

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>9</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>11</b>
1.1 Presse und Öffentlichkeitsarbeit gestern und heute – die rasante Veränderung durch Digitalisierung, Internet und soziale Netzwerke .....	11
1.2 Aufbau und Ziele des Fachbuches .....	13
<b>2 Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit</b> .....	<b>14</b>
2.1 Definition und Abgrenzung .....	14
2.1.1 Ausgangssituation definieren .....	15
2.1.2 Ziele definieren .....	17
2.1.3 Zielgruppe definieren .....	18
2.1.4 Maßnahmen festlegen .....	19
2.1.5 Maßnahmen überprüfen .....	20
2.2 Bereiche der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit .....	22
2.2.1 Betreuung der Presse- und Medienarbeit .....	22
2.2.2 Interne Öffentlichkeitsarbeit .....	23
2.2.3 Externe Öffentlichkeitsarbeit .....	25
2.2.4 Pädagogische Öffentlichkeitsarbeit/Vorbeugung von Gefahren ..	25
2.2.5 Mitgliedergewinnung .....	27
2.2.6 Einsatzdokumentation und rechtliche Aspekte .....	28
2.2.7 Risiko- und Krisenkommunikation .....	29
2.2.7.1 Allgemeines .....	29
2.2.7.2 Risikokommunikation .....	30
2.2.7.3 Warnung der Bevölkerung .....	32
2.2.7.4 Krisenkommunikation .....	33
2.2.7.5 Interne Krisen .....	34
2.3 Arbeitsweise von lokalen Presseredaktionen .....	36
2.3.1 Allgemeines .....	36
2.3.2 Themenfindung .....	37
2.3.3 Recherche .....	38
2.3.4 Verarbeitung .....	39
2.4 Arbeitsweise von freien Presseredaktionen .....	40

2.4.1	Allgemeines . . . . .	40
2.4.2	Themenfindung . . . . .	41
2.4.3	Verarbeitung . . . . .	42
2.4.4	Finanzierung . . . . .	43
2.5	Die relevanten Medien für die Pressearbeit . . . . .	43
2.6	Grundlagen Pressemitteilung . . . . .	45
2.7	Grundlagen Interview . . . . .	45
2.8	Grundlagen Pressekonferenz . . . . .	45
<b>3</b>	<b>Pressearbeit im Einsatz . . . . .</b>	<b>47</b>
3.1	Auftrag der Medien und Arbeitsweise der Journalisten . . . . .	47
3.2	Pressrecht, Pressefreiheit, Bildrechte . . . . .	48
3.3	Pressearbeit im Einsatz . . . . .	50
3.3.1	Vorbereitung ist alles – Organisation einer guten Pressearbeit im Einsatz . . . . .	51
3.3.2	Umgang mit Journalisten . . . . .	55
3.3.3	Pressesprecher vor Ort . . . . .	59
3.3.4	Pressemitteilung . . . . .	61
3.3.5	Interview . . . . .	74
3.3.6	Pressekonferenz . . . . .	78
3.3.7	Erstellen und Verwenden von Bildern und Videos . . . . .	81
3.3.8	Zusammenarbeit und Abstimmung mit anderen Organisationen und der Polizei . . . . .	85
3.3.9	Moderne Medien . . . . .	89
3.4	Social Media im Einsatz . . . . .	91
3.4.1	Einführung . . . . .	91
3.4.2	Konzepte . . . . .	91
3.4.3	»Gaffer« an der Einsatzstelle . . . . .	96
3.4.4	Umgang mit Spontanhelfern . . . . .	96
3.4.5	Virtual Operations Support Teams . . . . .	97
<b>4</b>	<b>Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Alltag . . . . .</b>	<b>100</b>
4.1	Definition der Ziele und Zielgruppen – Wen spreche ich wie an? . . . . .	100
4.2	Pressearbeit bei der Feuerwehr – Viel mehr als nur Einsatzberichte . . . . .	101
4.2.1	Neue Fahrzeuge und Ausrüstung . . . . .	102
4.2.2	Kuriose und schöne Geschichten . . . . .	103
4.2.3	Sportliche Leistungen . . . . .	104
4.2.4	Video-Projekte . . . . .	105

4.3	Der Auftritt in der Öffentlichkeit – Vom Kindergartenfest bis zum Tag der offenen Tür .....	106
4.3.1	Was mache ich bei welcher Veranstaltung? .....	106
<b>5</b>	<b>Der einheitliche Auftritt der Feuerwehr – Corporate Design .....</b>	<b>111</b>
5.1	Anwendungsbeispiele von Corporate Designs .....	111
5.2	Medien für die Öffentlichkeitsarbeit .....	115
5.2.1	Anzeigen .....	115
5.2.2	Werbeanzeigen in sozialen Netzwerken .....	116
5.2.3	Flyer und Broschüren .....	116
5.2.4	Plakate .....	118
5.2.5	Jahresbericht, Jubiläumschroniken .....	119
5.2.6	Give-aways .....	120
5.2.7	Imagefilme .....	121
<b>6</b>	<b>Die digitale Welt – Webseite und Social Media .....</b>	<b>123</b>
6.1	Die Webseite – die digitale Basis .....	124
6.1.1	Domain .....	125
6.1.2	Impressum .....	125
6.1.3	Datenschutzerklärung .....	126
6.1.4	Responsive Design .....	127
6.1.5	SSL-Verschlüsselung .....	127
6.2	Facebook, Instagram, Twitter/X und Co. – Keine Angst vor den sozialen Medien .....	128
6.2.1	Grundlagen Social Media .....	128
6.2.2	Facebook .....	129
6.2.3	Instagram .....	130
6.2.4	Twitter oder »X« .....	130
6.2.5	TikTok .....	132
6.3	Social Media – Im Dialog mit den Bürgern .....	132
6.3.1	Beiträge .....	132
6.3.2	Stories – Unser virtuelles Tagebuch .....	135
6.3.3	Reels – Kreativität kennt keine Grenzen .....	136
6.3.4	Dos and Don'ts .....	137
6.3.5	Umgang mit Kritik .....	141
6.3.6	Krisenkommunikation – Den Shitstorm richtig meistern .....	145
<b>7</b>	<b>Aus der Praxis für die Praxis .....</b>	<b>148</b>

7.1	Checklisten .....	148
7.1.1	Für den Einsatz .....	149
7.1.2	Für den Alltag .....	150
7.2	Social-Media-Guidelines .....	151
7.2.1	Soziale Medien privat nutzen? .....	151
7.2.2	Beispiel einer Netiquette .....	153
7.3	Nützliche Tools für Social Media und Bild- und Videobearbeitung	155
7.3.1	Canva .....	155
7.3.2	CapCut .....	155
7.3.3	META Business Suite .....	156
<b>Schlusswort</b>	.....	<b>157</b>
<b>Autoren</b>	.....	<b>158</b>
<b>Mitwirkende</b>	.....	<b>161</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	.....	<b>164</b>