

Richtlinien oder „Roter Faden“ für Öffentlichkeitsarbeit im Bezirk Land-Land

Vorwort

Wir als ÖA-Team des Bezirks Linz-Land werden häufig von Feuerwehrfunktionären gefragt, wo man etwas über die Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehren und entsprechende Richtlinien finden kann. Dazu sei gesagt, dass uns keine schriftlichen Unterlagen seitens des Oö. LFV zur Verfügung gestellt wurden. Es gab vor einigen Jahren einen zweitägigen Lehrgang an der Oö LFS an dem OBI d.F. Gerhard Haim und HBI d.F. Erwin Leimlehner teilnahmen und die Erfahrungen und Tipps, die vermittelt wurden, hier zusammengefasst sind. Diese Tipps sind nicht vollständig, sondern sollten lediglich dazu dienen, einen **roten Faden** zu bieten, an den man sich orientieren kann.

Öffentlichkeitsarbeit: Warum ist sie nötig?

Die Feuerwehr ist Bestandteil der Gesellschaft. Hieraus ergeben sich ihr Recht und sogar ihre Pflicht, über sich, ihre Aufgaben und ihre Arbeit zu berichten. Denn wenn keine Selbstdarstellung durch die Feuerwehr betrieben wird, besteht die Gefahr, dass eine Fremdvorstellung in der Öffentlichkeit entsteht, die dann häufig nicht der Wirklichkeit entspricht. Wenn keine eindeutige Information erfolgt, entstehen Gerüchte und Spekulationen.

Wer nicht redet, über den redet man!

Daraus können gerade in der heutigen Zeit überaus negative und zudem falsche Einschätzungen entstehen.

Die Feuerwehren als Einrichtung der Kommunen zur örtlichen Gefahrenabwehr stehen immer wieder im Blickpunkt des öffentlichen Interesses. Eine aktive Öffentlichkeitsarbeit für diese Menschen sollte heute selbstverständlich sein.

Leitfaden für Freiwillige Feuerwehren

Mit einer Stimme sprechen...

Was nützen die schönsten Pressemeldungen, wenn die Feuerwehrleute zu Hause, im Fußballverein, am Stammtisch, etwas anderes oder gar das Gegenteil von dem verkünden, was das Feuerwehrkommando nach außen hin verlauten lässt.

Auch Einsätze mit mehreren Feuerwehren, FF-A-Dorf, FF-B-Berg, FF-C-Bach und FF-D-Hausen arbeiten einen gemeinsamen Einsatz ab. Es macht keinen Sinn, wenn FF-A-Dorf eine Presseaussendung oder social-Media Berichterstattung durchführt und die FF-B-Berg eine andere. Federführend sollte die örtlich zuständige, oder erstalarmierte Feuerwehr sein, oder jene die den Einsatzleiter stellt. Die Berichterstattung über das Ereignis sollte von allen gemeinsam durchgeführt werden mit einem einheitlichen Text. Verschiedene Texte verursachen verschiedene Auslegungen und bewirken, dass unangenehme Fragen gestellt werden.

Tue Gutes – und rede darüber!

Die Bevölkerung soll erfahren, was die Feuerwehren freiwillig und ehrenamtlich leisten.

Was ist Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit oder in Neudeutsch „Public Relations (PR)“ ist das bewusste, geplante und dauernde Bemühen, gegenseitiges Verständnis und Vertrauen in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen. Dies kann nur über eine gezielte Information der Bevölkerung geschehen.

Eigentlich alles bei der Feuerwehr ist Öffentlichkeitsarbeit. Jede Tätigkeit der Feuerwehr, der Funktionäre und der einzelnen Mitglieder, die von der Bevölkerung und der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

Öffentlichkeitsarbeit beginnt deshalb schon bei den eigenen Feuerwehrleuten. Sie sind die Meinungsmultiplikatoren, die das Fundament bilden, auf dem dann das Gebäude des guten Rufes weiter gebaut werden kann! Dazu zählen: Medienberichte, Berichte auf Social-Media-Kanälen (Facebook, Instagram, TikTok, ...), Berichte in Schaukästen, der Marsch der geschlossenen Einheit bei der Florianifeier oder einem Begräbnis, das allgemeine Auftreten in Uniform oder mit Trainingsanzügen mit Feuerwehraufschrift, das Feuerwehrfest, der Feuerwehrball, aber auch die Abarbeitung von Einsätzen oder Übungen mit Öffentlichkeitscharakter. Selbst das Heulen der Sirene um drei Uhr nachts ist ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit und die Art der Zufahrt zum Feuerwehrhaus oder die Einsatzfahrt mit Blaulicht und Folgetonhorn.

Fotos, Videos, Drohnenaufnahmen, ...

Bei Fotos und Videos, aber auch Drohnenaufnahmen ist darauf zu achten, was aufgenommen wird und was davon veröffentlicht wird.

Es empfiehlt sich, bereits bei der Anfahrt Fotos oder Videos zu erstellen, um zu dokumentieren, wie sich die Zufahrt dargestellt hat. Rettungsgasse blockiert oder freie Zufahrt? Von weitem erkennbare Rauchsäule oder Feuerschein? Welche Farbe hat der Rauch, gibt es mehrere Brandausbruchstellen, Windrichtung, Schaulustige die die Zufahrt oder Anfahrt behindern? Wo befindet sich die Brandausbruchstelle? Diese Bilder/Videos sind mitunter auch Beweismittel in einem späteren Gerichtsverfahren. Daher **fotografieren/filmen: ja, veröffentlichen: nein!** Innenaufnahmen betreffen immer das Privatleben der Betroffenen oder möglicherweise firmeninterne „Geheimnisse“, sodass mitunter durch das Veröffentlichen Betriebsgeheimnisse an die Mitbewerber gelangen. Das kann schwerwiegende zivilrechtliche Folgen haben. Als grobe Faustregel kann gelten: *was jeder Bürger auf öffentlichem Grund fotografieren könnte, kann und darf auch von der Feuerwehr fotografiert werden.* Durch Berichterstattung und Bekanntgabe von Firmennamen, Firmenlogos kann das mitunter auch kreditschädigend sein, oder den Mitbewerbern in die Hände spielen, die daraus einen Vorteil ziehen könnten.

WhatsApp, Telegram,

Das Teilen von Einsatzfotos in den verschiedenen Kanälen wird nicht empfohlen, wenn nicht eindeutig geklärt ist, dass die Aufnahmen unbedenklich sind. Ein "nur einmal" weitergeleitetes Bild ist nicht mehr unter Kontrolle des Fotografen und kann somit ungewollte Wege gehen.

Social-Media Auftritte (Facebook, Instagram, TicToc,)

Es sollte darauf geachtet werden, was von den Mitgliedern gepostet wird oder wer die Veröffentlichung durchführt. Man findet immer wieder zahlreiche Personen in den sozialen Netzwerken, die ihr Profilbild in Uniform zeigen. Das ist auch in Ordnung, wenn dann nicht bei den Postings und Kommentaren beispielsweise politische, religiöse Kommentare oder sexistische oder anders verwerfliche Beiträge veröffentlicht werden. Wir als Feuerwehr sind nicht politisch organisiert. Dass jeder Einzelne eine politische Meinung haben sollte, liegt in der Natur der Sache, jedoch kann er seine politische Meinung bei den jeweiligen Wahlen bekunden und nicht in Postings als Uniformträger. Ebenso passt es nicht in das Bild der Feuerwehr, wenn ein Feuerwehrmitglied beispielsweise Videos mit Blick auf den Motorradtacho veröffentlicht, der eine unzulässig hohe Geschwindigkeit zeigt oder wenn jemand nur auf dem Hinterrad auf einer Straße fährt.

Das Auftreten – Wahrnehmung der Öffentlichkeit

Bei feierlichen Anlässen, (Vollversammlung, Mitgliederversammlung, Leistungsbewerbe, ...) wird erfahrungsgemäß nicht nur Alkoholfreies getrunken. Wenn Fotos gemacht werden, sollte dennoch darauf geachtet werden, dass Bilder mit alkoholischen Getränken nicht veröffentlicht werden. Insbesondere Bilder, wenn der Doppelliter auf dem Tisch stehend "angeschrien" wird. Wir brauchen nicht zu heucheln und uns als Alkoholgegner ausgeben, jedoch sollten wir dies keinesfalls "bewerben".

Dass beim Feuerwehrball auch gefeiert werden darf, das versteht nahezu jeder und das darf man auch zeigen. Feiern kann jedoch auch "gesittet" dargestellt werden und muss nicht mit Bildern von Alkoholexzessen enden.

Zum Auftreten in der Öffentlichkeit gehört auch, dass wir in der Dienstkleidung oder Uniform mit schwarzen Schuhen und schwarzen Socken auftreten, die Taschen geschlossen sind und die Knöpfe sichtbar. Helle, graue, weiße, bunte Schuhe oder Socken nicht zur Uniform!

Mit zunehmendem Alter werden die Auszeichnungen und Orden häufiger. Auch hier ist auf die ordnungsgemäße Trageweise zu achten. Die kleine Ordensspange sollte nicht mit großen Orden kombiniert werden, oder die großen Orden "kreuz-und-quer" angesteckt.

Im Einsatzfall ist es immer wieder zu beobachten, dass einzelne Feuerwehrmitglieder sich über die Straßenverkehrsordnung hinwegsetzen und in das Feuerwehrhaus rasen, als hätten sie ein Blaulicht und Folgetonhorn in ihrem Privatfahrzeug. Auch dieses Verhalten wird von der Bevölkerung wahrgenommen und ist ein Teil der (negativen) Öffentlichkeitsarbeit, die es gilt zu vermeiden.

Bei Medienberichten sollten auch entsprechende fachliche Ausdrücke verwendet werden. Nicht mit einem Seil, sondern mit einem Arbeits- oder Rettungsleinen wurde diese oder jene Tätigkeit durchgeführt. Wenn es ein Abschleppseil war, dann heißt das ebenso. Wir tragen auch keine Sauerstoffflaschen am Rücken, sondern Pressluftflaschen.

Pressebetreuung an der Einsatzstelle

Öffentlichkeitsarbeit / Pressearbeit wird deshalb langfristig nur dann Erfolg haben, wenn Journalisten von den Feuerwehren Auskünfte und Informationen erhalten können. Darum gilt: Keine Angst vor Journalisten, wir brauchen sie, aber sie brauchen auch uns. Journalisten können ihre Aufgabe nur erfüllen, wenn sie regelmäßig Informationen bekommen.

Wo dürfen Medienvertreter im Schadens- bzw. Katastrophenfall hin?

Zugang zur Einsatzstelle

Als Feuerwehr sollten wir die Absicherung der Einsatzstelle (GAMS-Regel) veranlassen, damit sich unbeteiligte Personen nicht in Gefahr begeben. Wir als Feuerwehr dürfen niemandem (auch keinen Pressevertretern) gestatten, das Privat- oder Firmengelände zu betreten. Das ist Angelegenheit der Besitzer/Eigentümer oder Verwalter. Einschränkungen gelten vor allem, wenn durch die Polizei ein Tatort festgelegt wird oder Spuren an einer Einsatzstelle zerstört werden.

Zugangskontrolle

Die Berechtigung zum Betreten der Einsatzstelle sollte bei Bedarf über den Presseausweis kontrolliert werden. Aus der Erfahrung heraus kennt man bei „Standard-Einsätzen“ in der Regel die an der Einsatzstelle anwesenden Medienvertreter.

Wir im Bezirk Linz-Land haben bei der EFU eine Pressestelle. Diese ist durch ein Schild „PRESSESTELLE“ gekennzeichnet. Dort betreuen Mitglieder des ÖA-Teams die Medienvertreter. Somit sind wir wieder: **Mit einer Stimme sprechen...**

Dieser „rote Faden“ ist eine ständig erweiterbare Empfehlung. Sie ist nicht rechtlich bindend.