



Medien-, Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
bei der Feuerwehr

Ihr Dozent:
Michael Klahre

repräsentative Öffentlichkeitsarbeit

- Auftreten in der Öffentlichkeit
- Tragen von Uniform(teilen)
- Sobald die Menschen wissen das man Mitglied ist
- Auftreten kann auch stattfinden über Bild, Texte, Sprachnachrichten, Status, Teilung, Kommentare
- Jeglicher Auftritt in der Öffentlichkeit und damit in den öffentlichen Medien
 - z.B. Internet, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Xing, Snapchat, TikTok, YouTube, Whatsapp, Clubhouse, Blogs, Channels, etc.

Social-Media - Fluch und Segen

- Schnell, einfach, ohne großen technischen Aufwand realisierbar
- Unterschiedliche Zielgruppen
- Nonverbale Kommunikation durch „likern“
- Unterstützung durch Belegschaft erwünscht
- Vermischung privat/dienstlich muss kritisch betrachtet werden (insbesondere Messenger-Dienste)
- Ein falsches Like reicht zur Eröffnung eines Disziplinarverfahrens aus

Social-Media – Wirkung innen vs. außen

- Alle sind Botschafter
- Private Nutzung wirkt bis in die Feuerwehr
- Bewusster Umgang
- Rechtsverständnis bewahren
- Verschwiegenheitspflicht (siehe [Info des SMI](#) vom 11. Juni 2021)
- Respektvolles Miteinander

- Denken! Prüfen! Posten!?

Social-Media – DONTS

- Informationen über laufende Einsätze (Teilen von offiziellen Beiträgen ist erwünscht)
- Veröffentlichung, auch auszugsweise, von Alarmdepeschen und deren Inhalt
- Anfertigung und Verbreitung von Aufzeichnungen (u.a. Bild, Ton, Video) an Einsatzstellen, Alarmfahrten (außer im dienstlichen Auftrag)
- Werbung mit erkennbarem Bezug zur Dienststelle

Social-Media – W-Fragen

- Wird durch mein Foto oder Video das Ansehen oder die Rechte der Dienststelle oder Anderer gefährdet oder verletzt?
- Was, wenn das auf einer Titelseite landet?
- Weiß ich das aus zuverlässigen Quellen oder nur vom Hörensagen?
- Würde ich das vor 100 Leuten zu meinen Vorgesetzten oder meiner Dienststellenleitung sagen?
- Wäre mir das Bild, der Like oder dieser Kommentar nach Jahren oder nach einem Karrieresprung unter Umständen peinlich?

Pressearbeit an der Einsatzstelle

- „Tu Gutes und sprich darüber“
- SächsPresseG §4
- Neutralitätspflicht gemäß Artikel 3 I GG
 - Anspruch der Medien auf Gleichbehandlung im publizistischen Wettbewerb
- Lokale Regelungen der Gemeinde/Organisation
- Pressesprecher Teil der Einsatzleitung FwDV 100
- Unterstützung EL, Entlastung IRLS
- Festlegungen in der AAO

Pressearbeit an der Einsatzstelle

- Lageerfassung
 - vorgefundener Lage
 - durchgeführte Maßnahmen
 - Anzahl Kräfte
 - Personenschäden
 - Besonderheiten/Warnungen
- Info und Absprachen mit Polizei sind elementar
- Information der Presse und Bevölkerung via Social-Media, Pressemitteilungen, O-Töne
- Übersetzung der Fachsprache

gesetzliche Grundlagen

- SächsPresseG §4
 - (1) Alle Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse und des Rundfunks, die sich als solche ausweisen, die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen, sofern nicht dieses Gesetz oder allgemeine Rechtsvorschriften dem entgegenstehen.

Pressearbeit an der Einsatzstelle

Umgang mit Journalisten

- Grundsatz: Alles was wir sagen muss wahr sein, wir müssen jedoch nicht alles sagen was wir wissen.
- Beachtet: Journalistinnen und Journalisten sind abseits der Pressestelle z. T. in die Behörde hinein vernetzt.
- Vertrauensvolles Verhältnis ist Grundlage für gute Zusammenarbeit.

Pressearbeit an der Einsatzstelle

Umgang mit Journalisten

- Was darf ich sagen?
 - selbst durchgeführte Maßnahmen
 - öffentlich sichtbar Tatsachen
- Was darf ich nicht sagen?
 - Vermutungen & Spekulationen
 - Persönliche Meinungen
 - Angaben zur Ursachen oder Schadenshöhen



Pressearbeit an der Einsatzstelle

Umgang mit Journalisten

- Rechte und Pflichten
- Medienvertretende dürfen grundsätzlich Tat- und Ereignisorte betreten
- Medienvertretende müssen sich mittels Presseausweis oder anderem geeigneten Nachweis der journalistischen Tätigkeit ausweisen
- Medienvertretende dürfen auch uns fotografieren und/oder filmen

Pressearbeit an der Einsatzstelle

Umgang mit Journalisten

Was geht nicht?

- Behinderung unserer Tätigkeiten
- Konkrete Selbstgefährdung
- Fremde Hausrechte



Pressearbeit an der Einsatzstelle

- O-Töne
 - transportieren Emotionen vom Ort des Geschehens
 - ermöglichen eine Live-Berichterstattung
 - Fragen sollten vorher besprochen werden
 - bei Aufzeichnungen kann wiederholt werden
 - nicht in die Kamera blicken
 - einfache Formulierungen, weniger ist mehr

Pressearbeit an der Einsatzstelle

- Pressemitteilung
 - fasst schriftlich das Einsatzgeschehen zusammen
 - Schreibweise sollte leicht verständlich sein (Zielgruppe beachten)
 - Inhalte sollten sein:
 - Ort und Zeit / Grund der Alarmierung
 - vorgefundene Lage
 - durchgeführte Maßnahmen
 - Besonderheiten
 - Anzahl der Kräfte und Mittel
 - möglichst keine Aussagen zu Schadenshöhe oder Ursache

Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit

Kontakt:
kommunikation@klahre.at
Telefon: 0174-2418377

Quellennachweis:

Wenn nicht anders beschrieben, sind alle Quellen und das
Copyright: Feuerwehr Dresden.

Fachempfehlung „[Presse- und Medienarbeit](#)“
des LFV Sachsen e. V.