & Interviews
- Gesprächsrunde mit Medien
- Veranstaltung für Bevölkerung
- Jubiläumswebsite
- Social-Media-Kampagne
- Unternehmens-Influencer
- Podcasts



Patrick Fassbind • 2.
Dr. iur., Advokat, MPA, Bestellen-Autor
5 Monate •

Ein wichtiges Thema. Verhinderung von hochstrittigen Elternkonflikten zum Wohle der Kinder. Es braucht neue Konzepte und Ideen, um Kinder und Eltern besser zu schützen. Viele KESB und Gerichte denken kreativ weiter und vernetzen sich mit anderen Akteuren. Interdisziplinäre Zusammenarbeit ist dabei zentral. Im Beitrag Beispiele aus Bern und Basel.

Neues Verfahren soll Rosenkriege verhindern

Zum Mediator statt zum Richter. In der Pandemie ist die Zahl familiärer Trennungen stark gestiegen. Vor allem Kinder können darunter sehr zu leiden. In Bern.



12 Kommentare • 13 Shares



Beiträge

Patricia Künzle • 3.
Lic. iur. SA
2 Wochen •

Ich habe einen neuen Job und arbeite jetzt als Behördenmitglied bei Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde KESB.



1 Kommentar

Franziska Beer • 2.
„Struktur erzeugt Verhalten - ändert man die Strukturen, änd...“

Vielen Dank liebe KESB-Mitarbeitende aller 7 Luzerner-KESB für die Gelegenheit, unter dem Thema „Fremdplatzierung als Chance“ einen Nachmittag für und mit euch zu gestalten. Über 100 interessierte, engagierte Menschen sind geko... mehr

5 Kommentare

Podcast

winstapo2.0 • Folgen
Winterthur, Switzerland

winstapo2.0 Im neuesten Podcast der KESB geht es um häusliche Gewalt. Auch die Fachstelle der @stapowinterthur wirkt mit. Hört doch mal rein, es lohnt sich! Die 4. Folge findet ihr auf Apple Podcast und Spotify mit dem Suchwort „Schweigepflicht“ oder direkt unter folgendem Link: <https://kesb-wa.ch/wp-content/uploads/Schweigepflicht-Episode-4.mp3> #häuslichegewalt #kesb #stapowinterthur #stopp #winstaporahe!



„Schweigepflicht“
Der Podcast über die KESB Winterthur-Andelfingen

Die KESB Winterthur-Andelfingen öffnet Ihre Türen: Mitarbeitende der Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde erzählen von Fällen aus ihrem Alltag. Die Podcast-Serie klärt auf, wo die Möglichkeiten und Grenzen der Menschen liegen, die bei der KESB arbeiten.



Zielpublikum

medien
KOFFER

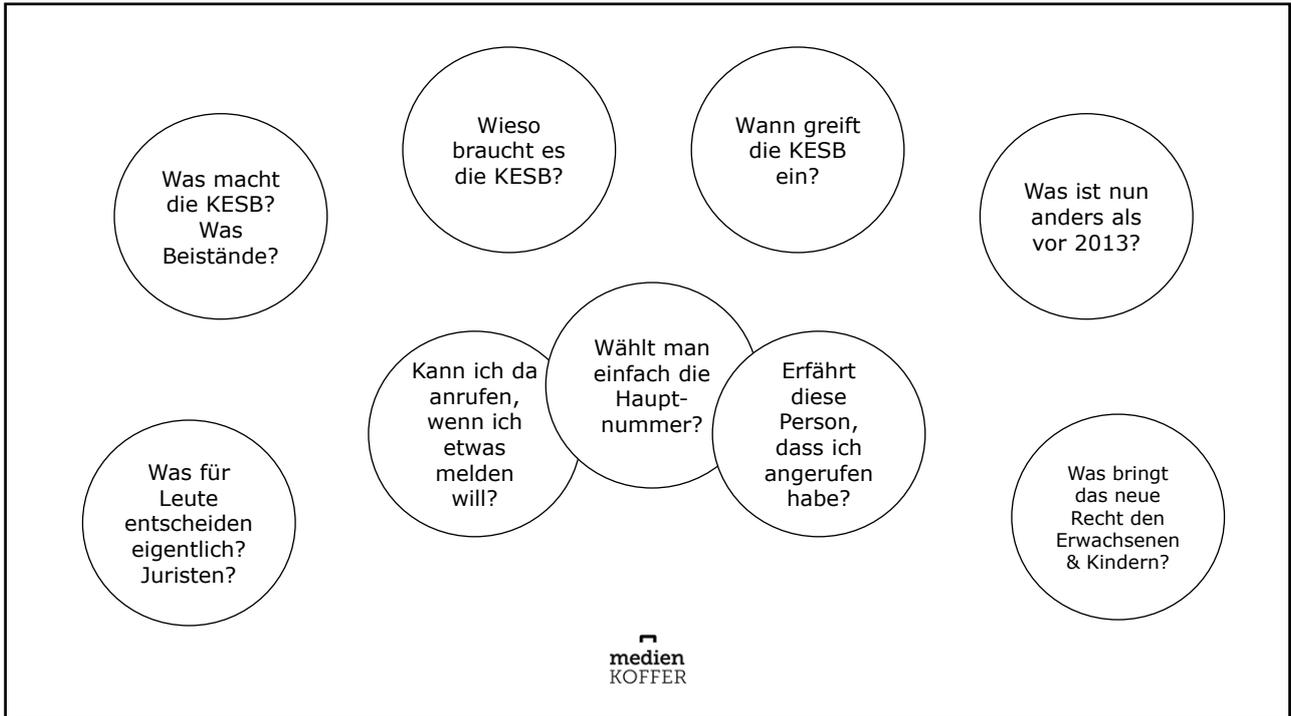
(Regionale) Bevölkerung

Menschen ohne Vorkenntnisse



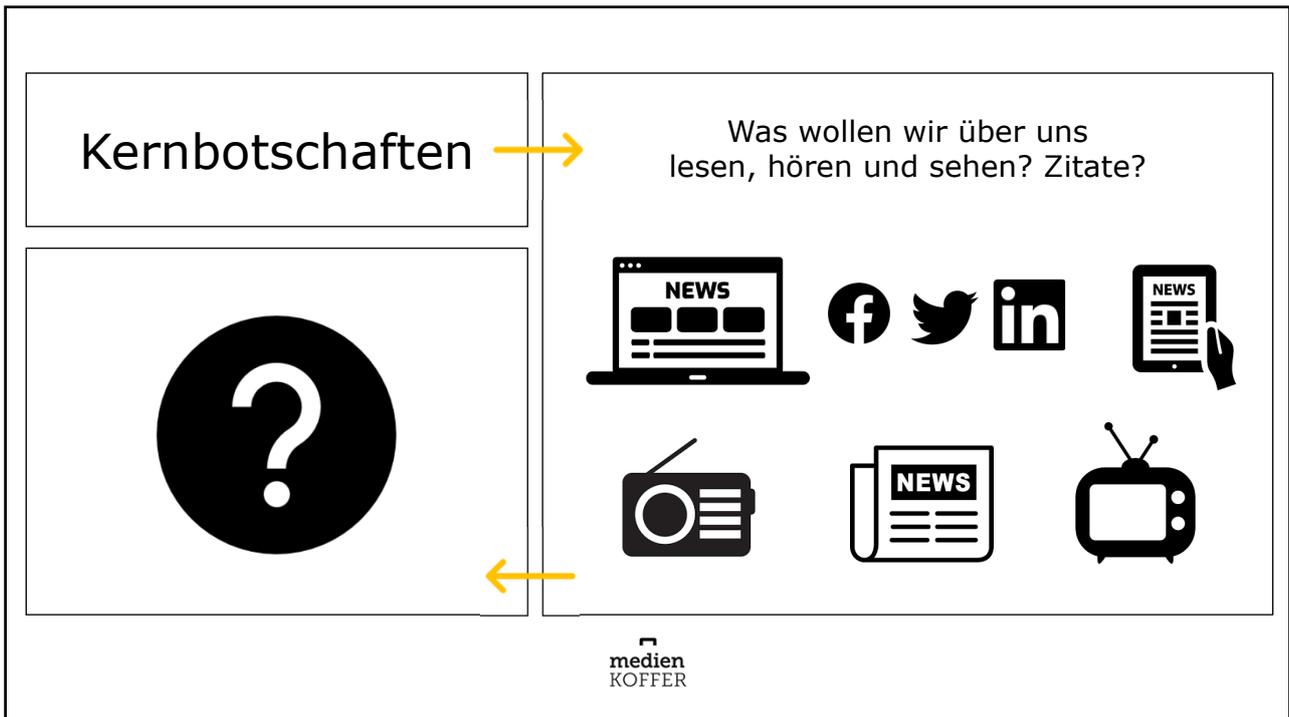
Wer von allen verstanden werden will, muss sich einfach und verständlich ausdrücken können.

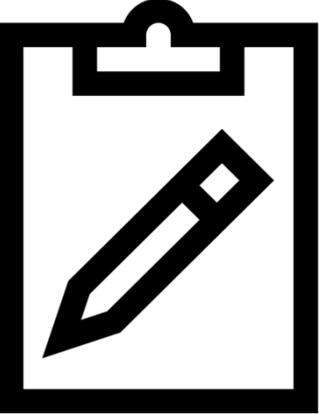
medien
KOFFER

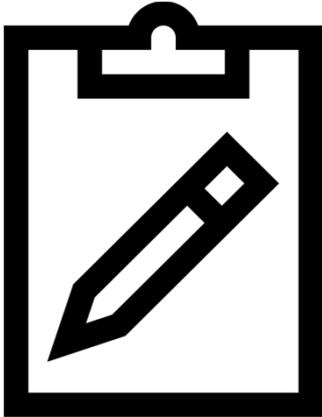


Kernbotschaften

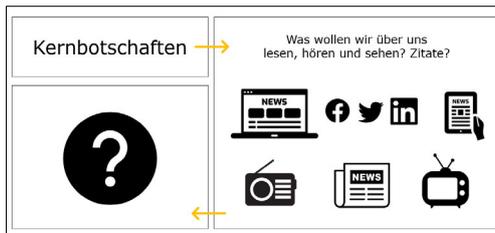
medien
KOFFER



	Ausgangslage
	Sie versenden eine Medienmitteilung «Bilanz 10 Jahre Kindes- und Erwachsenenschutzrecht»
	Zielpublikum
	Menschen ohne Vorkenntnisse über Ihren Beruf
	Ziel
Sensibilisieren -> Vertrauen schaffen / Image stärken	
Aufgabe	
Mit welchen Botschaften/Aussagen könnten Sie dieses Ziel erreichen?	



Beispiele



Wir ziehen eine **positive Bilanz** über die ersten zehn Jahre.

Die **Zusammenarbeit** zwischen KESB-Mitarbeitenden, Beiständ:innen und Institutionen hat sich **gut eingependelt**.

BEISPIELE aus dem Alltag (abgeändert)!
Es ist ein **schöner aber auch manchmal schwieriger Job**, der mir auch schon nahe gegangen ist. Ich erinnere mich an einen Fall: **BEISPIEL** (anderes Alter etc.)



Wir **hätten die Bevölkerung noch besser aufklären sollen**, was wir tun. Hier möchten wir uns verbessern – auch um Unsicherheiten entgegenzuwirken / Ängste abzubauen.

Eine der grössten Herausforderungen ist die Ressourcensituation. Beiständ:innen brauchen mehr Zeit pro Kind und Erwachsenem. Dies geht nur, wenn es genügend Beiständ:innen hat – und hierzu braucht es Geld.

Medienmitteilung

 medien
KOFFER



 medien
KOFFER



Aufbau

Seite(n)	1 (maximal zwei) PDF
Titel	1 Zeile Einfach und verständlich Zitat auch möglich
Lead	3-5 Sätze Grobzusammenfassung
Zwischentitel	Vereinfachen das Lesen Zeigen, was besonders wichtig ist
Kontakt	Mit Tel.nr. und E-Mail Zeitfenster empfehlenswert Kontaktperson muss informiert & erreichbar (!) sein Kontaktperson kennt Inhalt der Medienmitteilung
Schrift	Arial Grösse 10-12



Inhalt

- Einfach und verständlich
- **Kernbotschaft(en)**
- **Alltagsbeispiele**
- Keine Fachbegriffe / Fremdwörter (vulnerabel, partizipieren...)
- keine Abkürzungen (KESCHA, KESR etc.)
- Kurze Sätze (keine Schachtelsätze)
- Man muss spüren, dass der Mensch im Zentrum steht
- Zitate beleben den Text / darf auch persönlich sein (berührende Momente)
- Regionale Besonderheiten -> Vgl. mit nationalen Fakten

Die Medienmitteilungen jemandem zu lesen geben, der/die nichts mit der Materie zu tun hat.



Wortwahl

Mit den richtigen Worten Vertrauen schaffen

Kinder und Erwachsene	statt «Fälle»
Mitarbeitende der KESB oder Beiständ:innen	statt Behörde, KESB, Fachpersonen
Begleiten und unterstützen	statt einschreiten oder eingreifen
Von einem Heim aufgenommen	statt in einem Heim fremdplatziert / untergebracht / in ein Heim gebracht
Generell «Gefühle zeigen»	Es gibt Fälle, die gehen mir sehr nahe (BEISPIEL DAZU, abgeändert)

Möglichst alle Wörter weglassen, die nach Behördentum tönen. Das wirkt kalt und schafft Distanz.


medien
KOFFER

Passende Medien


medien
KOFFER



Lokale Medien Regionalausgaben nationaler Medien (SRF, 20min etc.)

Medienmitteilung an

Chefredaktor:in | Redaktions-Mail-Adresse | Persönliche Kontakte nutzen (falls vorhanden)
Alles im BCC

Kontakte finden sich meist auf der Website des Mediums, unter «Team».



Guten Zeitpunkt wählen

- Redaktionsschluss von lokalen Wochenzeitungen beachten.
- Im Vorfeld klären, ob am vorgesehenen Tag sonst schon Wichtiges los ist.
- Medienmitteilung vor 0900 Uhr versenden (Redaktionssitzungen).



Verständlicher Mail-Text

- Liebe Medienschaffende...
- Lead der Medienmitteilung als Text nehmen
- Verweis auf MM / Fotos / Grafiken.. im Anhang
- Kontaktangabe schon hier

Passender Mailbetreff

10 Jahre KESB Kanton Luzern



2-3 Fotos -> Grosse Chance, mehr Einblick zu geben (nahbar)

- KESB-Präsident:in im Gespräch mit Kind (gestellt, nicht erkennbar)
- Beistand/Beiständin unterwegs mit Kind, älterer Person
- Porträt KESB-Präsident:in



Betroffene Person, die Auskunft geben würde?

- Gute Erfahrung gemacht – wieder mitten im Leben
- Will sehr gerne Auskunft geben

Person gehört **nicht** in eine Medienmitteilung.
Müsste mit Journalist:in den/die man kennt (und vertraut), aufgeleitet werden.



Interview

medien
KOFFER

Interview-Anfrage nach Versand der Medienmitteilung

- Erreichbar sein!

Mündliche Auskunft

- Kernbotschaft(en) 2-3x platzieren
- Immer **Beispiele** (abgeändert) bringen
- Kurze Antworten: Ideal 20 bis 30 Sekunden
- Keine Fachbegriffe, Fremdwörter oder Abkürzungen
- Füße zur Kamera, Oberkörper zu Journalist:in
- Blick zu Journalist:in, nicht in die Kamera
- Passende Kleidung (nicht gestreift, kariert, stark gemustert -> Unifarbe)
- Telefoninterview: Festnetz oder WhatsApp-Sprachnachricht (Mp3)



Nicht zufrieden mit
Antwort? Wiederholen!

Schriftliche Auskunft

- Kernbotschaft(en)
- **Beispiele**
- Kurze und verständliche Sätze (keine Fachbegriffe, Fremdwörter oder Abkürzungen)

medien
KOFFER

Spontane Interview-Anfrage per Telefon



NIE SOFORT AUSKUNFT GEBEN.

- Name Journalist:in und Medium notieren
- Fragen, worum es genau geht – was das Ziel des Artikels/Beitrags ist.
- Fragen, ob man die ungefähren Fragen vorab haben könnte.
- Sagen, dass man intern gern abklärt und sich zurückmeldet. Fragen, bis wann spätestens (zwischen 30min und mehreren Tagen).
- Bin ich die richtige Auskunftsperson?

Jede Medienanfrage ist immer eine Chance, über die Arbeit von KESB und Beiständ:innen aufzuklären, das Vertrauen der Bevölkerung zu gewinnen und das Image zu stärken.



CORONA

Kesb-Präsident: «Die Pandemie hat Spuren hinterlassen»

[Limmattaler Zeitung](#)

Härterer Streit um Besuchsrechte, krumme Touren beim Homeschooling, vereinsamte Alte: Die Kesb Zürich zeigt in ihrer Jahresbilanz Folgen der Pandemie auf.

Matthias Scharer
15.06.2021, 16:55 Uhr

Merken Drucken Teilen



Michael Allgäuer, Präsident Kindes- und Erwachsenenschutzbehörde (Kesb) Stadt Zürich. Matthias Scharer

Doch nicht nur in Besuchsrechts-Streitfällen hinterliess Corona Spuren. So stellte Allgäuer fest:

«Die Pandemie hat auf verletzte Personen einen starken Einfluss.»

Das zeigten Fallbeispiele, auf die der Kesb-Präsident und Vizepräsidentin Suzanne Otz näher eingingen.

Der Lockdown warf Larissa* aus der Bahn

Da ist etwa der Fall der 14-jährigen Larissa*. Im Herbst 2020 meldete die Schule zunehmende Probleme mit dem Mädchen, deren Eltern getrennt leben. Larissa störte den Unterricht, ihre Leistungen sackten ab. Die zuständige Sozialarbeiterin suchte das Gespräch mit den Eltern. Nachdem diese das Problem offenbar nicht ernst nahmen, schlug sie externes Wohnen für Larissa vor.

Frau Meier* kam nicht mehr aus ihrer Wohnung

Das zweite Fallbeispiel betrifft Frau Meier*. Die Kesb wurde im Januar 2021 auf die allein lebende ältere Dame aufmerksam gemacht. Einer Nachbarin war aufgefallen, dass Frau Meier, die vor Corona täglich einkaufen und spazieren ging, tagelang ihre Wohnung nicht mehr verlassen hatte. Die Polizei wurde alarmiert, und die Sanität fand Frau Meier in ihrem Bett liegend: verwirrt und offenbar nicht mehr fähig, aufzustehen. Sie wurde in ein Spital eingewiesen. Offenbar hatte ein Alkoholzug mit zu ihrer Lage beigetragen.

Auch wenn die KESB oder Beiständ:innen zu konkreten Fällen keine Auskunft geben dürfen.

Es gibt IMMER die Möglichkeit an einem **Beispiel** zu erklären, weshalb in einer Situation wie entschieden wird.

Journalist:innen brauchen Beispiele. Die Bevölkerung braucht Beispiele.

«Wir können keine Auskunft geben», sollte es nicht mehr geben.





- Was macht die KESB? Was machen Beiständ:innen?
- Wieso braucht es die KESB?
- Was macht die KESB anders als vorher die Vormundschaftsbehörde?
- Wie viele Kinder wurden im Kanton... in den letzten 10 Jahren fremdplatziert?
- Wie viele Kinder wurden im Kanton... im letzten Jahr fremdplatziert?
- Was sind die häufigsten Gründe?
- Wieso kommt ein Kind nicht zur Grossmutter, Tante etc. statt in ein Heim oder zu einer Pflegefamilie?
- Ab welchem Alter können Kinder mitreden oder ihre Meinung sagen?


medien
KOFFER



- Was sind die häufigsten Gründe, weshalb Kinder mit der KESB zu tun haben?
- Wann muss ein Kind in ein Heim?
- Wie fühlt es sich an, wenn Sie ein Kind in ein Heim schicken müssen?
- Was sind die häufigsten Gründe, weshalb Erwachsene mit der KESB zu tun haben?
- Wie gut ist die Zusammenarbeit zwischen KESB, Beiständ:innen und Heimen etc.?
- Wo kann man sich melden, wenn man negative Erfahrung mit der KESB gemacht hat?
- Wo muss ich mich melden, wenn ich eine Meldung über jemanden machen möchte?
- Erfährt diese Person, dass ich eine Meldung gemacht habe? Wenn ja, wieso?
- Werden anonyme Meldungen auch beachtet?


medien
KOFFER



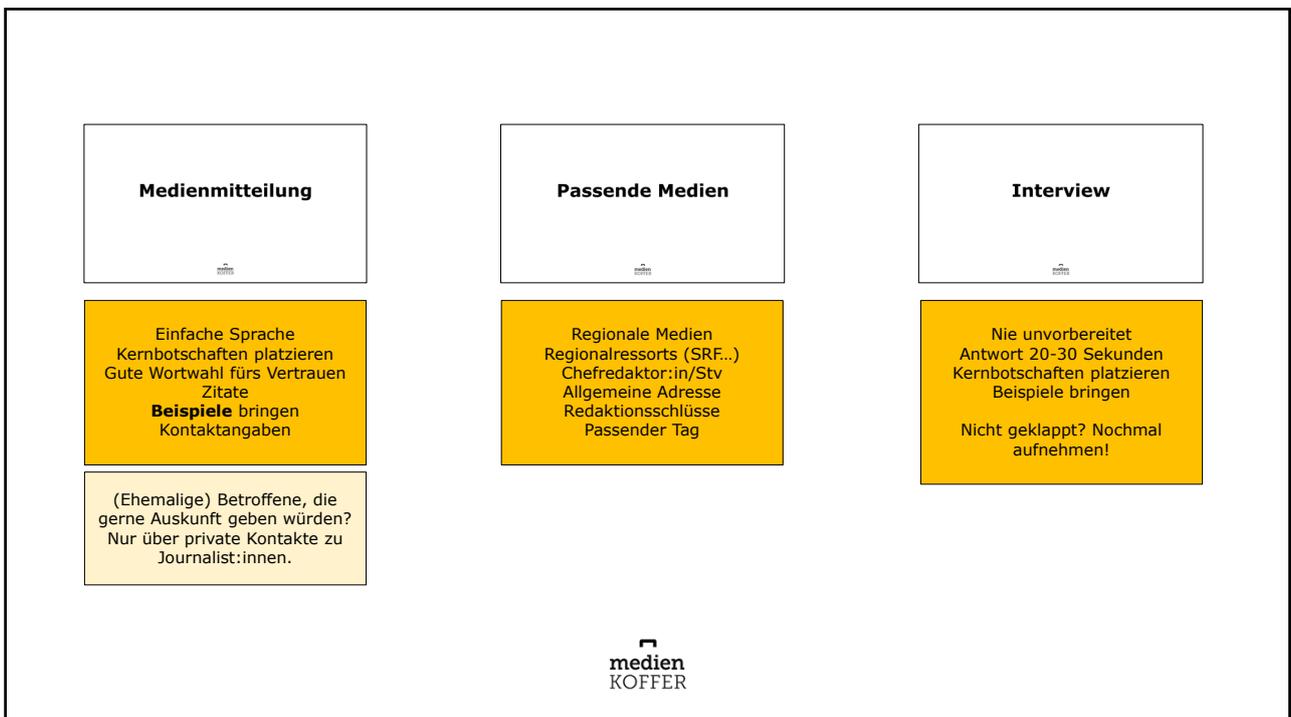
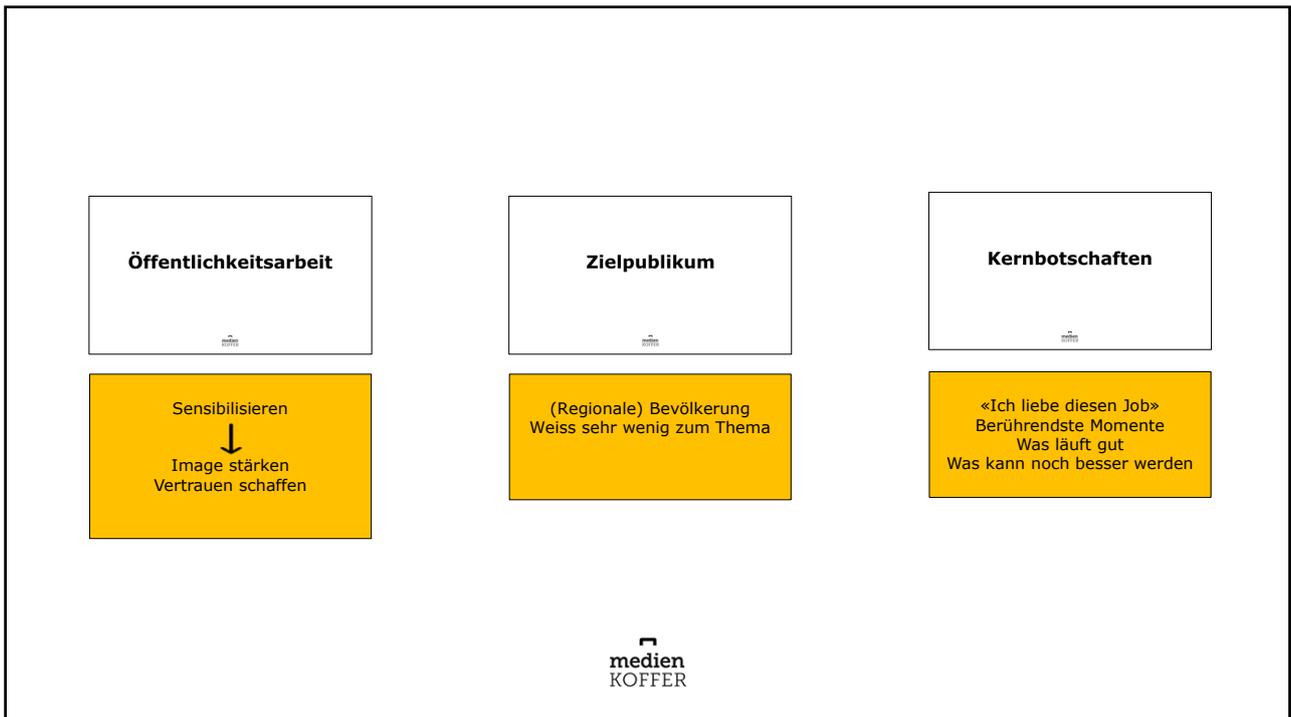
- Welches war der berührendste Moment, seit Sie hier arbeiten?
 - Welches war der schwierigste Moment, seit Sie hier arbeiten?
 - Was läuft seit 2013 sehr gut?
 - Was muss noch besser werden?
 - Was möchten Sie der Bevölkerung direkt sagen?
- etc.

Antworten üben. Kernbotschaften immer wieder platzieren.

The logo consists of a small square icon with a white shape inside, followed by the text "medien" on the top line and "KOFFER" on the bottom line.

Zusammenfassung

The logo consists of a small square icon with a white shape inside, followed by the text "medien" on the top line and "KOFFER" on the bottom line.



Wer schon Podcasts macht: Unbedingt nutzen fürs Jubiläumsjahr

Wer Podcasts zum Jubiläumsjahr einführen möchte: Empfehlenswert

Unternehmens-Influencer: Chance packen – Einblick hinter die Kulissen

Damit die **Kommunikation einheitlich** aussieht, können Sie das **Jubiläums-Logo** bei der KOKES (Mail an diana.wider@kokes.ch) bestellen.



Viel Erfolg!



Im Jubiläumsjahr - und darüber hinaus.

