

Leitfaden für Öffentlichkeitsarbeit bei Krisen



Projekt der Bezirkshauptmannschaft Baden, Mag. Alexandra Grabner-Fritz

Wen will ich erreichen?

Zielmedium	Warnmeldungen, Aufrufe	Aktuelle Berichterstattung	Hintergrund, Prävention
Radio	V	V	V
TV	V	V	V
Teletext	V	V	V
Internet	V	V	V
APA	V	V	V
Print-Tagesmedien		V	V
Print-Wochenmedien		V	V
Print-Fachmagazine			V
Interne Medien			V

Medienliste

Name		Telefon	Reichweite	E-mail	Redaktionsschluss
APA		02742/23155-11	Österreich, International	niederoesterreich@apa.at	keiner
ORF Lokalradio Studio Industrieviertel	Radio und Fernsehen	02622/89133	NÖ	studioindustrieviertel@orf.at	
Kronenzeitung		01/36011-2410	Österreich mit Lokalteil	lokales@kronenzeitung.at	Abendausgabe 14:30, Regionalteil 19:30

A4 Papier

Checkliste

Form

Check	Details	V
Unauffälliges Papier	<ul style="list-style-type: none">• kein Hochglanz• weißes Papier	
Umfang = 1 A4 Seite	Wenn mehr als 1 Seite: <ul style="list-style-type: none">• „Fortsetzung“ am Fußende• Seitenzahlen (Bsp.: 1 von 3)	
einseitig beschreiben		
Breiter Korrekturrand rechts	<ul style="list-style-type: none">• Textbreite incl. Leerzeichen max. 75 Zeichen	
Linksbündiger Flattersatz		
Alles in Normalschrift	<ul style="list-style-type: none">• kein Kursiv, kein Fett, kein Unterstreichen• Arial oder Times New Roman 12pt	
Logo, Absender (rechts oben)	<ul style="list-style-type: none">• offizieller Briefkopf• Telefon, Fax, E-Mail• wenn nötig Internet-Adresse	
Datum (unter Absender)	<ul style="list-style-type: none">• TT:Monat:JJJJ	

A4 Papier

Checkliste

Form

Überschrift: „Pressemitteilung Nr.:____“	<ul style="list-style-type: none">• Arial oder Times New Roman 14pt• Mitteilung fortlaufend nummerieren	
Stand: Uhrzeit: HH:MM Uhr		
Klarer Aufbau:Headline	<ul style="list-style-type: none">• Headline (prägnant, max. 5 Wörter)• In Absätzen strukturierter Fließtext	
bei Aufruf an Betroffene: optisch betonen	<ul style="list-style-type: none">• Kasten und/oder• Wort: „Aufruf“, „Wichtig“ fett vorstellen	
Erster Absatz = Sachverhalt 4-6 Zeilen	<ul style="list-style-type: none">• Wer, Was, Wann, Wo, Wie	
Wichtiges am Anfang	<ul style="list-style-type: none">• Absteigende Wichtigkeit	
Schluss: Kontakt / Ankündigung	<ul style="list-style-type: none">• Kontaktperson und Erreichbarkeit• Ankündigung nächster Presstext• ggf. Pressekonferenz	
Eigenen Belegausdruck geordnet ablegen	<ul style="list-style-type: none">• Beweissicherung	

Inhaltlicher Aufbau des Pressetextes

Auch der Inhalt folgt einer gewissen Gesetzmäßigkeit. Neben den prägnanten Ankündigungselementen wie der Headline, die Interesse wecken soll, ist der Aufbau nach absteigender Wichtigkeit geordnet. Das Wichtigste wird im ersten Absatz (Lead) angesprochen. Hier gilt es die 5 Grundfragewörter (Wer?, Was?, Wann?, Wo? Wie?) möglichst knapp zu beantworten.

1	Formelemente	Zielmedien	Inhalt	Zweck	Zielgruppe	Besonderes
2	Absender/Logo	alle			alle	
3	Datum	alle			alle	
4	Pressemitteilung	alle			alle	14pt
5	Headline	alle	Thema	Aufmerksamkeit aufbauen	alle	max. 5 Wörter
6	1. Absatz	alle	Sachverhalt	Beantwortung von Wer?, Was?, Wann?, Wo?, Wie?	alle	
7	2. Absatz	alle	<ul style="list-style-type: none"> • Menschliches • Psych. Betreuung • ev. Betroffenheit 	Menschliche Dimension ansprechen	Betroffene, Angehörige	
8	3. Absatz	TV/Radio	Verhaltensanordnung	Aufruf, Dauer, Info-Quellen	Betroffene	einfach und klar, optisch betonen
9	4. Absatz	alle	Aktuelles Geschehen <ul style="list-style-type: none"> • Entwarnung • Experten 	Aktivität zeigen, Signal: wir machen das Richtige	alle	aktiv formulieren
10	5. Absatz	alle	weitere Maßnahmen	Evakuierung, usw.	Betroffene	Hilfe dabei anbieten, Wir-Gefühl stärken

11	6. Absatz	TV/Radio, alle	Kontakt	Notrufnummer, Hotline	Betroffene, Angehörige	
12	7. Absatz	alle	wer handelt	Alle Organisationen nennen	alle	Wirkung nach innen
13	8. Absatz	alle	auf mögliche Eskalation vorbereiten	Zeige Planung und Umsicht	alle	Bereitstellen von zusätzlichen Kräften
14	9. Absatz	TV/Radio, ev. Tagesmedien	Verhaltensanordnung: sonstige Maßnahmen	Straßensperren, Versorgungsanlage sichern, usw.	alle	einfach und klar, Alternativen nennen, optisch betonen
15	10. Absatz	TV/Radio, ev. alle	Ermittlungshandlung anordnen	Schuldfrage vermeiden oder auf später verschieben	alle, Journalisten	Zeitpunkt für dieses Thema nennen
16	11. Absatz	alle	Politik handelt	Aktivität der Politik zeigen	alle	ggf. Hilfe anbieten
17	12. Absatz	alle	Kontakt anbieten	<ul style="list-style-type: none"> • Ankündigung Presstext • Kontaktperson benennen • Pressekonferenz festlegen 	Journalisten	Binde Medien an dich

Check Pressekonferenz (PK) im Akutfall - Vorbereitung

Check	Details	V
Verständigung	<ul style="list-style-type: none"> • Medien telefonisch verständigen, parallel dazu Emaileinladung verschicken • am Ende jeder Pressekonferenz auf neuen Termin hinweisen • Anschlagbrett mit neuen Informationen • Einladung enthält: Anlass, Inhalt, Zeit und Ort, Zugangsvoraussetzungen (Presseausweis) und Rückrufnummer 	
Planung	<ul style="list-style-type: none"> • gründlich planen (worst case!) • Präsentation vorbereiten und testen • Presseunterlagen vorbereiten, wesentliche Informationen hervorheben • Tischbeschilderung (Titel, Name, Funktion) • Material auf max. 30 Minuten PK-Dauer reduzieren • Wegweiser zum PK-Raum 	

Check	Details	V
Raum	<ul style="list-style-type: none"> • Distanz zur Einsatzleitung, Funkgeräte weg • Zugangskontrolle aller Eingänge (Polizei) – Akkreditierung • Reicht Größe des Raumes, sind ausreichend Sitzplätze vorhanden? • Abstand Sprecherpaneel zu Sitzplätzen mind. 3-4 Meter (Kamera) • Akustik? Verstärker? • Hintergrund des Paneels, das ins Bild kommt (ruhig, statisch, auch keine Landkarten!) • Nebenraum für Einzelinterviews herrichten • Im Vorbereich eventuell Kaffee, bei längerer Dauer Catering 	
Vorfragen klären	<ul style="list-style-type: none"> • Wer begrüßt, wer moderiert • Wer beantwortet welche Fragen • Welche heiklen Themen sind zu erwarten • Besteht die Gefahr der Emotionalisierung 	

Ausstattungskonzept für Pressearbeitsraum und Raum für Pressekonferenz

Raum für Pressekonferenz (Besprechungszimmer 274)

Beschriftung des Besprechungszimmers plus Wegweiser

Aus diesem Raum wird die bestehende Tischformation entfernt.

Es werden nur vier Tische (mit Tischfahnen EU, EWR, BG) an der Stirnseite (rechts vom Eingang) aufgestellt, ansonsten werden nur Sessel in Theaterformation bereitgestellt. Namensschilder und Tischtuch werden vorbereitet.

Mineralwasser und Gläser werden ebenfalls vorbereitet.

2 Mikrofone werden auf den Tischen installiert, 1 Funkmikrofon wird zur Fragestellung der Journalisten zur Verfügung gestellt. (Hausanlage wird entsprechend umgerüstet)

Die Akkreditierung der Pressemitarbeiter erfolgt beim Eingang (Portierloge).

Jeder Journalist bekommt einen von der Behörde vorbereiteten Ausweis (vorausgesetzt er besitzt einen Presseausweis und einen gültigen amtl. Lichtbildausweis).

Unter Angabe für welches Medium er arbeitet und unter welcher Telefonnummer er erreichbar ist, wird die Akkreditierung (Eintragung einer fortl. Nummer und des jeweiligen Mediums in einer Liste und auf dem Ausweis) ausgefolgt.

Die Akkreditierungen und die dazugehörige Liste werden in einem Karton im Journaldienstzimmer der BH Baden (Erdgeschoß, Zimmernummer 29) aufbewahrt

CHECKLISTE Urheberrecht - Allgemein:

1. *Vorliegen eines Werkes:*

Ist das fremde Material überhaupt urheberrechtlich geschützt ?

Liegt ein **Werk im Sinne des Urheberrechts** vor, d.h. eine eigentümliche geistige Schöpfung, vor (die Anforderungen der Rechtsprechung sind eher gering)?

Nein -----kein Problem

Ja -----weiter zu Punkt 2.!

2. *Soll eigenes oder fremdes Material (Bilder, Texte,...) verwendet werden?*

Eigenes Material -----kein Problem

Fremdes Material ----- weiter zu Pkt.3.!

3. *Greift die geplante Nutzung in urheberrechtliche Verwertungsrechte ein?*

Ja-----zu Punkt 4.!

4. Ist die geplante Nutzung ausnahmsweise gesetzlich erlaubt (gesetzliche Lizenz)?

Freie Werknutzung im Interesse der Rechtspflege und der Verwaltung gemäß § 41 UrhG: „Der Benutzung eines Werkes zu Zwecken der öffentlichen Sicherheit oder zur Sicherstellung des ordnungsgemäßen Ablaufes von Verwaltungsverfahren oder Gerichtsverfahren steht das Urheberrecht nicht entgegen.“

Der Gesetzgeber stellt das Interesse der Allgemeinheit vor das des Urhebers.

Ja-----Veröffentlichung erlaubt!
keine gesetzliche Lizenz -----weiter zu Punkt 5.!

5. Wenn keine gesetzliche Lizenz vorliegt – vertragliche Lizenz erforderlich!

Bezirkshauptmannschaft Baden

Stellenbeschreibung

S5 Öffentlichkeitsarbeit

1. Stellenbezeichnung

Referent für S5 (Öffentlichkeitsarbeit, interne Dokumentation)
der behördlichen Einsatzleitung im Katastrophen- und Zivilschutzfall

2. Ziel der Stelle

Sorge zu tragen, dass die übertragenen Aufgaben nach folgenden Grundsätzen bewältigt werden:

- unter Berücksichtigung der tatsächlichen Bedürfnisse und zukünftiger Entwicklungen,
- nach den Grundsätzen der Raschheit, Wirtschaftlichkeit, Zweckmäßigkeit und Bürgerfreundlichkeit,
- unter Einbeziehung und Motivation aller Partner im Aufgabenbereich,
- in Wahrung der Sicherheitsinteressen des Landes NÖ auf nationaler und internationaler Ebene

Das Vertrauen der Bevölkerung in ein funktionierendes Krisen- und Katastrophenmanagement stärken und fördern

Den/Die Leiter(in) der Bezirksverwaltungsbehörde in seiner / ihrer Aufgabenstellung bestmöglich zu unterstützen

Eine funktionierende Öffentlichkeitsarbeit und Pressebetreuung bei außergewöhnlichen Ereignissen und Anlässen sicherzustellen.

Den Informationsfluss der Behörde nach Außen in geordnete Bahnen lenken.

3. Aufgaben- und Entscheidungsbereich

3.1. Aufgabenbereich

3.1.1. Tätigkeiten im Rahmen des Einsatzstabes

3.1.2. Tätigkeiten der Öffentlichkeitsarbeit für den Einsatzstab

3.1.3. Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Behördentätigkeit

3.1.4. Vorbereitungstätigkeiten

3.2. Entscheidungsbereich