

Öffentlichkeitsarbeit und Dokumentation

BFKDO Hollabrunn und AFKDO Retz



Inhalte

- Vorstellung BSB ÖD, ASB ÖD
- Was ist Öffentlichkeitsarbeit überhaupt ?
- Warum ÖA ?
- Möglichkeiten der ÖA
- Nutzen der ÖA
- Presseaussendungen
- Social Media
- Fotos
- Rechtliches
- Pressedienst BFKDO
- Aktuelles aus dem NÖLFV



Bezirkssachbearbeiter ÖD

OBI Wolfgang Thürr

Erreichbarkeit:

0699 / 11 30 25 05

wolfgang@thuerr.at

oder über die LWZ

seit 2008 BSB ÖD

seit 2011 Kommandant FF Immendorf



Abschnittssachbearbeiter ÖD

- **Hollabrunn: BI Markus Zahlbrecht**, FF Wullersdorf
markuszahlbrecht@gmx.at , 0676/625 35 62
- **Ravelsbach: V Martin Voith**, FF Gaindorf
martinvoith@gmx.at, 0664 / 991 31 55
- **Retz: OFM Florian Walchhütter**, FF Retz
florian.walchhuetter@gmail.com, 0664 /131 18 80
- **Haugsdorf:** im Moment nicht besetzt



Weitere Ansprechpartner

Bei aktuellen Ereignissen

LFVNÖ Pressesprecher ABI, Franz Resperger

0664 / 534 23 35 (Tag und Nacht!)

f.resperger@gmx.at

Brandaus

BM, Alexander Nittner

0676 / 861 13 206

alexander.nittner@gmx.at

bzw über BSB Wolfgang Thürr



Warum Öffentlichkeitsarbeit?

- Hauptsächlich Werbung für uns
- „Marketing“ „Public Relations“ „Image“
- Öffentlichkeit über Tätigkeiten informieren
- Das Ganze ist nichts Neues, aber wir haben deutlich mehr Möglichkeiten
- höhere Notwendigkeit als früher (auch die Gegner haben mehr Möglichkeiten)



Nutzen ÖA

Nutzen der Werbung:

- Mittelbeschaffung (Gemeinde)
- „globale“ Entscheidungen beeinflussen (Land)
- Mitgliederwerbung
- Interne ÖA = Motivation
- Spendenbereitschaft
- Veranstaltungsteilnahme
- und VIELES mehr



Bereiche der ÖA

- Informative ÖA
 - Klassische Informationsweitergabe
- Repräsentative ÖA
 - Auftreten in der Öffentlichkeit
 - Bekleidung
 - nicht negativ auffallen
- Pädagogische ÖA
 - Brandschutzerziehung
 - Fachinformationen an breite Masse
(Christbaumbrand, Verbrennen im Freien...)



Möglichkeiten ÖA

- Öffentlichkeit informieren über die Presse, Webseiten, Aushang, Social Media,...
- Nicht nur Einsätze !!!
- Auch Veranstaltungen, Übungen, Ausbildungen
- Feuerwehrjugend
- Nachwuchsarbeiten
- öffentliche Einsatzübungen
- Fotos! Kamera kaufen (Tipp: Batterien statt Akku)
- KDT/EL/Alle sollte an ÖA denken, nicht nur SBÖD



Tipps zur Textgestaltung

- Positives hervorheben
 - konnte geschützt werden
- Aktiv statt passiv
 - wurde durch die Feuerwehr geschützt
- Zitate / Aussagen
- Kurze Sätze
- Keine Abk.
- Keine Dienstgrade (Funktionsbez. OK)
- Keine Fachbegriffe (TS, Strahlrohr, Druckbelüft.)



Tipps zur Textgestaltung

- Was ist für den LESER interessant!!!
- Wer ist der LESER?
 - breite Öffentlichkeit
 - Oder Fachwelt
 - evt. zwei Aussendungen
- Das Zwischenmenschliche ist für die Medien meistens am interessantesten (also eigentlich das nicht über die Feuerwehr handelt)



Presseaussendung

- wichtiges Instrument der ÖA
- eMail an die Medienvertreter / Presse
- ZEITNAH – Kommunikationszeitalter!
- **Absegnen lassen von EL, KDT !!!**

WICHTIG

Auch in unangenehmen Situationen eine Presseaussendung machen, dadurch wird der „Erfindungs-Journalismus“ unterbunden.

Man muss nicht alles sagen, was wahr ist.

Aber alles was man sagt muss WAHR sein!



Wie versende ich die Presseausendung?

- Per Mail an sich selbst !
- Per BCC an Presse !
- Text direkt ins Mail (!), ohne Formatierungen, ohne Blocksatz, Schriftarten...
- Betreff bzw. Überschrift als „Schlagzeile“
- „Mit der Bitte um Veröffentlichung“
- „Fotos und Text zur honorarfreien Verwendung im Zuge der Berichterstattung“
- Erreichbarkeit für Rückfragen
- Autor und Fotograf angeben (Urheberrecht), hier geht auch „FF A-Dorf“



Was sollte eine Presseaussendung enthalten?

Die sechs WICHTIGEN „W“

Was ist geschehen?

Wann?

Wo?

Wer (Achtung bei Einsatz)?

Wie (Achtung bei Einsatz)?

Warum (Achtung bei Einsatz)?

**AM BESTEN IMMER VOR DEM ABSENDEN NOCH
PRÜFEN**



Presseverteiler

- Kontakte zu den Medienvertretern
- Vertraulich behandeln !
- Wird laufend aktualisiert
- Eigene ergänzen (direkter Ansprechpartner Presse, Dorfzeitung etc)
- Versteckt Online



Social Media - Facebook und Co.

- **Wer ist das Sprachrohr?!**
- Gleiche Spielregel wie bei Presseaussendungen (Kommandant, etc)
- Achtung wegen negativen Bildern etc. die gepostet werden können von eigenen Mitgliedern und von „Freunden“
- **Sollte intensiv betreut werden**
- „Hurra es brennt“



Fotos – Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte, aber...

- als JPG Datei
- Dateiname am besten als Beschreibung
zB Brand Unternalb 21.01.2009 - Heizhaus.jpg
- Etwa 1 MB Größe als Minimum
- Also **mind. 1600x1200 Auflösung**
- Komprimierung nur leicht
- Vor und Nachnamen der Personen (evt. akad. Grad bzw. Funktionsbezeichnung aber ohne Dienstgrad) bei Veranstaltungsfotos etc.



Foto - Gestaltung

- Feuerwehr sollte drauf sein – **Richtige Adjustierung!**
- Feuerwehr sollte beim Arbeiten zu sehen sein
- Perspektive / Farbgestaltung / Licht
- Gruppenfotos
 - nicht zu viele Personen
 - am besten vorab sich Gedanken machen wie/wo
- Eher Detailansicht, nicht den Überblick



Foto – Niemals !

Verletzte / Leichen / usw

Pietät bzw. Mitgefühl Zeigen bei
Einsätzen

„was wäre wenn das mein
Haus/Partner wäre“



Keine Fotos

- Mit Handys (fast immer zu schlecht)
- Keine Wohnräume
- Keine unbeteiligten Personen
- ACHTUNG auf genaue Schutzausrüstung (inkl. Details Handsuche, Stiefel, Brandschutzhaube ...)
- ACHTUNG auf taktisches Fehlverhalten (Deckungsbreiten, zu viele/wenige Feuerwehrmitglieder auf bestimmten Positionen, Rauchen...)
- OHNE AUSNAHMEN keine Alkohol am Bild
- ABSOLUT OHNE AUSNAHMEN keine Alkohol am Bild
- Keine Firmennamen, Keine Kennzeichen



Rechtliches - Datenschutz

SEHR KOMPLEX, VIELE GESETZE, VIELE AUSLEGUNGEN

- Keine Einsatzdaten weitergeben
(Namen, genaue Anschriften)
- Keine Vermutungen anstellen
(Versicherung, Bloßstellung)

INFO vom LFV:

aktuell Klagsdrohungen wegen Angaben zur Unfallursache
(alkoholisiert, zu schnell, Führerschein entzogen)



Urheberrecht

- Wichtig ist vor allem Keine Bilder/Texte „ausborgen“ (Internet)
- Hier kann es sehr schnell zu „Ersatzhonoraren“ kommen
- Fotograf ist immer Urheber (**ohne Ausnahme**, auch mit Feuerwehrauftrag und Feuerwehrfotoausrüstung)
- Unterschrift: Ich stelle alle meine Fotos zu vollen Rechten der FF zur Verfügung.
- Wichtig sind diese Punkte vor allem für die eigene Homepage bzw. Facebook



Recht am eigenen Bild

- Am besten darauf Achten das nur Feuerwehrmitglieder erkennbar sind
- Andere Personen sollten nicht „erkennbar“ sein (Stichwort: mit Freundin)
- Nicht Erkennbar bedeutet auch nicht erkennbar durch Frau/Mutter/...
- Nicht Erkennbar: auch durch Text Statur, Frisur, Auto, Ort, Text, ...
- Person des öffentlichen Lebens haben „weniger Rechte“
- Das Posieren für ein Foto gilt als Stillschweigende Zustimmung

Recht am eigenen Bild

Bildnisschutz § 78 Urheberrechtsgesetz

Bildnisse von Personen dürfen weder öffentlich ausgestellt noch auf eine andere Art, wodurch sie der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, verbreitet werden, wenn dadurch berechnigte Interessen des Abgebildeten oder, falls er gestorben ist, ohne die Veröffentlichung gestattet oder angeordnet zu haben, eines nahen Angehörigen verletzt würden



Besonders heikel

- Kein persönlicher Lebensraum (Wohnung / Haus)
- Fotos für Werbezwecke ohne Einstimmung
- Straftäter (Brandstifter, Alkolenker!), Tote
- Bloßstellung (auch durch Zusammenhang/Text)
- Nochmal der Hinweis: Keine Fotos ausborgen!
- Nochmal der Hinweis: bei Facebook zweimal überlegen, auch bei Gruppenfotos (stillschweigende Zustimmung) wird man manche Mitbürger durch die Facebook Präsenz verstimmen



„ungünstige“ ÖA

**Abschleppen, Wespen entfernen, Baumschneiden, ...
für die Feuerwehr
Meist NUR bei GEFAHR in VERZUG
Deshalb nicht unbedingt noch diese Dinge
veröffentlichen**



Rechtliche Beispiele

Von einer Homepage:

Am xx.xx.xxxx wurde ein Auto nach einem Unfall auf der A-xy von „A-Dorf“ nach „B-Dorf“ abgeschleppt. ...

Aus dem Modul ÖA10:

- Eine Feuerwehr bietet „Wespen Entfernung“ an kündigt dies mit einem „ausgeborgten“ Foto auf der eigenen Webseite an. → folgen für das „**ausgeborgte**“ Foto musste ein **Honorar vom 3.000 Euro an den Urheber bezahlt** werden.
- Ein Aktives **Mitglied verlässt die FF im Streit-** Er **verlangt** nun für die von Ihm erzeugten **Berichte und Fotos Kostenersatz**
→ Ist er im Recht?



BFKDO Homepage

www.feuerwehren-hl.at

- web@feuerwehren-hl.at
- Wir veröffentlichen gerne:
 - Einsätze ab Alarmstufe 2 oder bei besonderem Interesse
 - UA Übungen, interessante Übungen
 - Feuerwehrjugend
 - Feierlichkeiten ab UAKDT
 - Mediales Interesse



BFKDO Pressedienst

- Macht Fotos
- Sammelt Fotos
- Sammelt Informationen
- Stimmt sich mit EL ab
- macht Presseaussendung
- gut bewährt
- Ablauf/Verhalten
- Warnwesten
- Ab Alarmstufe 3 automat.
- Oder über LWZ anfordern



Aktuelles aus dem NÖLFV

ÖA10 bleibt ein Problemkind

Modul ÖA20 als Pilotprojekt noch 2014

demnächst Werbematerial
vom NÖLFV für die Feuerwehren

office@brandaus.at hätte gerne mehr Artikel

<https://www.facebook.com/noe122.at>



Abschluss

- Anregungen / Wünsche / Beschwerden
- ÖA macht man IMMER
- Darf weder lästige Pflicht noch notwendiges Übel sein
- ÖA Planen! Nicht dem Zufall, oder einzelnen überlassen
- ALLE nicht nur die anderen, auch die KLEINEN, vor allem die
- Fotos ! Alles andere lässt sich später organisieren
- Folien zum Download im internen Bereich



Abschluss

Tue Gutes und rede darüber!

**Öffentlichkeitsarbeit
(fast) so wichtig wie die erste Löschleitung.**

Durch die ÖA sind WIR zur vertrauenswürdigsten
Berufsgruppe gewählt worden.
Dafür sollten wir weiterhin alles tun.

