

Landesfeuerwehrverband
Niedersachsen



Leitfaden

zur Presse- & Öffentlichkeitsarbeit in
den niedersächsischen Feuerwehren

Inhalt

Seite	Thema
3	Wichtige Öffentlichkeitsarbeit
4	Formen der Öffentlichkeitsarbeit
5	Umgang mit Journalisten
6	Analyse örtlicher Gegebenheiten
7	Presse- und Medienarbeit in der Feuerwehr
9	Form der Presseinformation
11	Anforderungen an Pressesprecher*innen
11	Feuerwehresspresprecher*innen auf Kreisebene
12	Bestellung und Unterstellung
12	Arbeitsweise
12	Kennzeichnung von Pressesprecher*innen(-teams) und der Pressestelle
13	Einschränkungen bei der Öffentlichkeitsarbeit
13	Verhalten gegenüber der Presse
16	Presserechte & -pflichten
16	Gesetze für die Presse
17	Leserbriefe & Gegendarstellungen
17	Bildrechte
18	Urheberrecht & verwandte Schutzrechte
18	Pressekodex
19	Öffentlichkeitsarbeit Online
19	Checkliste
22	Soziale Netzwerke
22	Stichwort Zensur
24	Muster einer Dienstanweisung

Redaktionelle Mitarbeit:

Thomas Giehl (BPW LfV-Bez.-Ebene Weser-Ems), Manuel Goldenstein (Pressesprecher KfV Aurich), Klaus-Peter Grote (LfV-Vizepräsident), Dominic Kassner (FB „Social Media“ des LfV-NDS), Andreas Meißner (BPW LfV-Bez.-Ebene Braunschweig), Harald Nülle (BPW LfV-Bez.-Ebene Hannover), Hauke Kahrs (BPW LfV-Bez.-Ebene Lüneburg), Sabine Schröder (Landesfrauensprecherin), Maik Buchheister (LfV-Referent).

Literaturverzeichnis

Allgemeine Presse- und Medienarbeit – Leitfaden für die Freiwilligen Feuerwehren (Landesfeuerwehrverband Bayern)

Wichtige Öffentlichkeitsarbeit



- Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiges und unverzichtbares Instrument in den Feuerwehren. Ausschließlich über die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat die Feuerwehr die Möglichkeit die Bevölkerung mit richtigen Informationen zu versorgen.
- Mit einer professionellen Pressearbeit werden einerseits die Auskunftspflichten des Preserechts erfüllt und andererseits wird Gerüchten und Falschdarstellungen insbesondere zum Einsatzgeschehen entgegengewirkt.
- Weiterhin ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auch eine Anerkennung für die Mitglieder der Feuerwehren und dient der Identifikation mit ihrer Arbeit in der Feuerwehr und der Einrichtung Feuerwehr als solches.
- Die richtige Darstellung der Arbeit der Feuerwehren führt zusätzlich dazu, dass sich mehr Menschen für ihre Arbeit interessieren. Damit unterstützt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die Bemühungen der Feuerwehren und ihrer Träger neue Mitglieder zu gewinnen und ihren Bestand zu sichern. Davon profitieren sowohl die Einsatzabteilungen der Freiwilligen Feuerwehren wie auch die Werk- und die Berufsfeuerwehren. Genauso aber auch die Nachwuchsabteilungen mit den Kinder- und den Jugendfeuerwehren sowie die musiktreibenden Züge der Feuerwehren.

Dieser Leitfaden soll zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den Feuerwehren anregen und motivieren und ist sowohl an die Feuerwehren wie auch an ihre Träger gerichtet. Dies gilt für die Freiwilligen wie für die Berufsfeuerwehren, bei denen die jeweiligen Städte bzw. Gemeinden die Träger sind. Bei den Werkfeuerwehren ist das jeweilige Unternehmen für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich.

- Es gilt, für die Feuerwehren eine aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und dazu in Abstimmung mit dem Träger der Feuerwehr Pressesprecher*innen und Beauftragte/Referenten für die Öffentlichkeitsarbeit zu berufen. Diese sollen als Fach-Team „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ zusammenarbeiten. Um die Pressearbeit bei Einsätzen sicherzustellen, ist die Einrichtung eines Teams von Pressesprecher*innen unabdingbar und ein löschbezirksübergreifender Einsatz zu empfehlen, damit Einsatz- und PRessetätigkeit nicht in Konkurrenz zueinander stehen. Denn in erster Linie sind die Feuerwehren da, um zu helfen.
- Der Träger ist gefordert, klare Vereinbarungen für eine aktive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit durch eine mit der Feuerwehr abgestimmte Dienstanweisung zu treffen.
- Außerdem hat der Träger die erforderliche Ausstattung, insbesondere hinsichtlich zeitgemäßer digitaler und datenschutzkonformer Kommunikationsmittel, bereitzustellen.



Formen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit kann und wird in unterschiedlichen Formen betrieben. Jede Form hat ihre Vor- und Nachteile. Will man junge Bevölkerungsgruppen erreichen, so sind soziale Medien vielfach der richtige Weg. Will man hingegen ältere Bevölkerungsgruppen erreichen, kommt man wohl kaum um einen Pressebericht und den Einsatz von Flugblättern oder ähnliches herum.

Die kleinste Form der Öffentlichkeitsarbeit ist besser, als gar keine Öffentlichkeitsarbeit. Insbesondere kommen nachfolgenden Möglichkeiten in Frage:

Pressearbeit

- Einsatzbezogene Pressearbeit
 - Pressebetreuung an Einsatzstellen
 - Pressemitteilungen von Einsätzen
 - Presserunden und Pressekonferenzen
- Pressearbeit zu anderen Feuerwehrthemen
 - Pressemitteilungen
 - Pressegespräche
 - Pressekonferenzen
 - Interviews



*Tue Gutes und
sprich darüber«*

... aber in richtiger Form!

Öffentlichkeitsarbeit

- Erstellung von Printmedien
Zeitungen, Zeitschriften, Fachzeitschriften, Poster, Flugblätter, Informationsbroschüren/Flyer, Plakate ...
- Aktivitäten in Sozialen Medien
Homepages, Facebook, Instagram, Twitter & Co.
- Öffentliche Veranstaltungen
Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kann informativ, pädagogisch oder repräsentativ gestaltet werden. Eine gute Durchmischung sorgt für ein breites Feld der Interessierten und für stetige Aufmerksamkeit in Bezug auf die Feuerwehr. Je nach Zweck und Zielgruppe ist auf die verschiedenen Möglichkeiten zurückzugreifen.

Umgang mit Journalisten

Der Umgang mit Journalisten unterschiedlicher Medien ist für die Feuerwehr unumgänglich, wenn eine gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden soll. Journalisten sorgen dafür, dass die Mitteilungen der Feuerwehren in Zeitungen, Radiosendern, Fernsehkanälen und sozialen Medien verbreitet werden.

Wird der Kontakt mit Journalisten vermieden, so wird es entweder keine Pressemeldungen geben oder es werden mutmaßliche Informationen in den Artikeln der Journalisten auftauchen.

Eine regelmäßige aktive Information der Journalisten zeichnet sich rasch positiv aus. Wird nur auf Nachfragen reagiert, ist die Resonanz in unterschiedlichen Medien und der Erfolg der Pressearbeit deutlich geringer.

Wichtig ist die Gleichbehandlung aller Journalisten. Die Information eines Journalisten oder eines Medienhauses und Ignoranz weiterer Mitbewerber ist unzulässig und führt zu Unstimmigkeiten. Ist es allerdings so, dass ein Journalist von sich aus Fragen stellt, so kann man ihm diese selbstverständlich „exklusiv“ be-

antworten. Wichtig ist es, nach einem mit dem Träger der Feuerwehr abgestimmten Presseverteiler zu arbeiten, der nach Ereignissen mit lokaler, regionaler und überregionaler Bedeutung gestaffelt ist.

Wichtig ist zu wissen, dass die Journalisten entscheiden, wann und ob überhaupt ein Artikel erscheint. Das Nachhaken, wann denn endlich ein Bericht veröffentlicht wird, macht meist keinen Sinn. Dieses führt eher dazu, dass sich einzelne Journalisten gedrängt und in ihrer Unabhängigkeit eingeschränkt fühlen.

Transparenz sorgt für Interesse bei den Medien und lässt spekulative Berichterstattungen in den Hintergrund rücken.

Journalisten sollte man nie Informationen vorenthalten.

Kameras zuhalten und den Zugang zu Einsatzstellen verwehren, solange dieses kein Gefahrenbereich ist, ist verboten. Die Journalisten haben ein Recht auf ihre Arbeit und können sich dabei sogar auf unser Grundgesetz berufen.



Analyse örtlicher Gegebenheiten

Wichtigste Grundlage jeder Presse- und Medienarbeit ist eine genaue Analyse des vorhandenen regionalen Medienmarktes.

Fast überall gibt es neben der/den lokalen Tageszeitung(en), Wochenblättern usw. kostenlos verteilte Anzeigenblätter mit redaktionellem Inhalt, die in aller Regel weit verbreitet sind und viel gelesen werden.

Teilweise geben Kommunen auch (amtliche) Informationsblätter und Mitteilungsblätter heraus, die wir nicht vergessen sollten. In vielen örtlichen Betrieben/Unternehmen gibt es eigene Werkszeitungen. Allen ist eines gemeinsam: Sie sind auf redaktionell aufbereitete Informationen angewiesen. Und darum sind sie Adressaten für die Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehren. Dazu gehört selbstverständlich, dass sich, wie immer und überall, die handelnden Personen persönlich kennen und dass der Pressesprecher bzw. Beauftragte/Referent für die Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehr weiß, wie in den jeweiligen Redak-

tionen, mit welchen Fixzeiten und Ultimoterminen, gearbeitet wird.

Zudem sollte er durch Analysen lernen, welche Inhalte, wie „verpackt“ die größten Chancen haben, im knappen redaktionellen Raum unterzukommen. Hier liefert uns ein Vergleich des abgegebenen Berichts mit dem erschienenen Artikel wertvolle Informationen, was Berücksichtigung findet und was vielleicht beim nächsten Bericht weggelassen werden sollte. Wobei es nicht das Ziel und die Aufgabe der Feuerwehrpressearbeit ist, einen druckreifen Artikel zu schreiben. Es gilt mit der Pressemitteilung alle relevanten Informationen den Medien zur Verfügung zu stellen, die diese dann zu einem Presseartikel verarbeiten.

Über das Impressum findet man meist sehr schnell die zuständige Redaktionsleitung heraus. Der Erstkontakt geht nur über seinen Schreibtisch und könnte durch eine E-Mail oder auch per Telefonanruf erfolgen.



Presse- und Medienarbeit in der Feuerwehr



Pressebenachrichtigungen / Medieninformationssystem

Ein wichtiger Aspekt für gleichwertige Arbeitsbedingungen ist, dass die Medien über relevante Einsätze frühzeitig informiert werden. Dies geschieht in vielen Landkreisen durch die Leitstellen über die Pressebox, die ab bestimmten Alarmstufen ausgelöst wird. Angeschlossen an die Pressebox sind durch die Landkreise akkreditierte Medien und Journalisten. Hier könnte ein von der Strukturkommission („Einsatzort Zukunft“) gefordertes Medieninformationssystem eine deutliche Verbesserung bringen. Eine web- und appbasierte Anwendung soll den Feuerwehrpressesprechern ermöglichen, abhängig von der Einsatzlage lokale, regionale und überregionale Medienbenachrichtigungen direkt zu benachrichtigen und im weiteren Verlauf kurze Lagemeldungen und eine abschließende Pressemitteilung nebst Fotos zu versenden.

Wenn alle Medien über MeInSy benachrichtigt werden, haben auch alle Medienvertreter die Möglichkeit vor Ort Fotos und Filme zu erstellen.

Aufgabenausführung und Erkennbarkeit

Die Pressearbeit sollte von einer Person durchgeführt werden, die nicht im Einsatzgeschehen oder bei öffentlichen Veranstaltungen mit anderen wichtigen Dingen betraut ist, um sich der aufwendigen Information der Journalisten völlig widmen zu können.

Eignung und Qualifikation

Wichtig ist, dass diese Beauftragte/dieser Beauftragte für die Pressearbeit geeignet ist. Im Kapitel „Feuerwehrpressesprecher*innen auf Kreisebene“ wird auf die Eignung eingegangen. Diese Ausführungen gelten für Feuerwehr-Pressesprecher*innen auf Stadt- bzw. Gemeindeebene entsprechend.

Aktualität, Pressemitteilungen und Fotos

Die Pressearbeit der Feuerwehr muss besonders für das Einsatzgeschehen tagesaktuell erfolgen. Keine Tageszeitung und auch keinen Leser interessiert der Containerbrand von letzter Woche mehr (Mülleimerbrände interessieren sowieso kaum).

Weiterhin hat die Versorgung der Medien Vorrang, vor der Einstellung der eigenen Einsätze in sozialen Medien oder der eigenen Website.

Sind Journalisten vor Ort, so sollte beispielsweise eine progressive Presseinformation erst am Abend erfolgen, um den Journalisten vor Ort die Exklusivität nicht zu nehmen.

Die Verbreitung von Bildern zu Einsätzen und Veranstaltungen, als Datei-Anhang zur Presseinformation, sollte bedacht erfolgen. Auch hier ist zu berücksichtigen, ob Fotojournalisten vor Ort gewesen sind. Wenn dieses der Fall ist, ist von einer Bildverbreitung abzu- sehen oder erst nach Redaktionsschluss zur nächsten Veröffentlichungsmöglichkeit zu versenden. Die Exklusivität für den Fotojournalisten, der schließlich sein Geld damit verdient, soll nicht gefährdet werden. Von laufenden Bildern (Videos) sollte ganz abgesehen werden, da diese weit über die Zuständigkeit der Pressebeauftragten gehen.

Soweit nicht ausschließlich für die Fachpresse der Feuerwehr geschrieben wird, sind Fachbezeichnungen und Abkürzungen nicht in Presseinformationen



zu verwenden. Von den Journalisten kommen unnötig viele Fragen auf uns zu. Leser des Artikels sind in vielen Fällen nicht mit den Abkürzungen und Fachbegriffen vertraut. Abzuwägen ist auch, was für einen Leser interessant ist und was nicht. Es gibt Inhalte, die der Feuerwehr vielleicht wichtig sind, jedoch in der Öffentlichkeit keinen Anklang finden.

Befugnis zur Informationsweitergabe, Zusammenarbeit mit anderen BOS und Unterstützung/Presseteams

Wichtig ist, dass die Person, die den Kontakt zur Presse hat, auch berechtigt ist, etwas zu sagen bzw. zu schreiben.

Eine Befugnis zur Informationsweitergabe durch die Gemeinde, Stadt oder dem Kreis muss vorliegen. Weiterhin ist zu berücksichtigen, wer an einer Einsatzstelle die Einsatzleitung hat. Bei einer Personensuche ist prinzipiell die Polizei die Einsatzleitung und gibt ausschließlich Informationen an die Presse weiter, soweit nichts anderes vereinbart wurde.

Oft fällt die Zurückhaltung schwer, besonders dann, wenn die Feuerwehr in einer Überzahl an Personal an einem Einsatz beteiligt ist. Diese Zurückhaltung ist allerdings notwendig, um eventuelle Ermittlungen nicht zu gefährden oder ggf. eine einsatzleitende Organisation zu übergehen.

Unterstützung durch eine übergeordnete Pressesprecherin/einen übergeordneten Pressesprecher oder aber auch die Übertragung der Pressearbeit an eine/n Kreisfeuerwehrespresesprecher*in ist in einigen Situationen sinnvoll. Besonders dann, wenn eine eventuell eigene Betroffenheit der Einsatzkräfte im Spiel ist oder jede vor Ort befindliche Einsatzkraft eingebunden ist. Bei sensiblen Themen ist eine Unterstützung oder Übernahme durch eine übergeordnete Stelle (z.B. Kreisfeuerwehrespresesprecher*in) ebenfalls zu bevorzugen, da diese die Angelegenheit anders überblicken und in der Regel bereits Erfahrungen durch andere eventuell ähnliche Einsätze haben.

Form der Presseinformation



Pressemitteilung

Eine immer wieder gleiche Form einer Presseinformation macht viel aus. Floskeln wie „würden uns freuen, wenn Sie unseren nachfolgenden Text veröffentlichen...“ können getrost weggelassen werden, da diese nicht relevant sind und nicht zu einer höheren Veröffentlichungsquote führen. Es sind für viele Journalisten nur zusätzliche Zeilen, die gelesen werden müssen und nicht zum Inhalt beitragen.

Presseinformationen sollten via E-Mail versendet werden, über einen bestehenden Presseverteiler, der aus Datenschutzgründen ausschließlich in BCC betrieben werden darf.

Die Presseinformation sollte direkt oder zusätzlich in der E-Mail verfasst sein und nicht in einem Datei-Anhang. Datei-Anhänge benötigen zusätzliches Volumen und müssen vom Gegenüber ggf. völlig neu formatiert werden.

Bilder sollten nicht unter 1.200 Pixel versendet werden und das Maximum von 10 GB nicht überschreiten. Eine Versendung von Bildern in einem externen Link ist nicht für alle Medienunternehmen nutzbar, da auch diese sich schützen müssen. Zudem sollten die auf Fotos abgebildeten Personen eindeutig bezeichnet werden (von links nach rechts / vordere oder hintere Reihe / mit besonderer Person beginnen: Ortsbrandmeister/in xx (Mitte) empfängt die Besucher am Tag der offenen Tür / Funktionen nennen, wenn sie nicht im Text vorkommen / Archivfotos als solche ausweisen / Bild muss zum Text passen).

Die Formulierungen von Texten für die Öffentlichkeit, müssen ohne fachliche Abkürzungen und Fachbegriffe erfolgen. Die Bevölkerung soll verstehen, worum es geht und Journalisten erspart es Arbeit in der Übersetzung. „B_4_F Klinik Y“ Versteht schon so manch Feuerwehrangehöriger nicht, da die Einsatzstichworte nicht überall gleich sind.

Eine Presseinformation sollte folgende Inhalte haben:

- Überschrift wie z.B. „Presseinformation“
- Überschrift der Presseinformation z.B. „Zimmerbrand in Musterdorf“
- Der erste Satz sollte die Aufmerksamkeit auf sich ziehen.
- Presseinformation mit mind. folgenden Inhalten:
 - Geschehen
 - Tag und Zeitpunkt
 - (Besonderheiten, wenn es welche gab)
 - Betroffene Maßnahmen
 - Eingesetzte Feuerwehren mögl. mit Anzahl der Fahrzeuge und Einsatzkräfte
 - Dauer des Einsatzes
 - Ebenfalls eingesetzte Kräfte außerhalb der Feuerwehr wie z.B. Hilfsorganisationen und Polizei.
- Außerdem beachten:
 - So kurz wie möglich fassen
 - Floskeln vermeiden
 - Gendern
 - Auf Rechtschreibung und Grammatik achten
 - Aktiv statt passiv

- Keine Schachtelsätze und zu lange Absätze
- Keine saloppe und keine Fachsprache
- (Zusatz-)Informationen, die nicht so wichtig sind, zum Schluss
- Vor- und Zunamen und Funktion nennen.
- Name des Schreibers mit Kontaktmöglichkeit und Name des Fotografen, wenn Bilder hinzugefügt sind.

Bei Presseinformationen in Bezug auf Versammlungen und Sitzungen sollte immer der ganze Vor- und Zuname bei Nennungen von Aussagen, Ehrungen, Beförderungen etc. genannt werden.

Eine ähnliche Abfolge sollte für anderweitige Veranstaltungen vorgenommen werden.

Hilfreich sind ebenfalls die 5-W-Fragen:

- Wer (informiert, macht etwas)?
- Was (findet/fand statt, hat sich ereignet)?
- Wo (findet etwas statt)?
- Wann (findet/fand es statt)?
- Wie/Warum (ist das so)?



Anforderungen an Pressesprecher*innen

Presseinterview und Pressekonferenzen

Die Beteiligten bei einem Interview und einer Pressekonferenz sollte immer mit ausreichenden Informationen versorgt sein und über entsprechendes Fachwissen verfügen. Wobei die Hauptverwaltungsbeamtin/der Hauptverwaltungsbeamte über kein spezifisches Feuerwehrwissen verfügen muss. Dafür steht der/die Stadt- bzw. Gemeindebrandmeister/in oder Einsatzleiter/in zur Verfügung.

Für alle Bereiche gilt, dass ausschließlich Fakten genannt werden. Keine Prophezeiungen oder habwissende Informationen. Wenn eine Frage nicht beantwortet werden kann oder diese in einem anderen Zuständigkeitsbereich liegt, sollte dieses auch so benannt werden. Pressesprecher*innen sollten presse- und öffentlichkeitsrelevante Angelegenheiten der Feuerwehr, dessen Führung zeitgerecht, fachgerecht und den Medien gegenüber in geeigneter Weise verbreiten und übermitteln können. Er muss sich dabei des uneingeschränkten Vertrauens beider Seiten sicher sein können. Pressesprecher*innen sollten auch in kritischen Situationen gegenüber allen Medien den Überblick behalten, sowie Ruhe und Gelassenheit ausstrahlen können. Pressesprecher*innen sollten in der Lage sein, auch komplexe feuerwehr- und sicherheitstechnische Zusammenhänge für den Bürger verständlich vermitteln zu können. Die auf Vertrauen und Kooperation basierende Arbeit der Pressesprecher*innen sollte von allen respektiert werden. Die abgesprochene und im Namen der Feuerwehr herausgegebene Darstellung in der Öffentlichkeit und den Medien gegenüber muss daher für alle die „offizielle Version“ eines Einsatzgeschehens sein.

Die Arbeit der Pressesprecher*innen sollte von uneingeschränkter Zuverlässigkeit bestimmt werden. Sie müssen in Abständen mit Belangen und Ereignissen der Feuerwehr an die Öffentlichkeit treten, den Medien uneingeschränkt zur Information zur Verfügung

stehen und diese Informationen verantwortungsvoll und korrekt weitergeben.

Die Arbeit der Pressesprecher der Feuerwehr erfordert zwingend eine persönliche, technische und kommunikationstechnische Ausstattung.

Feuerwehrpressesprecher*innen auf Kreisebene

Pressesprecher*innen sollten presse- und öffentlichkeitsrelevante Angelegenheiten der Feuerwehr, ihrer Führung und der Kreis- und Verbandsführung zeitgerecht, fachgerecht und den Medien gegenüber in geeigneter Weise verbreiten und übermitteln können. Eine Bestellung durch den Landkreis und Zustimmungsvereinbarungen für die Pressearbeit an Einsatzstellen, durch die zum Kreis dazugehörigen Gemeinden, Städte und Inseln sollte vorliegen. Pressesprecher*innen müssen sich dabei des uneingeschränkten Vertrauens aller Seiten sicher sein können. Pressesprecher*innen sollten auch in kritischen Situationen gegenüber den Medien den Überblick behalten sowie Ruhe und Besonnenheit ausstrahlen können. Dies setzt ausreichende und detaillierte Erfahrungen in allen Bereichen des Feuerwehrwesens voraus.

Pressesprecher*innen sollten darüber hinaus in der Lage sein, auch komplexe feuerwehr- und sicherheitstechnische Zusammenhänge für den Laien verständlich vermitteln zu können.

Die auf Vertrauen und Kooperation basierende Arbeit der Pressesprecher*innen sollte von allen Beteiligten respektiert werden.

Die abgesprochene und im Namen der Feuerwehr herausgegebene Darstellung in der Öffentlichkeit und den Medien muss daher für alle die „offizielle Version“ eines Vorganges sein. Verlautbarungen aus anderer Sicht oder gegenteilige Meinungen haben dann nach außen hin keinen Platz.

Die Arbeit der Pressesprecherin/des Pressesprechers sollte von uneingeschränkter Zuverlässigkeit bestimmt werden.

Er muss regelmäßig mit Belangen und Ereignissen der Feuerwehr an die Öffentlichkeit treten, den Medien uneingeschränkt zur Information zur Verfügung stehen und diese Informationen verantwortungsvoll und korrekt weitergeben.

Die Arbeit eines Pressesprechers der Feuerwehr erfordert zwingend eine adäquate persönliche, technische und kommunikationstechnische Ausstattung. Diese sollte von Seiten der Feuerwehr bereitgestellt werden. Empfehlenswert ist ein Fahrzeug mit einer entsprechenden Ausstattung, welches an Einsatzstellen als Pressestelle genutzt werden kann und ausschließlich dafür vorgesehen ist.

Von seiner Persönlichkeit her muss die Pressesprecherin/der Pressesprecher in der Lage sein, auch Rückschritte, persönliche Angriffe oder Vorhaltungen verkraften zu können, dies natürlich in zumutbaren Grenzen. Er sollte auch nach entsprechenden Vorfällen bereit sein, die begonnene Arbeit vorbehaltlos weiterzuführen, um eine diesbezüglich notwendige Kontinuität sicherzustellen.

Die Pressesprecherin/der Pressesprecher sollte sich eines kleinen Teams bedienen können, die für Zuarbeiten bereitstehen, wie z.B. die Betreuung von eigenen sozialen Medien oder die Einrichtung einer Pressekonferenz bei Großschadenslagen.

Feuerwehrpressesprecher*innen sollten ebenfalls in der Lage sein, Spezialisten in Bezug auf die Feuerwehrpressearbeit zu benennen, wenn die eigene Fachlichkeit zu bestimmten Themen überschritten ist.

Bestellung und Unterstellung

Die Pressesprecherin/der Pressesprecher auf Kreisebene wird durch den Landkreis eingesetzt. Er ist schriftlich zu bestellen und als Stabsfunktion direkt der Kreisbrandmeisterin/dem Kreisbrandmeister unterstellt.

An Einsatzstellen in der Funktion als Pressesprecher*in tätig, untersteht sie/er direkt der Einsatzleiterin/dem Einsatzleiter; das jeweilige Weisungsrecht der Kreisbrandmeisterin/des Kreisbrandmeisters bleibt unberührt. Die Bestellung besteht bis zum schriftlichen Widerruf.

Arbeitsweise

Bei größeren Einsätzen wird die Presse durch die/den Kreisfeuerwehrpressesprecher*in, die/der nach Weisung der Leiterin/des Leiters der Feuerwehr bzw. der Einsatzleiterin/des Einsatzleiters arbeitet, informiert und betreut. Sie/er informiert die Medien und Bevölkerung in Mittel und Umfang lageabhängig. Sie/er sollte befugt werden, eine offizielle Bevölkerungswarnung über die Leitstellen zu initialisieren.

Bei Großschadenslagen ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nur in Abstimmung mit der Kreisverwaltungsbehörde/Stadt durchzuführen. Der Kontakt zwischen Feuerwehrereinsatzleitung und der Presse wird durch die/den Kreisfeuerwehrpressesprecher*in sichergestellt. Außerdem hat eine Abstimmung mit bereits vor Ort befindlichen Behörden zu erfolgen.

Kennzeichnung der Pressesprecher(-teams) und der Pressestelle

Ein an einer Einsatzstelle tätige/r Feuerwehr-Pressesprecher*in trägt zur Kennzeichnung eine grüne Funktionsweste mit der Aufschrift „Pressesprecher“, „Pressebetreuung“ oder „Presse“.

Eine eingerichtete Pressestelle an einer Einsatzstelle wird mit der Beschriftung „Pressestelle“ gekennzeichnet. Bei nicht dauerhafter Besetzung der Pressestelle, sollten Zeiten angeschlagen stehen, wann die nächste Kontaktmöglichkeit besteht. Es sollten keine zu großen Zeitabstände herrschen.

Die/der Kreisfeuerwehrpressesprecher*in soll an seiner Uniform erkennbar sein, durch ein entsprechend beschriftetes Namensschild.

Einschränkungen bei der Öffentlichkeitsarbeit

Von hohem Interesse für die Öffentlichkeit sind Ereignisse, die Bezug zu den Einsatzaufgaben der Feuerwehr haben. Die Medien sind daher an Informationen zu Einsätzen mit hoher Aktualität interessiert. Daher sollten bei Einsätzen frühzeitig Pressemitteilungen weitergegeben werden.

Ein wichtiger Grundsatz ist die Zentralisierung und Abstimmung der Medienarbeit durch die zuständige Behörde. Für die Koordinierung der Medienarbeit ist daher zunächst immer die Behörde der Organisation zuständig, die auch die Einsatzleitung wahrnimmt! Absprachen sind erforderlich.

Im Regelfall ist dies die Behörde der Feuerwehr im eigenen Zuständigkeitsbereich. Bei Ereignissen von hohem öffentlichem Interesse ist eine Pressemitteilung mit den anderen beteiligten Organisationen wie z.B. Polizei, Rettungsdienst abzustimmen.

Weiterhin ist bei folgenden Einsätzen immer eine detaillierte Abstimmung notwendig:

- Einsätze, die ausschließlich im privaten Bereich stattfinden und nicht in der Öffentlichkeit wahrnehmbar sind
- Einsätze im Zusammenhang mit suizidalen Handlungen (Werther-Effekt)
- Beteiligung von Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens
- Ereignisse von hoher politischer Brisanz
- Schadensereignisse mit mehr als zehn Verletzten oder zwei Toten
- Einsatzleitung durch Katastrophenschutzbehörde oder Polizei
- Bombendrohung, Geiselnahme.

Einschränkungen bestehen immer, wenn „Gefahr im Verzug“ oder aus „ermittlungstaktischen Gründen“ erhebliche Nachteile zu befürchten sind, die vor dem Recht auf Informationen überwiegen. Offensive Pressearbeit kann hier sogar Rechtsfolgen nach sich

ziehen. Die diesbezüglichen Vorgaben der Landeskriminalämter sind dabei einzuhalten.

Daneben kann es notwendig werden, die Medienarbeit mit Rücksicht auf Betroffene anzupassen und aus ethischen Überlegungen sinnvoll einzuschränken.

Verhalten gegenüber der Presse

Regelmäßiger Kontakt zu den örtlichen Medien ist zu pflegen. Hierbei sollte Jeder Verständnis für die Arbeit des Anderen aufbringen, um somit einen sachlichen und respektvollen Umgang miteinander zu fördern. Bei Konflikten zwischen der Presse und den Feuerwehren, sollte der Kreisfeuerwehrespresse-sprecher*in vermitteln.

Besonders medienrelevante Einsätze:

- ABC-Einsätze mittel/groß
- Größere Brandeinsätze
- Bei Anforderung überörtlicher Kräfte (Tauchergruppe, externer Löschzug, Spezialkräfte)
- Bombenfund
- Brand Gefahrgut
- Einsätze zu Unfällen mit Todesfolge
- Einsätze mit verletzten Feuerwehrangehörigen
- Explosion/Einsturz
- Fahrzeug in Gewässer
- Flugzeugabsturz
- Notlandung eines Flugkörpers
- Großübungen.

Pressesprecher*innen auf Ortsebene

Für Pressesprecher*innen auf Ortsebene gelten die gleichen Skills, wie für Pressesprecher*innen auf Kreisebene. Die/der Pressesprecher*in oder auch Pressewart*in auf Ortsebene wird von der jeweiligen Ortsbrandmeisterin/vom jeweiligen Ortsbrandmeister bestellt.





**FEUERWEHR
PRESSESPRECHER**

Presserechte & -pflichten



Gesetze für die Presse

Die Presse spielt in Deutschland eine besondere Rolle für die Demokratie. Sie wird neben der Gesetzgebung (Legislative), der Regierung (Exekutive) und dem Gerichtswesen (Judikative) als vierte Gewalt bezeichnet, u.a. kontrolliert sie die drei Gewalten und veröffentlicht Missstände.

Die besondere Rolle der Medien ergibt sich aus der Festschreibung der Meinungsfreiheit in Artikel 5 des Grundgesetzes, eingeordnet bei den unantastbaren Grundrechten (Artikel 1 - 19):

1. Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.
2. Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

Das Grundrecht der Pressefreiheit gilt von der Beschaffung der Information bis zur Verbreitung der Nachricht und der Meinung. Die Journalisten erhalten

juristisch betrachtet weitgehendende Rechercherechte bei einem Brand, bei dem freierwerdende giftige Stoffe einen ganzen Stadtteil gefährden, als bei einem „normalen“ Küchenbrand in einer Privatwohnung.

Neben dem Artikel 5 des Grundgesetzes gelten zahlreiche allgemeine Gesetze, an die sich Journalisten zu halten haben. Als Bürger gelten für sie alle Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches, des Strafgesetzbuches und vieler anderer Gesetze natürlich auch. Dazu gehört u.a. die Beachtung der Persönlichkeitsrechte von Betroffenen (wie Schutz der Ehre, vor übler Nachrede und Verleumdung), die Regelungen des Wettbewerbsrechts (u.a. Werbung im redaktionellen Teil), aber auch Straftatbestände wie Einbruch, Diebstahl und Anstiftung zu kriminellen Handlungen.

Wie für die Feuerwehr und den Rettungsdienst sind die Länder auch für die Presse zuständig. In den Pressegesetzen der Länder sind die Rechte und Pflichten der Presse näher festgelegt. Die Bestimmungen sind weitgehend ähnlich; sie können je nach Land im Detail abweichen. Die Pressegesetze beschreiben die „Öffentliche Aufgabe der Presse“.

Die Pressesprecher*innen sollten nach Möglichkeit immer eine Auskunft an die Pressevertreter*innen

geben. Eine „Nichtinformation“ lässt immer Platz für Spekulationen. Transparenz sorgt für eine gute Zusammenarbeit zwischen Presse und Feuerwehr. Weiterhin ist Transparenz auch manchmal ein Türöffner in der Bevölkerung n verschiedensten belangen.

Leserbriefe & Gegendarstellungen

In den Presse- und Mediengesetzen finden sich auch Vorgaben zum Schutze der „Betroffenen“, denn trotz aller guten Kontakte zu den Medien kann es immer wieder vorkommen, dass nachteilige oder tendenziöse Veröffentlichungen über die Feuerwehr erscheinen. In so einem Falle gibt es verschiedene Gegenmaßnahmen, die sich sowohl in ihrer äußeren Form als auch in ihrer Intensität sowie ihren Auswirkungen auf das künftige Verhältnis zwischen Feuerwehr und Medien unterscheiden. Welche Maßnahme ergriffen wird, richtet sich nach der Schwere bzw. Bedeutung der negativen Berichterstattung.

Die einfachste Stufe des Widerspruchs geschieht in der unmittelbaren Kontaktaufnahme mit den verantwortlichen Journalistinnen bzw. Redakteurinnen mit dem Ziel eines klärenden Gespräches. Ziel der Aussprache ist eine Richtigstellung sowie ein Verhindern von ähnlichen Berichten in der Zukunft. Dieses Vorgehen bringt den Vorteil mit sich, dass es das Verhältnis zwischen Feuerwehr und Medien am wenigsten belastet und der Journalist sein Gesicht wahren kann.

Mit einem Leserbrief kann man unwahre Sachverhalte richtigstellen und tendenziösen Inhalten entgegenwirken. Dem Leserbrief soll sachlich und ohne Emotionen formuliert entgegen gewirkt werden. So erreicht man bei den Lesern die größte Wirkung. Allerdings ist eine Redaktion nicht zum ungekürzten Abdruck von Leserbriefen verpflichtet, denn es steht in ihrem Ermessen, ob und in welcher Form sie Leserbriefe veröffentlicht.

Klare rechtliche Vorgaben bestehen aber für die Gegendarstellung. Die Redaktion ist verpflichtet, Gegendarstellungen unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt kostenfrei abzudrucken bzw. zu senden.

Gegendarstellungen sind gleichwertig zum ursprünglich erschienenen Beitrag zu veröffentlichen, also beispielsweise im Rundfunk zur gleichen Sendezeit oder in Zeitungen im gleichen Umfang und an vergleichbarer Stelle. Das Verlangen nach Verbreitung einer Gegendarstellung ist an bestimmte Formen gebunden, es kann nur ausgehen von unmittelbar betroffenen Personen oder Behörden.

Die Gegendarstellung ist der jeweiligen Redaktion schriftlich zuzuleiten, sie darf sich nur auf Tatsachen des beanstandeten Artikels beziehen und darf selbst auch nur Tatsachen enthalten.

Aus der Tatsache, dass das Recht auf Abdruck einer Gegendarstellung auch gerichtlich durchsetzbar ist, wird deutlich, dass es sich hierbei um die „letzte“ Maßnahme handelt, die das Verhältnis zur betroffenen Redaktion zweifellos für die Zukunft belasten wird. Wegen dieser Konsequenz soll von der Gegendarstellung nur äußerst selten und ausschließlich nach Rücksprache mit der kommunalen Dienstaufsicht Gebrauch gemacht werden. Manchmal ist die Ignoranz auch sinnvoll, um nicht noch tiefere Furchen durch Dritte ziehen zu lassen.

Bildrechte

„Personen der Zeitgeschichte“ dürfen nach § 23 KUG ohne Einwilligung fotografiert werden. Hierzu zählt die Feuerwehr auch die Einsatzkräfte der Feuerwehr, sobald sie sich in den Dienst versetzt haben.

In der täglichen Pressearbeit gibt es viele Fälle, in denen jemand ohne Einwilligung fotografiert wird: Entweder gibt derjenige die Erlaubnis nicht (Fahndungsfoto, § 24 KUG) oder sie kann nicht eingeholt werden. „Personen der Zeitgeschichte“ dürfen nach § 23 KUG ohne Einwilligung fotografiert werden.

Ausnahmen im Sinne von § 23 KUG sind:

- Bilder, auf denen die Personen nur als „Beiwerk“ neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen. In einem öffentlichen Park, auf einem Fußballplatz, bei einem Feuerwehrfest oder auf einer Straße dürfen Personen ohne Einwilligung fotografiert werden.

- Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen sowie zufällige Menschenansammlungen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben (z.B. Schaulustige bei einem Brand). Selbstverständlich gibt es auch bei Bildern von Veranstaltungen Grenzen.

Sie sind dann erreicht, wenn ein berechtigtes Interesse der abgebildeten Person erreicht wird (§ 23 Abs. 2 KUG). Darum unser Tipp: Wenn Ihnen Ihr Bauchgefühl sagt, dass etwas nicht gut ist, ist es meistens auch nicht gut!

Die Bildrechte können bereits Eintritt in die Feuerwehr durch ein entsprechendes Formular eingeholt werden. Wenn es um Fotos von Minderjährigen geht, ist die Einwilligung der Sorgeberechtigten erforderlich. Dies kann auch durch die Beitrittserklärung geklärt werden.

Sobald eine Person als Feuerwehrmann/-frau zu erkennen ist – sei es in Uniform, Einsatzkleidung oder auch nur durch einen Feuerwehr-Pullover – gelten Sie als Person des öffentlichen Lebens und dürfen somit fotografiert werden.

Urheberrecht & verwandte Schutzrechte

Das Urheberrecht wird durch das Gesetz über Urheberrechte und verwandte Schutzrechte (UrhG) geregelt. Es schützt die Rechte an allen Werken von Literatur (Schriftwerke und auch Reden), Wissenschaft und Kunst. Voraussetzung ist nach § 2 (2) UrhG die „persönliche geistige Schöpfung“ des Werkes. Damit sind in der Regel auch die Reden bei Feuerwehrversammlungen urheberrechtlich geschützt.

Damit die Presse ihrer verfassungsgemäßen Aufgabe nachkommen kann, beschränkt das UrhG den Schutz in § 48. Danach dürfen öffentliche Reden über Tagesfragen verbreitet werden, dazu gehören auch öffentliche Verhandlungen vor staatlichen, kommunalen oder kirchlichen Organen.

In der Regel besitzen Journalisten ein Urheberrecht an ihren veröffentlichten Artikeln.

Demnach müsste für das Fotokopieren und das Archivieren in Form eines sogenannten Pressespiegels innerhalb der Feuerwehr eine Vergütung gezahlt werden. In § 49 (1) 2 sind jedoch ausdrücklich „kurze Auszüge aus mehreren Kommentaren oder Artikeln in Form einer Übersicht“ ausgenommen. Allerdings sind sowohl die Quelle (Name der Zeitung) als auch der Verfasser deutlich anzugeben.

Eine umfassende Reproduktion von Artikeln über die Feuerwehr, zum Beispiel in einem Jahresbericht, bedarf daher der Einwilligung der Urheber.

In der Praxis wird von den Journalisten meist kein Honorar für ein „Verwertungsrecht bzw. Nutzungsrecht“ (Copyright) geltend gemacht.

Bei speziellem Informationsmaterial der Feuerwehr- und Versicherungsverbände ist davon auszugehen, dass die Feuerwehr das Verwertungs- bzw. Nutzungsrecht besitzt.

Pressekodex

Der Deutsche Presserat hat den Pressekodex für die deutsche Presse novelliert und die Neufassung am 15. Mai 1996 der Öffentlichkeit vorgestellt. Die publizistischen Grundsätze und ihre Richtlinien wurden zum Teil neu formuliert und verbessert. Neu aufgenommen wurde das Gebot für die Presse, Drogen nicht zu verarmen.

Der Pressekodex konkretisiert die Berufsethik der Presse. Oberste Gebote sind die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit. Ergänzt wird der Pressekodex durch eine Beschwerdeordnung. Jeder kann sich beim Deutschen Presserat über Veröffentlichungen und über Vorgänge in der deutschen Presse beschweren. Erweist sich eine Beschwerde als begründet, rügt oder missbilligt der Presserat oder er gibt einen Hinweis. Kosten berechnet der Presserat nicht.

Öffentlichkeitsarbeit Online

Fast jede Freiwillige, Betriebs-, Werk- oder auch Berufsfeuerwehr ist mittlerweile mit einem eigenen Webauftritt vertreten. Oft fehlt jedoch ein notwendiges Impressum oder der Datenschutz wird nicht beachtet. Auch werden öfters Bilder verwendet, ohne die Herkunft anzugeben bzw. unwissentlich das Urheberrecht verletzt.

Dieser Leitfaden soll daher in Kurzform über die wichtigsten Punkte informieren, die bei einem Webauftritt

zu beachten sind. Die dargestellten Informationen sind sinngemäß auch auf eine Darstellung von Seiten in sozialen Netzwerken z.B. Facebook anzuwenden.

Die Wehrführung wird gebeten, diese Informationen auch an ihre Pressesprecher*innen bzw. Webmaster*innen der Webseiten weiterzugeben. Es empfiehlt sich, eine Dienstanweisung für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. für den Pressesprecher*in zu erstellen und anzuwenden.

Checkliste

1. Quellenangaben: Domain-Name, Content-Management-System (CMS), Provider.

- Recherche, ob der gewünschte Name anderweitig benutzt wird (www.denic.de).
- Überprüfung, ob ein Markenname oder Namensrecht verletzt wird.
- Keine Firmen oder Produktnamen verwenden. Bei Städte- und Gemeinidenamen Genehmigung einholen.
- Entscheiden, wer Inhaber der Internetpräsentation ist:
www.feuerwehr.gemeinde.de → immer Stadt/Gemeinde, wenn die Gemeinde den Domainnamen www.gemeinde.de besitzt, da www.feuerwehr.gemeinde.de eine Subdomain von www.gemeinde.de ist. www.feuerwehr-gemeinde.de → Feuerwehrverein
- Admin-C klären (siehe Urheberrecht); Genehmigung durch Vorstandschaft, Gemeinderat, ...
- CMS verwenden (z.B. Website-Kit, Typo3, Joomla; barrierefreie Gestaltung).
- Speicherplatz, Traffic des Providers klären (Achtung: Hohe Zugriffszahlen nach medienrelevantem Einsatz).

2. Metadaten

- Wie beim Domain-Namen keine Marken oder geschützte Begriffe verwenden.
- Keine völlig sachfremden Begriffe oder Wörter verwenden, nur um höheren Traffic zu erreichen.

3. Urheberrechte sichern

- Falls eine fremde Person/Firma in Ihrem Namen die Homepage erstellt hat, die Rechte vertraglich dauerhaft sichern.
- Ihr Name muss registriert sein, nicht die des Webdesigners (Admin-C von Stadt/Gemeinde/Feuerwehr).

4. Urheberschutz beachten

- Falls fremde Graphiken/Texte integriert sind → Erlaubnis einholen.
- Falls Bilder fremder Personen integriert sind → Erlaubnis einholen.

- Lizenz verwendeter Software oder Bilder CDs/DVDs klären.
- Bei Verwendung von Artikeln von Print- oder Online-Medien → Erlaubnis einholen.
- Zitate nicht verändern, keine Stadtpläne verwenden → Abmahnung droht.

5. Links (Verweise).

- Deep-Links vermeiden (Links auf Unterseiten).
- Einbettung in eigene Seite vermeiden (Frames).
- Externe Links kennzeichnen.
- Links bei der Integration prüfen.

6. Datenschutz

- Datenschutzklausel bei der Speicherung von persönlichen Daten an gut erreichbarer Stelle einbinden.
- Löschungsmöglichkeit für persönliche Daten anbieten.
- Datenschutz-Grundverordnung beachten.
- Der Admin-C hat in der Regel Zugriff auf E-Mail-Konten → E-Mails dürfen nur nach Zustimmung des Postfachnutzers gelesen werden!
- Bei Einsatzberichten: Hausnummern vermeiden; wenn in einer Straße nur ein Haus, Straße vermeiden.
- Einsatzbilder:
Keine Verletzten, keine Toten, keine KFZ-Kennzeichen.
Das Leid anderer Menschen wird nicht dargestellt!
Urheberrechte beachten, wenn Bilder z.B. von Medien übernommen werden.
Bei First-Responder Einsätzen keine Details nennen (z.B. nur internistischer Notfall).

7. Impressum

- Impressum sollte im Footer platziert werden (2-Klick-Regel).
- Kennzeichnungspflicht.
- Die Informationen müssen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.
- Rechtsfolgen bei Verstoß (§ 5 TMG).
- Hohe Geldbußen.
- Es drohen Abmahnungen.
- Pflichtangaben.
- Achten Sie darauf, wer Betreiber der Seite ist, der Verein oder die kommunale Feuerwehr!
- Name und Anschrift.
- Vollständiger Name – auch Firma, Feuerwehr, Stadt / Gemeinde.
- Anschrift = Postanschrift (der Niederlassung) mit Straße.
- Bei juristischen Personen (GmbH, AG, etc.): alle Vertretungsberechtigten inkl. eventueller Beschränkungen.
- Bei Verein: Vertretungsberechtigung laut Satzung.
- Bei öffentlicher Einrichtung: Bgm, Stv. Bgm, Kdt, Stv. Kdt.
- Informationen zur schnellen Kontaktaufnahme.
- Telefonnummer, Telefaxnummer, E-Mail (Adresse muss erreichbar sein).
- Aufsichtsbehörde.

- Bei Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit, die der behördlichen Zulassung bedarf.
- Bei Feuerwehren z.B. Kreisbrandinspektion.
- Vermerk über die Urheberrechte.
- Registernummer.
- Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister.
- Freie Berufe.
- Weitere Informationspflichten für Rechtsanwälte, Ärzte, Steuerberater, etc.
- Umsatzsteueridentifikationsnummer.
- z.B. für Feuerwehrvereine die der Umsatzsteuerpflicht unterliegen.

8. Cookies (Zwischenspeicher Browser)

- Hinweis auf die Verwendung von Cookies.
- Möglichkeit zum Ablehnen von Cookies einräumen.

9. Newsletter

- Werbemails nur an Mitglieder oder Personen/Firmen/Organisationen mit Geschäftsbeziehung schicken.
- Die E-Mailadressen der Empfänger ausblenden (BCC).
- Einfache Möglichkeit zum Austragen oder Löschen des Newsletters anbieten.
- Impressumspflicht für Newsletter.
- Datenschutz beachten.

10. Gästebücher/Foren

- Gästebücher nicht mehr verwenden.
- Bei Foren immer die letzte stabile Version verwenden, um Missbrauch zu vermeiden.
- Nutzungsbedingungen leicht zugänglich platzieren.
- Rückmeldemöglichkeit bei rechtswidrigem Inhalt bereitstellen.
- Regelmäßige Prüfung des Inhalts, Daten notieren (Logbuch).

11. Zugangskontrolle und Jugendschutz

- Keine jugendgefährdenden Inhalte → Bei geschlossener Benutzergruppe beachten, dass nicht alle Bilder für Jugendliche geeignet sind (Beispiel Einsatzfotos).
- Bei Abbildung von Minderjährigen (Kinder- oder Jugendfeuerwehr) generelle Einverständniserklärung der Eltern einholen (z.B. Aufnahmeantrag).

12. Online-Shopping (z.B. von Werbematerialien, Merchandising)

- Hinweis zum Widerrufsrecht während des Bestellvorganges.
- Hinweis zum Vertragsabschluss, AGB.
- Angaben zu Garantie, Rücksendefristen.
- Preise immer korrekt mit Mehrwertsteuer ausweisen und darauf hinweisen.
- Alle Zusatzkosten, Versandkosten deutlich ausweisen.
- Währungsangaben nicht vergessen.
- Beschriftung des Bestell-Buttons und die allgemeine Pflicht zur Information der Onlinekäufer.

Soziale Netzwerke

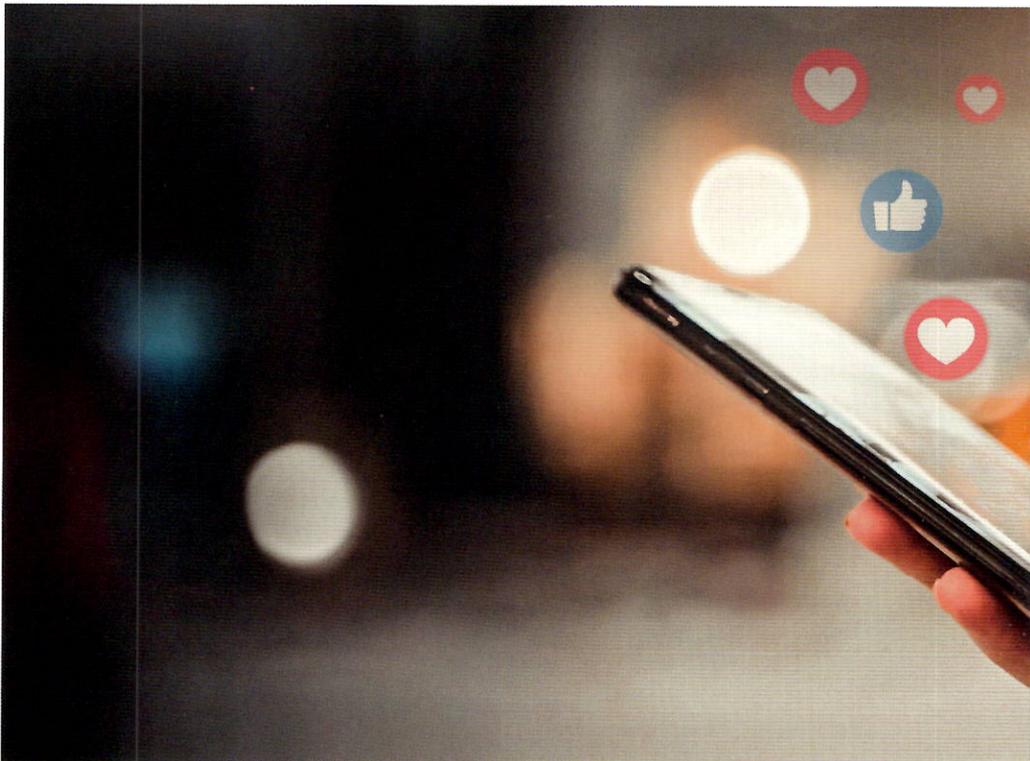
Überlegen Sie sich, in welchen Netzwerken (Facebook, Twitter, Instagram, SnapChat u.v.m.) Sie vertreten sein wollen. Die jeweiligen Beiträge müssen an das jeweilige Netzwerk angepasst sein.

- Beachten Sie die AGB und die Datenschutzbestimmungen des Betreibers des sozialen Netzwerkes bei dem Sie ein Profil und/oder Seiten erstellen.
- Posten Sie regelmäßig einen Beitrag. Nichts ist für den Nutzer langweiliger als eine Seite, die nicht gepflegt wird.
- Die geposteten Beiträge immer im Blick behalten.
- Zielgruppe herausfinden und dementsprechend die Posts anlegen.
- Durch ein gutes Foto oder Video können Leser „geködert“ werden.

- Behalten Sie andere Feuerwehren im Blick. So kann sich untereinander ausgetauscht aber auch ein bisschen abgeschaut werden.
- Entfernen Sie Beiträge, bei denen das Urheberrecht verletzt wird oder die beleidigend, anstößig oder fremdenfeindlich sind. Gegebenenfalls lassen Sie keine Kommentare auf Beiträge zu.

Stichwort Zensur

Sie sollten nicht zensurieren. Sie üben jedoch auf Ihren Seiten das „Hausrecht“ aus. Dabei sollten Sie es als Ihre wichtigste Aufgabe ansehen, den Nutzern eine konstruktive Diskussion zu ermöglichen. Durch die Regelungen in der „Netiquette“ soll die Qualität der Diskussionen in den sozialen Netzwerken auf hohem Niveau gehalten werden.



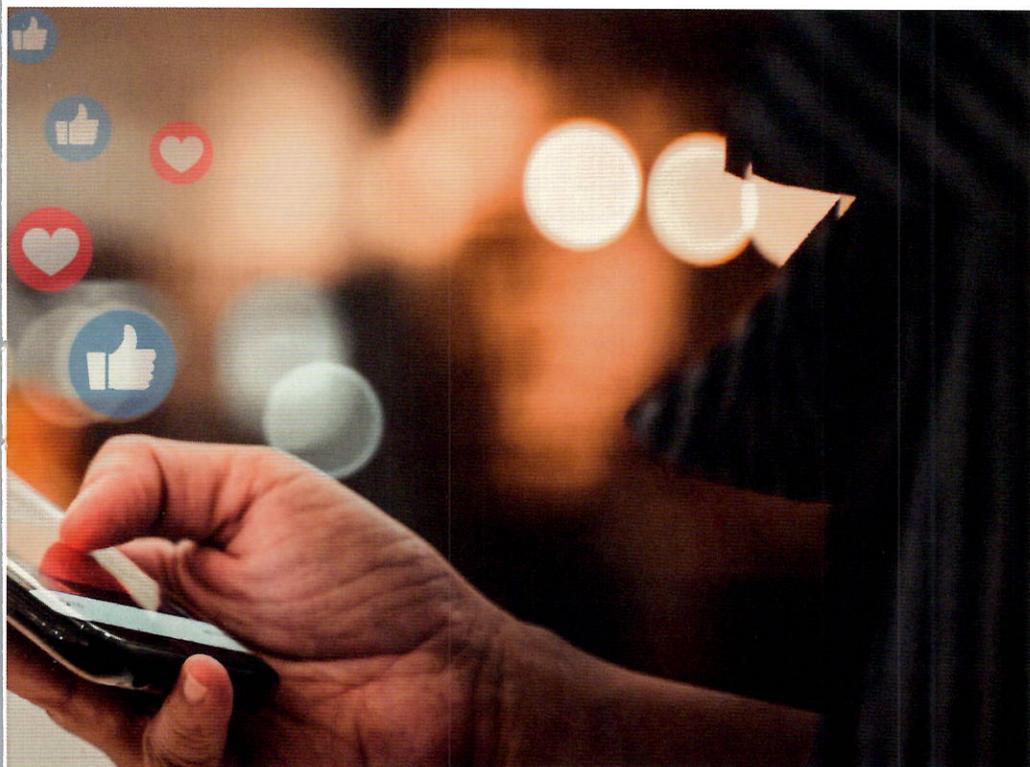
Dienstanweisung

Öffentlichkeitsarbeit ist eine wichtige Aufgabe in der Feuerwehr. Die Arbeit und Leistung der Feuerwehr finden in der Öffentlichkeit insbesondere dann Anerkennung, wenn eine Darstellung mit sachgerechter Information erfolgt. Der Imagegewinn ist dabei sehr wichtig für die Stellung der Feuerwehr, aber natürlich auch für das persönliche Erfolgserlebnis der Einsatzkräfte.

Seriöse Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiger Service, der erheblich zum Image der Feuerwehr beitragen kann. Diese Informationsfläche ermöglicht, mit wenigen aber sachlichen Informationen ein breites Publikum anzusprechen. Allerdings bedeutet Öffentlichkeitsarbeit auch das Risiko, bei Schwächen in der Darstellung schnell in einem ungünstigen Blickwinkel gesehen zu werden. Der Teufel steckt dabei oft im

Detail.

Der Umgang mit den Medien erfordert besondere Sensibilität. Jede größere Organisation beauftragt daher speziell geschultes und versiertes Personal in der Öffentlichkeitsarbeit. Auch in der Feuerwehr ist eine Steuerung der Informationspolitik notwendig. Die ausgereiften technischen Möglichkeiten ermöglichen einen schnellen Informationsservice für die Medien und weitere Organisationen.





MUSTER einer Dienstweisung

Die Öffentlichkeitsarbeit kann die Feuerwehr *[Ortsname der Feuerwehr]* nur bedingt eigenständig wahrnehmen. Als Einrichtung der Feuerwehr *[Ortsname der Feuerwehr]* bestehen (wie für jede andere Behörde) Vorgaben, die genau definieren, in welcher Art und in welchem Umfang Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden darf. Ebenso sind Zuständigkeiten und Verantwortungsbereiche vorgegeben.

Die Leitung der Feuerwehr ist nach Regelung der Stadt/Gemeinde *[Gemeindename]* für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich und steuert alle Maßnahmen in diesem Zusammenhang.

Eventuell wird es in Zukunft notwendig, weitere Aufgaben und Berechtigungen in der Öffentlichkeitsarbeit näher zu definieren. Vorerst werden einige Informationen für diesen Bereich zur Verfügung gestellt, die mit dieser Dienstweisung geregelt werden.

Diese Dienstweisung regelt die Zuständigkeiten und Ziele der Öffentlichkeitsarbeit innerhalb der Feuerwehr *[Name der Feuerwehr]*. Sie soll Grundlage sein, um eine qualifizierte und einheitliche Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Diese Dienstweisung ist für alle Angehörigen der Feuerwehr *[Name der Feuerwehr]* verbindlich. Sie haben sich mit ihrem Inhalt regelmäßig vertraut zu machen. Vorschläge zur Verbesserung sind von den Verantwortlichen regelmäßig einzuarbeiten.

Diese Dienstweisung tritt mit sofortiger Wirkung in Kraft.

[Ortsname], [Datum]

[Name der Kreisbrandmeisterin/des Kreisbrandmeisters]

Musterdienstanweisung

FEUERWEHR xxx

Verfasser:

Ort, Datum

Dienstanweisung Nr. x

- FF x/Jahr -

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Freiwilligen Feuerwehr xxx

I. Informationspflicht

Nach dem niedersächsischen Landespressegesetz (NPresseG) sind alle Kommunal- und Landesbehörden verpflichtet, den Vertretern der Presse in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Auskunft zu erteilen, die dazu dienen, Nachrichten zu beschaffen und zu verbreiten, Stellung zu nehmen, Kritik zu üben oder in anderer Weise an der Meinungsbildung mitzuwirken.

II. Verantwortlichkeit für die Pressearbeit, Pressesprecher und Pressebeauftragte

Die grundsätzliche Zuständigkeit für die Presse- und Medienarbeit und die Wahrnehmung der Informationspflicht bei der Gemeinde/Stadt nach Ziffer I. obliegt der Bürgermeisterin/dem Bürgermeister.

Dieser/Diese überträgt die Aufgabe und Verantwortung in allen Belangen, die die Freiwillige Feuerwehr betreffen, mit der Dienstanweisung der Gemeindebrandmeisterin/dem Gemeindebrandmeister, der Stadtbrandmeisterin/dem Stadtbrandmeister. Bei Angelegenheiten von überregionaler und grundsätzlicher, insbesondere politischer Bedeutung obliegt die Unterrichtung der Medien weiterhin der Bürgermeisterin/dem Bürgermeister.

Zu Auskünften gegenüber der Presse gemäß §12 Abs. 6 NBrandschG befugte Personen sind neben der Gemeindebrandmeisterin/dem Gemeindebrandmeister, der Stadtbrandmeisterin/dem Stadtbrandmeister:

- die stellv. Gemeindebrandmeisterin/Stadtbrandmeisterin/der stellv. Gemeindebrandmeister/Stadtbrandmeister
- die Pressesprecherin der Feuerwehr xxx/der Pressesprecher der Feuerwehr xxx
- die stellv. Pressesprecherin der Feuerwehr xxx/der stellv. Pressesprecher der Feuerwehr xxx

Zu Auskünften über bemerkenswerte Aktivitäten in den Ortsfeuerwehren sind folgende Pressebeauftragte befugt:

- die Ortsbrandmeisterin und ihre Stellvertreterin/ihr Stellvertreter/der Ortsbrandmeister und seine Stellvertreterin/sein Stellvertreter
- die Ortspressewartin und ihre Stellvertreterin/ihr Stellvertreter/der Ortspressewart und seine Stellvertreterin/sein Stellvertreter

In Bezug auf aktuelle Einsatzereignisse sind die Einsatzleiter befugt, den Medien oder anderen Behörden an der Einsatzstelle Informationen zu dem jeweiligen Einsatz zu geben. Die Einsatzleiterin/der Einsatzleiter kann diese Aufgabe selbst wahrnehmen oder eine fachlich und persönlich geeignete Person bestimmen, die diese Aufgabe übernimmt (Delegationsrecht). Die Einsatzleiterin/der Einsatzleiter bleibt trotz Weitergabe der Aufgabe an eine dritte Person verantwortlich für den Inhalt der Veröffentlichung.

Seite 1 von 3

III. Aufgaben

Die Presse- und Medienarbeit der Freiwilligen Feuerwehr xxx soll eine gleichmäßige Unterrichtung der regionalen Presse über Einsätze, einzelne Angelegenheiten oder Tätigkeiten der Freiwilligen Feuerwehr xxx gewährleisten.

Von den Befugten oder von Befugten beauftragten Personen der Freiwilligen Feuerwehr xxx werden zeitnah Pressemitteilungen über Einsätze, einzelne Angelegenheiten oder Tätigkeiten der Freiwilligen Feuerwehr xxx veranlasst. Die Zuständigkeit für die Erstellung von Pressemitteilungen obliegt grundsätzlich der Pressesprecherin/dem Pressesprecher der Feuerwehr xxx, bei Abwesenheit ihrer Vertreterin/ihrem Vertreter/seiner Vertreterin/seinem Vertreter und danach der jeweiligen Einsatzleiterin/dem jeweiligen Einsatzleiter. Die zuständigen Personen können die Aufgabe der Pressemitteilung einer fachlich und persönlich geeigneten Person übertragen.

In Bezug auf die Einsatzberichterstattung ist darauf zu achten, dass die Medien nicht nur über Großeinsätze, sondern auch insbesondere über Tierrettungen, sowie Brände, Hilfeleistungen oder sonstige ungewöhnliche Ereignisse zu informieren sind.

Bei der Erstellung der Pressemitteilung sind folgende Prinzipien und Rechte mit einzubeziehen:

- Schutz der Persönlichkeitsrechte von beteiligten Personen
- Verpflichtung zur sachgemäßen und fairen Durchführung der Ermittlungen
- die Objektivität und Unparteilichkeit der öffentlichen Verwaltung
- Wahrung des Datenschutzes
- Der Inhalt der von Einsatzleiterinnen/Einsatzleitern oder durch sie bestimmten Personen erstellten Pressemitteilungen beschränkt sich auf die aktuelle Einsatzberichterstattung
- Pressemitteilungen sind mit dem Kurzzeichen der Verfasserin/des Verfassers zu versehen
- Pressemitteilungen mit Bezug zur Polizeiarbeit sind vor der Veröffentlichung mit der Pressestelle der Polizei abzustimmen. Dies gilt insbesondere dann, wenn z.B. Unfallhergänge zur Erklärung der Feuerwehrmaßnahmen notwendig sind
- zu Schadenshöhen und/oder Brandursachen, deren Ermittlung in den Zuständigkeitsbereich der Kriminalpolizei fällt, werden keine Angaben gemacht
- Einsätze in Amtshilfe der Polizei, des Rettungsdienstes oder anderer öffentlicher Institutionen werden nur mit der Nennung der eingesetzten Einheiten und dem Einsatzauftrag veröffentlicht. Der Einsatzort darf nur veröffentlicht werden, wenn keine direkte Zuordnung zu einem bestimmten Objekt gemacht werden kann. Die Maßnahmen der Feuerwehr sind nur zu beschreiben, wenn sie nicht in einem Konflikt mit den Tätigkeiten der anfordernden Stelle stehen.

Die Pressemitteilungen sind der Presse digital zu übermitteln und chronologisch abzulegen. Der Allgemeinheit können die Veröffentlichungen anschließend auf Onlineplattformen ebenfalls zur Verfügung gestellt werden. Der Gemeindebrandmeisterin, ihrer Stellvertreterin/ihrem Stellvertreter/dem Gemeindebrandmeister, seiner Stellvertreterin/seinem Stellvertreter, der Pressesprecherin und ihrer Stellvertreterin/ihrem Stellvertreter/dem Pressesprecher und seiner Stellvertreterin/seinem Stellvertreter, sowie der Ortsbrandmeisterin der örtlich zuständigen Feuerwehr und ihrer Stellvertreterin/ihrem Stellvertreter/dem Ortsbrandmeister der örtlich zuständigen Feuerwehr und seiner Stellvertreterin/seinem Stellvertreter werden die Pressemitteilungen zur Kenntnisnahme zeitgleich übermittelt.

Einladungen

Die Aufgabe der Pressesprecherin, ihrer Stellvertreterin/ihrer Stellvertreter/des Pressesprechers, seiner Stellvertreterin/seines Stellvertreter und der Ortspressewarte besteht auch darin, die Medien rechtzeitig über planbare Ereignisse in Kenntnis zu setzen, damit die Medien das Ereignis aktiv begleiten und sich selbst ein Bild machen können.

Kontaktpflege

Die Pressesprecherin, ihre Stellvertreterin/ihr Stellvertreter/der Pressesprecher, seine Stellvertreterin/sein Stellvertreter und die Ortspressewarte halten den Kontakt zu den regionalen Medien und deren Medienvertreterinnen/Medienvertretern. Der regelmäßige Austausch dient der Pflege von Kontaktlisten, die den Mitgliederinnen/Mitgliedern des Gemeindekommandos/des Stadtkommandos der Freiwilligen Feuerwehr xxx als zentrale Information zur Verfügung stehen sollen.

IV. Presse- und Medieninformation über größere und besondere Einsätze durch die FEL (Beispiel LK Diepholz)

1. *SMS-Presseninformatiionsdienst*: Zusammen mit der Alarmierung der Einsatzkräfte kann eine SMS mit den relevanten Einsatzinformationen an die an das SMS-Informationssystem angemeldeten Redaktionen versendet werden. Die Auslöseschwelle für den SMS-Presseninformatiionsdienst ist niedrig gehalten. Lediglich triviale Einsatzstichworte sind von der Presse SMS ausgenommen.

2. *Anruftelefon*: Die Pressestelle der Kreisfeuerwehr ist ein Zusammenschluss der Stadt- und Gemeindepressesprecherinnen/der Stadt- und Gemeindepressesprecher, bzw. deren Stellvertreterinnen/Stellvertreter mit den drei Kreispressesprecherinnen/Kreispressesprechern. Sie kann von den Medien über die Rufnummer XXX nach erfolgter Alarmierung mit einer Karenzzeit von 15-30 Minuten zu einer ersten Lagemeldung befragt werden. Die diensthabende Pressesprecherin/der diensthabende Pressesprecher kann Auskünfte an die Medien weitergeben, die über Lagemeldungen von der Einsatzstelle bekannt geworden sind. Für weitere Auskünfte verweist er an den in Punkt II genannten Personenkreis.

V. Zusammenarbeit

Bei gemeinsamen Einsätzen mit benachbarten Feuerwehren anderer Städte und Gemeinden, mit Kreisfeuerwehreinheiten sowie mit anderen Hilfsorganisationen, soll die Presse- und Medienarbeit so ausgeführt werden, dass auch die anderen Organisationen die Veröffentlichungen zur gleichen Zeit wie die Medien erhalten, um die veröffentlichten Informationen für die eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verwenden zu können.

Diese Dienstanweisung tritt am xx.xx.20xx in Kraft.

Ort, Datum

Die Gemeinde xxx, die Hauptverwaltungsbeamte/der Hauptverwaltungsbeamte

