

Öffentlichkeitsarbeit

Alles, was Du als Angehöriger einer Feuerwehr sagst, machst, trägst oder ins Internet stellst, wird die Öffentlichkeit nicht nur auf dich persönlich zurückführen, sondern dabei auch Rückschlüsse auf die Feuerwehr allgemein ziehen!

Mit der Gründung einer Kinderfeuerwehr kann man auf dem Markt der Freizeitangebote für Kinder und Jugendliche bestehen. Vorteile der Kinderfeuerwehr in diesem Freizeitangebot sind die qualifizierten Betreuungspersonen und die entsprechende Sachausstattung, die kein anderer „Anbieter“ in dieser Form leisten kann. Durch ein klar gefasstes Ziel wissen die Kinder und deren Eltern, was sie erwartet. Durch gezielte Werbung und eine positive Öffentlichkeitsarbeit können neue Mitglieder gewonnen werden.

Die Kinderfeuerwehr ist Teil der Dorfgemeinschaft/Gemeinde und wird mit Sicherheit wahrgenommen und interpretiert. Und das nicht immer nach Maßstäben, die die Euren sind!

Das Bild, das von Euch in der Öffentlichkeit entsteht, wird also sowohl durch bewusst gestaltete „Kommunikation“ als auch durch ungeplante spontane Handlungen geprägt sein.

Vier grundlegende Schritte der Öffentlichkeitsarbeit

- auf sich aufmerksam machen
- die Außenwahrnehmung gestalten
- Offenheit zeigen
- dauerhaft die eigene Öffentlichkeitsarbeit hinterfragen und optimieren

Darstellungen nach Außen

- **Logo**
 - Die Kinderfeuerwehren Bayerns haben ihr eigenes Logo entworfen. Es steht zum Download unter www.lfv-bayern.de bereit oder kann über redaktion@lfv-bayern.de angefordert werden.
 - Wenn ein eigenes Logo gewünscht ist, sollte man auf eine kindgerechte und einfache Gestaltung achten.
- **Pressemitteilungen**
 - Bei Pressemitteilungen gehört das Wichtigste immer an den Anfang, da bei Kürzungen durch die Redaktionen gerne von hinten nach vorne gekürzt wird. Die folgenden fünf W-Fragen sollten immer beantwortet werden: Wer, was, wann, wo, wie?
- **Internetpräsenz/Soziale Medien**
 - Ohne das Internet wird es in Zukunft nicht mehr gehen, es ist ein immer stärkerer Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit.
 - Die meisten Feuerwehren unterhalten bereits eine Homepage. Auf dieser sollte, nach der Gründung der Kinderfeuerwehr, ein eigener Bereich „Kinderfeuerwehr“ erstellt werden.

- Es ist eine sehr gute Plattform, um sich vorzustellen und positiv darzustellen.
 - Vorteil ist u.a. die schnelle Aktualisierung und Mitteilung künftiger Ereignisse.
 - Eine kontinuierliche Pflege muss gewährleistet sein – veraltete Informationen sind nicht zielführend.
 - Wenn eine regelmäßige Pflege nicht möglich ist, dann sollten nur allgemeingültige und neutrale Informationen veröffentlicht werden.
 - Inhalte können beispielsweise sein: Erklärung der Kinderfeuerwehr, aktueller Gruppenstundenplan, Treffpunkt und Uhrzeit der Gruppenstunden, Inhalte der Gruppenstunden, Ansprechpartner mit Kontaktdaten, Berichte von vergangenen Aktionen usw.
 - Fotos lockern das Ganze auf.
 - Bei der Gestaltung gilt: Weniger ist mehr!
- **Schaukästen**
 - Nicht nur mit Plakaten und Informationen (z.B. aktuelle Gruppenstundenpläne bzw. Kontaktdaten) gestalten.
 - Bildercollage der Gruppenstunden anbringen. (Bilder sprechen die Menschen an)
 - Utensilien der Gruppenstunden wie z.B. gebastelte Feuerwehrautos oder selbst gemalte Bilder mit einbauen.
 - Aktualisieren nicht vergessen!
 - **Flyer**
 - Der Flyer ist der Klassiker der Werbung, denn es lässt sich eine Menge Inhalt unterbringen und er ist relativ kostengünstig herzustellen.
 - Er sollte Informationen zu Gruppenstunden (Inhalt, Zielgruppe, Treffpunkt) in kindgerechter und attraktiver Form enthalten.
 - Damit soll die Neugier der Kinder geweckt werden – sie müssen sich persönlich angesprochen fühlen.
 - Flyer direkt an die Kinder verteilen – das hinterlässt die größte Wirkung durch den persönlichen Kontakt. (z.B. an Bushaltestellen, Kindergärten, Schulen)
 - Alternative: Postwurfsendung
 - Der LFV Bayern hat einen allgemeinen Flyer erstellt der gerne benutzt werden darf. Diesen kann man kostenlos über unsere Homepage bestellen.
 - **Plakate**
 - Können selbst gestaltet und kostengünstig gedruckt werden.
 - Breite Masse kann erreicht werden.
 - Im Vergleich zum Flyer hat man jedoch weniger Platz für Inhalte.
 - Der Betrachter registriert maximal fünf verschiedene Informationen.
 - Bei der Gestaltung nicht auf Masse der Inhalte setzen sondern auf einen besonderen Effekt, der in Erinnerung bleibt.
 - Kreative und originelle Umsetzungen erzielen höhere Aufmerksamkeit.
 - **Infoveranstaltungen/Elternarbeit**
 - Die durch den Flyer ausgelöste Neugierde bei Kindern und Eltern kann durch einen Infonachmittag befriedigt werden.

- Besonders ansprechende, kindgerechte Aktionen (z.B. Fahrt mit dem Feuerwehrauto, Spritzübungen, Vorführungen, basteln, etc.) binden die Kinder an das neue Freizeitangebot.
- Es wird das Bedürfnis ausgelöst, unbedingt zum nächsten Treffen wieder zu kommen.
- Es kann auch regelmäßige Infoangebote zu aktuellen/allgemeinen Themen geben, die das Interesse wecken. (z.B. Rauchmelder-Tag, Fettbrand und weitere Brände richtig Löschen, Feuerlöscher bedienen, Sicherheit im Verkehr, Erste Hilfe, Quiz, etc.)
- **Tag der offenen Tür**
 - Infowände mit Fotos, die einen guten Eindruck vermitteln gestalten
 - Zeichnungen und gebastelte Objekte der Kinder ausstellen
 - Aktionen für einen solchen Tag können u.a. sein: Liedervortrag, Kuchenverkauf, Spiele und Aktionen für die Kinder, Spiele für Eltern und Kinder, Quiz und Wissensfragen für Eltern und Kinder, Wasserspiele
- **Gruppenstunde und Gruppenraum**
 - Wie eine Gruppenstunde ansprechend gestaltet wird, ist im Kapitel „Gruppenstunden & Wettbewerbe“ umfangreich erläutert.
 - Der Gruppenraum soll kindgerecht und ansprechend gestaltet sein, damit die Kinder sich auch gerne darin aufhalten.
- **Einheitliches Auftreten**
 - Bei öffentlichen Veranstaltungen sowie bei der Gruppenstunde ist anzuraten für das WIR-Gefühl eine eigene Kleidung für die Kinder anzubieten.
 - Es soll keine Schutzkleidung im herkömmlichen Sinn sein – denn die Kinder üben nicht nach der FwDV.
 - Beispielsweise können Team-Shirts zusammen gestaltet werden, in denen sich die Kinder als Mitglieder der Kinderfeuerwehr zugehörig fühlen.
 - Eine weitere Möglichkeit wären Kinderfeuerwehrwesten, wie es auch schon in NRW praktiziert wird.
 - Wir raten von den Farben blau und orange ab, da diese die Farben der Jugendfeuerwehr sind.
 - Weiterhin wird empfohlen, dass die Kinder bei den Gruppenstunden festes Schuhwerk tragen.

Nutzt diese Möglichkeiten und pflegt die Kommunikationsebenen, z.B. Pressekontakte und Eure Homepage. Nichts ist frustrierender für Betreuer als das Gefühl zu haben, dass hier ein guter Job gemacht wird, es aber keiner merkt.

Die Präsenz Eurer Arbeit in Eurem Umfeld ermöglicht evtl. auch Kontakte und Schnittstellen mit Personen und Institutionen, die Euch in Eurer Arbeit unterstützen und fördern wollen.

Öffentlichkeitsarbeit

Beiläufiger Einfluss auf die öffentliche Darstellung der Kinderfeuerwehr

- Verhalten in der Öffentlichkeit
- (Ungepflegte) Kommunikationsformen innerhalb und außerhalb
- Betreuerverhalten und -wechsel
- Konflikte, die in die Öffentlichkeit getragen werden
- Persönliche Vorbehalte

Bleibt als Betreuer untereinander und mit anderen immer im Gespräch über Eure Arbeit, auch und besonders über den Aspekt der Außendarstellung. Denn das Sprichwort „Ist der Ruf erst ruiniert, lebt sich's völlig ungeniert!“ ist für die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen mehr als nur schädlich.

Um Öffentlichkeitsarbeit in Gemeinden oder Städten zu betreiben, ist es einfach und effektiv sich an Gemeinde- oder Stadtaktionen zu beteiligen.

Aktionen können z.B. sein:

- Müllsammelaktionen/Ramadama
- Tag der offenen Tür
- Beteiligung am Babybasar
- Beteiligung am Flohmarkt
- Beteiligung am Weihnachtsmarkt
- Beteiligung an sportlichen Aktionen
- Christbaumsammelaktionen

Wenn es solche Aktionen in Eurer Gemeinde nicht gibt, kann man sie auch selbst ins Leben rufen. Man sollte sich dann mit anderen Institutionen auseinandersetzen, um von ihnen vielleicht Unterstützung zu bekommen.

Andere Institutionen könnten sein:

- andere Hilfsorganisationen
- Kindergärten
- Sport- und sonstige Vereine
- Schulen
- Kirchen
- Geschäfte vor Ort

Um solch eine Aktion in der Umgebung bekannt zu machen, sollte man die Werbung nicht vergessen. Sie ist sehr wichtig. Dazu kann man verschiedenen Medien nutzen.

- **Zeitungsartikel**

- kurze und knappe Texte
- der Inhalt muss schnell zu erfassen sein (was, wann, wo, wer)

Öffentlichkeitsarbeit

- **Plakate**
 - ein Plakat muss sich von der Umgebung abheben und auffällig sein
 - kurze und knappe Sprache
 - der Inhalt muss schnell zu erfassen sein (was, wann, wo, wer)
- **Flyer**
 - nur die wichtigsten Informationen aufführen
 - Zeichnungen, Fotos oder Grafiken lockern auf
 - ein Beispiel-Flyer ist im Bereich „Anlagen/Kopiervorlagen/Ideen“ abgedruckt
- **Homepage**
 - in Zeitungsartikeln, auf Plakaten und Flyern sollte immer auf die Homepage verwiesen werden
 - übersichtliche Seite gestalten
 - gerne auch mit Bildern auflockern
- **Soziale Medien**
 - immer wieder kurz und prägnant auf die Aktion hinweisen
 - aktuellen Stand mitteilen

Am Ende solcher Aktionen kann und sollte man die Ergebnisse bzw. die Ereignisse in der regionalen Tageszeitung kundtun. Entweder man lädt sich die Presse zu solch einem Ereignis ein oder man schreibt selbst einen Artikel und schickt ihn zur regionalen Zeitung. Wie man eine Pressemitteilung aufbereitet, ist bereits oben beschrieben. Gerne können auch immer ein bis zwei Bilder mitgeschickt werden.

Bilder von Kinderfeuerwehrkindern in der regionalen Tageszeitung zu veröffentlichen ist nicht verboten, wenn die Kinder im Vorfeld eine von den Eltern unterschriebene Einverständniserklärung zur Kinderfeuerwehr mitgebracht haben. Eine solche Erklärung sollte grundsätzlich mit dem Aufnahmeantrag unterzeichnet werden. Dieser ist im Abschnitt „Anlagen/Kopiervorlagen/Ideen“ abgedruckt.

Gut zu wissen

Veröffentlicht in Zeitung und Internet nie nur ein Gruppenfoto – diese wirken oft sehr statisch. Es kommt immer besser an, die Kinder in Aktion zu sehen. Das lenkt, vor allem bei Zeitungen, den Blick auf genau diesen Bericht und zieht die Leute an.

Öffentlichkeitsarbeit