

Positionspapier zur Presse- und Medienarbeit im Roten Kreuz

Inhalt

1.	Zum Geleit: Vorgeschichte und Ziel dieses Positionspapiers	2
2.	Forderungen an das Rote Kreuz im Kontext PuMA	3
2.1.	Anerkennung des Aufgabenbereiches Presse- und Medienarbeit als eigenständige Profession im Roten Kreuz und unverzichtbaren Teil von Rotkreuzarbeit	3
2.2.	Schaffung eines PuMA-Netzwerkes	3
2.3.	Institutionalisierung: Fachdienst PuMA	3
2.4.	Mögliche Rolle der Landesgeschäftsstelle	4
	Organisation des Netzwerkes	4
	Bereitstellen von Plattformen und Werkzeugen	4
	Akzeptanz des PuMA-Netzwerkes	4
3.	Inhaltliche Anforderungen an eine und Chancen einer PuMA-Gruppe	4
3.1.	Zusammensetzung der Gruppe und Arbeitsweise	5
3.2.	Vernetzung und Erfahrungsaustausch oder "Die Geschichte mit dem Rad"	5
3.3.	Bündelung von Kommunikationswirkung: "Die Stimme des Roten Kreuzes"	6
3.4.	Nutzung von Synergien	6
3.5.	Umsetzung des einheitlichen Erscheinungsbildes des Roten Kreuzes	6
3.6.	Professionalisierung und Intensivierung der Presse- und Medienarbeit der Gliederungen, Schaffen von Standards	7
3.7.	Etablieren von landesweiten Bildungsangeboten zur Presse- und Medienarbeit	7
3.8.	Zusammenarbeit bei Projekten von allgemeinem Interesse	8
3.9.	Kommunikationsstrategien für den Einsatzfall und überörtliche Zusammenarbeit	8
3.10.	PuMA-Experten als BeraterInnen und DienstleisterInnen	8
4.	Konkrete Projektideen	9
4.1.	Webseiten	9
4.2.	Bilddatenbank	9
4.3.	Imagefilm	9
4.4.	Soziale Netzwerke	9
4.5.	Materialbörse	9
5.	Initiatoren, Kontakt und Beteiligung	10

1. Zum Geleit: Vorgeschichte und Ziel dieses Positionspapiers

Ursprünglich anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 wurde von der Landesgeschäftsstelle erstmals eine PuMA (Presse- und Medienarbeit)-Gruppe einberufen. Ziel war die Koordination der Medienarbeit zur WM unter den regionalen Gliederungen der Austragungsorte. So ergab sich auch die Zusammensetzung der Gruppe.

In der weiteren losen Zusammenarbeit entwickelten sich gemeinsame Themen, an denen gearbeitet wurde. Als Beispiel sei das Ziel einer gemeinsam genutzten Bilddatenbank oder die gemeinsame Nutzung von Ideen und Materialien in der Medienarbeit genannt. Die Zusammenarbeit schief im Laufe des Jahres 2008 nahezu vollständig ein. Nach dem Ausscheiden der Pressesprecherin aus der Landesgeschäftsstelle wurde die Gruppe 2009 erneut einberufen, da viele aus der Gruppe den Wunsch auf Fortführung an die Interims-Pressesprecherin herangetragen hatten.

In diesem Gespräch wurde vereinbart, die Idee und Ziele einer solchen Gruppe schriftlich zu fixieren, um dieses Papier dann ggf. mit Gremien und dem Landesgeschäftsführer diskutieren zu können. Das war vor über einem Jahr, eine weitere Kontaktaufnahme gab es jedoch seither nicht. Die Idee einer Vernetzung der Presse- und Medienarbeiter im Roten Kreuz und die Anerkennung des Stellenwerts von PuMA als unverzichtbaren Teil von Rotkreuzarbeit hat jedoch nicht an Aktualität und Brisanz verloren.

Ziel dieses Dokuments soll deshalb, neben dem ursprünglichen Zweck, die Formulierung einer Vision für die Presse- und Medienarbeit des Roten Kreuzes (mindestens) in Bayern und für die inhaltlichen Chancen eines entsprechenden Netzwerkes der Öffentlichkeitsarbeiter sein, das als konstruktiver Impuls und Diskussionsgrundlage für die ehrenamtlichen Gremien aller Ebenen sowie die Landesgeschäftsstelle und ggf. die Kreisgeschäftsstellen dienen kann. Darüber hinaus soll das Papier auch als Ausgangspunkt einer Diskussion zum Stellenwert und zur Wirklichkeit der Presse- und Medienarbeit im Roten Kreuz verstanden werden. Wir freuen uns auf die konstruktive Diskussion mit allen, denen die PuMA und das Rote Kreuz am Herzen liegen. Dies impliziert auch, dass es eben kein fertiges Konzept oder Produkt ist, sondern vor allem Gegenstand gemeinsamer Entwicklung und Verbesserung sein soll. Details siehe unten (Kontakt und Beteiligung).

2. Forderungen an das Rote Kreuz im Kontext PuMA

2.1. Anerkennung des Aufgabenbereiches Presse- und Medienarbeit als eigenständige Profession im Roten Kreuz und unverzichtbaren Teil von Rotkreuzarbeit

Presse- und Medienarbeit wird heute im Roten Kreuz in unterschiedlichen Strukturen und unterschiedlich professionell wahrgenommen (s.u.). Nicht jede Gliederung und nicht alle Leitungs- und Führungskräfte sind sich des Stellenwertes von PuMA bewusst. Dementsprechend wird PuMA nicht durchgängig und oft nicht mit der notwendigen Professionalität umgesetzt. Zudem entsteht der Eindruck, dass die Gliederungen sehr stark isoliert und wenig vernetzt PuMA betreiben und dass es wenig konkrete Hilfestellungen für PuMA gibt.

Teilweise scheinen auch wenig Kenntnisse über das Maß von Kompetenzen und professioneller Erfahrung vorhanden zu sein, die für eine sinnvolle PuMA erforderlich sind. Die Anforderungen und insbesondere die erforderliche Routine sind sicherlich mit anderen Fachdiensten im Roten Kreuz vergleichbar. PuMA-Kräfte müssen daher als spezialisierte Einsatzkräfte anerkannt und nicht als schmückendes und/oder störendes Beiwerk abgetan werden. PuMA lebt von Information, Kooperation und Vertrauen des Rotkreuz-Managements und der Mitarbeitenden. Die internen und externen Dienstleistungen, die heute von PuMA-Teams erbracht werden, können sich in vielen Fällen mit teuren kommerziellen externen Dienstleistungen messen lassen.

Daher muss es ein klares Bekenntnis (analog dem der aktuellen Landesbereitschaftsleitung) von den jeweiligen obersten Ebenen der Gemeinschaften und der Geschäftsstelle zum Aufgabenbereich PuMA geben. Diesem Bekenntnis muss dann kongruentes Handeln und idealer Weise eine klare Strategie als Rahmenbedingung für alle Presse- und Medienarbeiter im Roten Kreuz folgen. Dazu gehört auch Unterstützung in Form von Information, Delegation und Vertrauen.

2.2. Schaffung eines PuMA-Netzwerkes

Als erster Schritt könnte dementsprechend die WM-Idee wieder aufgegriffen und eine Vernetzungsgruppe aus aktiven und erfahrenen Presse- und Medienarbeitern im Roten Kreuz gebildet werden. Ideen zur Arbeitsweise dieser Gruppe finden sich im Kapitel 3. Eine solche Gruppe könnte der erste Schritt in die richtige Richtung sein und eine entsprechende Strategie und weitere (auch organisatorische) Schritte mit gestalten. Dieses Papier kann eine erste Stoffsammlung hierfür darstellen.

2.3. Institutionalisierung: Fachdienst PuMA

Als mittelfristiges Ziel ist in jedem Fall eine Institutionalisierung der Presse- und Medienarbeit im Roten Kreuz erforderlich. Aktuell liegt es im Belieben der Gliederungen, ob sie PuMA betreiben oder nicht. Da diese Aufgabe jedoch erfolgskritisch für das Rote Kreuz als Ganzes ist, muss der Stellenwert durch eine institutionelle Verankerung deutlich werden. Denkbar ist dies durch Schaffen eines Fachdienstes und die explizite Klarstellung in Satzung und Ordnungen. Ggf. muss auch eine andere Institutionsform gefunden werden, um die Erfassung aller Rotkreuzgemeinschaften sowie der

Geschäftsstellen mit ihren beruflichen Geschäftsfeldern sicherzustellen. Wichtig ist auch, ein klares Bekenntnis zur Organisation und zu den Strukturen der Öffentlichkeitsarbeit in den einzelnen Regularien und Publikationen abzulegen. Der Tenor muss hierbei sein, von den oft restriktiven und wenig zeitgemäßen Regelungen ("Öffentlichkeitsarbeit nur durch Vorstand und KGF") eine konstruktive Entwicklung hin zu einer dezentralen, professionellen und koordinierten PuMA zu gestalten, die Transparenz, aktive Information, Delegation und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den PuMA-Teams beinhaltet. Dabei ist auch darauf zu achten, dass die zu schaffenden Strukturen keinesfalls schwerfällig und ver hindernd sein dürfen. Strukturen nur um der Strukturen Willen sind nicht hilfreich. Dies ist sicher ein langer Weg, ihn zu gehen ist jedoch dringend notwendig und birgt deutlich mehr Chancen als Risiken.

2.4. Mögliche Rolle der Landesgeschäftsstelle

Organisation des Netzwerks

Der Landesgeschäftsstelle könnte für das PuMA-Netzwerk insbesondere eine koordinierende und organisatorische Rolle zukommen. Dies betrifft etwa die Einladung zu den Vernetzungstreffen und ggf. die Kommunikation in Richtung verschiedener Gremien. In jedem Fall ist sicherzustellen, dass das PuMA-Netzwerk nicht für Interessen der Landesgeschäftsstelle mißbraucht wird. Es dient vielmehr der Wahrung der Interessen der darin Mitwirkenden sowie der Interessen des Roten Kreuzes als Gesamtorganisation.

Weiterhin ist die Pflege von Kontakt- oder Mailinglisten, die Unterstützung bei Recherchen und bei der Bewußtseinsarbeit Richtung Kreisgeschäftsstellen und ehrenamtlicher Gremien auf allen Verbandsebenen denkbar.

Bereitstellen von Plattformen und Werkzeugen

Die Landesgeschäftsstelle könnte das Bereitstellen von gemeinsam entwickelten Lösungen übernehmen. Denkbar sind das Hosting der Vernetzungsplattform (s.u.), aber auch das Verwalten von gemeinsam genutzten Ressourcen. Zudem sollte die Landesgeschäftsstelle als Schnittstelle für die Zusammenarbeit bei überörtlichen Ereignissen zur Verfügung stehen und ggf. den Kontakt zu überörtlichen Medien und/oder Presseagenturen übernehmen. Auch die Publikation der Ergebnisse des PuMA-Netzwerks auf www.brk.de und im EIS sollte von der Landesgeschäftsstelle koordiniert werden.

Akzeptanz des PuMA-Netzwerks

Die Landesgeschäftsstelle könnte schließlich für eine Akzeptanz der Aufgaben und Tätigkeiten des PuMA-Netzwerkes sorgen. Denn Voraussetzung für den Erfolg der Gruppe ist die Akzeptanz in den Gliederungen aller Ebenen. Hierzu könnte die Landesgeschäftsstelle in den unterschiedlichen Gremien sowohl in Richtung der Kreisgeschäftsstellen (für die berufliche Seite der PuMA) als auch in Richtung der ehrenamtlichen Strukturen (für die ehrenamtliche Seite der PuMA) wirken und so die Basis für die Arbeit des Netzwerkes schaffen. Dabei wird es wichtig sein, Vertrauen in die Arbeit der Gruppe aufzubauen und insbesondere die Sorge vor der Instrumentalisierung der Gruppe durch die Landesgeschäftsstelle oder andere Instanzen glaubwürdig zu zerstreuen. Vielmehr muss deutlich werden, dass die Teilnehmer des Netzwerkes vor allem die Interessen der sie entsendenden Gliederungen vertreten und auf ein gesamtverbandlich wertvolles Ergebnis hinwirken.

3. Inhaltliche Anforderungen an eine und Chancen einer PuMA-Gruppe

Eine mögliche PuMA-Gruppe als Netzwerk auf Landesebene wird letztlich nur tragfähig sein, wenn ihre Mitglieder von der Mitarbeit profitieren, sich Synergien ergeben und die PuMA-Akteure sich auf hundertprozentige Rückendeckung ihrer jeweiligen Gliederung verlassen können. Es braucht also gemeinsame Ideen und das Gefühl der eigenen Entlastung. Dies gilt insbesondere, weil die Mitglieder nur zum Teil beruflich für das Rote Kreuz tätig sind. Entsprechend dem Stellenwert und dem Potenzial des Ehrenamtes im Roten Kreuz muss eine Mitwirkung in der PuMA-Gruppe gerade für diesen

Personenkreis möglich und sinnvoll sein. Dies gilt umso mehr, als nicht in allen Kreisverbänden die Aufgabe der Medienarbeit hauptberuflich wahrgenommen wird. Mehr dazu unter Zusammensetzung.

3.1. Zusammensetzung der Gruppe und Arbeitsweise

Ideal wäre eine heterogene Zusammensetzung aus Öffentlichkeitsarbeitern unterschiedlicher Kreisverbände und Gliederungsebenen. Erfreulich wäre zudem eine möglichst breite Teilnahme vieler Gliederungen und insbesondere aller Rotkreuzgemeinschaften. Dies wird aber gleichzeitig allein wegen der räumlichen Verteilung und wegen des organisatorischen Aufwandes nur schwer möglich sein.

In jedem Fall müssen sich die Mitglieder freiwillig und aus intrinsischen Motiven in die Gruppe einbringen, da nur so eine konstruktive Arbeitsatmosphäre und ein gutes Ergebnis zustande kommen kann. Hinderlich sind dagegen Mitglieder, die vor allem aus passivem Informationsinteresse oder aber zur gezielten Verhinderung von Initiative und Ergebnissen der Gruppe teilnehmen.

Für die Zusammensetzung der Gruppe sollte zunächst analysiert werden, wie Presse- und Medienarbeit heute de facto in den Kreisverbänden erbracht wird. Hier gibt es in einigen Kreisverbänden berufliche, nebenberufliche oder ehrenamtliche Pressesprecher oder zumindest Pressereferenten. In anderen Kreisverbänden wird die Presse- und Medienarbeit durch die Kreisgeschäftsführung wahrgenommen. Die meiste Aktivität im Kontext PuMA geschieht jedoch vor Ort: In den vielen örtlichen Gliederungen und Einrichtungen, von Wasserwachtstation über Rettungswache und Kindertageseinrichtung bis hin zu Altenheim, Pflegedienst, Bergwachtgliederung und Bereitschaften. Letztlich ist jede Gliederung zwangsläufig mehr oder weniger professionell in der Medienarbeit aktiv, weil dies die Basis für Mitgliedergewinnung und Mittelbeschaffung ist. Die Chance der PuMA-Gruppe ist, diese Aktivitäten zu unterstützen, zu bündeln, zu professionalisieren und auszuweiten. Ziel soll eine professionelle, optisch einheitliche und inhaltlich abgestimmte Medienarbeit aller Gliederungen des Roten Kreuzes (primär in Bayern, aber prinzipiell auch bundesweit) sein.

Daher darf der Zugang zur PuMA-Gruppe nicht exklusiv und elitär sein, er muss vielmehr transparent sein und prinzipiell allen Interessierten offenstehen. Die Gewinnung von Teilnehmern sollte einerseits auf der ehrenamtlichen Schiene über die Gemeinschaftsleiter auf Landes- und Kreisebene und andererseits auf der beruflichen Schiene über die Kreisgeschäftsstellen betrieben werden. Hierzu braucht es eine klare Zielrichtung der Gruppe und transparente Erwartungen und Angebote. Hierzu soll auch dieses Papier beitragen.

3.2. Vernetzung und Erfahrungsaustausch oder "Die Geschichte mit dem Rad"

Zunächst soll die PuMA-Gruppe ganz banale Funktionen erfüllen. Dies ist beispielsweise das Kennenlernen der Medienarbeiter untereinander und der gemeinsame Erfahrungsaustausch. So wird auch die aktuelle Situation der Presse- und Medienarbeit in den bayerischen Kreisverbänden deutlich (Umfang, Strategie, Themen, Erfahrungen). Die persönliche Beziehung untereinander ist Voraussetzung für vertrauensvolle Zusammenarbeit, Nutzung von Erfahrungen und die konkrete Unterstützung bei Projekten und im Einsatzfall.

Dieser Kontakt und der Austausch ermöglichen auch das Lernen voneinander und die Identifikation von "Kompetenzzentren" zu einzelnen Themen. Dies stellt kurze Wege und das Teilen von Ressourcen untereinander sicher und vermeidet das ständige Neuerfinden des Rades.

Hierzu können durchaus Treffen und persönliche Kontakte der Gruppe dienen. Da jedoch die örtliche Entfernung und die zeitlichen Ressourcen insbesondere der ehrenamtlich tätigen Medienarbeiter diese Treffen erschweren, sollte als Unterstützung auch eine digitale Plattform für die Gruppe gefunden werden. Das muss nicht zwingend ein neues Werkzeug sein (Wissensbörse, EIS, andere?), es muss jedoch allen zur Verfügung stehen, einfach und dezentral bedienbar sein und einen klaren Mehrwert für die Beteiligten bieten. Insgesamt kommt digitalen Medien sowohl für die Unterstützung der Zusammenarbeit der Medienarbeiter als auch als direkter Kanal der Medienarbeit (siehe unten) eine entscheidende Bedeutung zu.

3.3. Bündelung von Kommunikationswirkung: "Die Stimme des Roten Kreuzes"

Heute findet die Medienarbeit überwiegend dezentral in den örtlichen Gliederungen und Einrichtungen, wenig koordiniert und unterschiedlich professionell statt. Die Dezentralität ist dabei eher Stärke als Schwäche und soll auch nicht abgeschafft werden. Gleichzeitig könnte ein PuMA-Netzwerk sicherstellen, dass gewisse Botschaften und Formulierungen von allen Gliederungen aufgegriffen und gestreut werden. Dies ist nicht nur bei großen Themen wie Helfergleichstellung und Führerscheinregelung hilfreich, sondern ggf. auch bei Alltagsthemen. Gleichzeitig könnten so für die Organisation wichtige Themen in die Gliederungen getragen werden, zugleich mit dem Ziel der Information und Verbreitung. Dies gilt für regionale bayerische Themen ebenso wie für nationale und internationale Rotkreuzthemen. Die Einhaltung des einheitlichen Erscheinungsbildes ist eigentlich selbstverständlich, soll aber dennoch explizit als Chance des Netzwerks aufgeführt werden (siehe unten). Schließlich sind wir stolzer Teil der internationalen Rotkreuz- und Rothalbmondbewegung und bereit, dieser Verantwortung gerecht zu werden. Dieser Punkt ist eng verknüpft mit möglichen Synergien (siehe dort).

3.4. Nutzung von Synergien

Ein großes Potenzial eines PuMA-Netzwerks ist das Erzielen von Synergien. Diese können vielfältig sein.

Erste konkrete Ideen enthalten:

- Gemeinsame Nutzung von Ideen und Materialien zur Medienarbeit: wer hat schon einen Flyer zu einem bestimmten Thema entwickelt, wo sind Buttons oder Druckdienstleistungen am billigsten, wer kennt einen professionellen Fotografen, der dem Roten Kreuz nahe steht?
- Gemeinsame Nutzung von Informationskanälen: Bereitstellen und Pflege von Presseverteilern
- Konkrete Einsparungen bei kostenpflichtigen Dienstleistungen: Zugriff auf Mediendatenbanken, Agenturabonnements bzw. -zugänge (z.B. OTS), Dokumentvorlagen, Teilen von Bildrechten, Preisvergleich bzw. Austausch von Bezugsquellen, kostenlose Nutzung intern vorhandener Kompetenzen oder Vermittlung günstiger Dienstleistungen
- Berichterstattung zu Veranstaltungen und Erstellen von Presstexten für Print und Web: Bildung eines Medienpools, ggf. Aufbau eines kaskadierten Redaktionssystems für Webseiten, gemeinsame Nutzung von "Geschichten". Bei überörtlichen Veranstaltungen könnte statt Doppelarbeit die Arbeit aufgeteilt werden (z.B. Kontingenteinsätze, Übungen, etc.)
- Ideen, Aktionen und Kampagnen, die lokal durchgeführt werden, können ggf. landesweit und darüber hinaus Verwendung finden. Der individuelle Realisierungsaufwand reduziert sich dabei bei den Zweitnutzern erheblich. So kommen die Ressourcen, die ohnehin von einer Gliederung investiert werden, Vielen zugute.

Hier liegt in jedem Fall ein großes Potenzial der Gruppe. Dies ist auch der Grund, weshalb die Arbeit der Gruppe kein zusätzliches Geld kosten muss. Es ist im Gegenteil zu erwarten, dass gesamtverbandlich eher Mittel eingespart werden können.

Bei allen positiven Seiten möglicher Synergien muss jedoch sichergestellt werden, dass keine Partei von anderen Parteien instrumentalisiert oder ausgebeutet wird. Das Verhältnis von Geben und Nehmen muss in einem gesunden Gleichgewicht gehalten werden, da sonst die intrinsische Motivation der Teilnehmer schnell abnehmen wird und sie die Gruppe verlassen. Insbesondere die ehrenamtlichen PuMA-Akteure kommen in ihrer Tätigkeit für das Rote Kreuz häufig an zeitliche Grenzen.

3.5. Umsetzung des einheitlichen Erscheinungsbildes des Roten Kreuzes

Als ein Baustein der Professionalisierung könnte ein PuMA-Netzwerk verstärkt an der Sensibilisierung zur Einhaltung des Erscheinungsbildes des Roten Kreuzes und an der konsequenten Einhaltung und Umsetzung in allen Gliederungen mitwirken. Dies geschieht durch Bewußtseins- und ggf. Bildungsarbeit, aber auch konkret durch konstruktive Kritik und das Tauschen von Vorlagen und

Material. Das Netzwerk trägt damit zur besseren Wahrnehmung aller Gliederungen als "ein Rotes Kreuz" bei. Hier besteht Nachholbedarf, obwohl ein einheitliches Erscheinungsbild eigentlich selbstverständlich und leicht umsetzbar ist.

3.6. Professionalisierung und Intensivierung der Presse- und Medienarbeit der Gliederungen, Schaffen von Standards

Wie bereits geschildert, wird Presse- und Medienarbeit im Roten Kreuz heute von vielen Gliederungen und auf vielen Ebenen in unterschiedlicher Professionalität geleistet. Dies ist auch nicht verhinderbar, muss allerdings positiv beeinflusst werden.

Dies geschieht zunächst durch das Entwickeln von Standards und Bereitstellen von Ideen, Konzepten und Materialien zur Medienarbeit. Zudem können die Erfolge des PuMA-Netzwerks dazu dienen, diejenigen Gliederungen von der Wichtigkeit der Aufgabe zu überzeugen, die heute noch keine Medienarbeit betreiben. Auch die Entwicklung von Bildungsangeboten (siehe dort) und das Einbeziehen von Kompetenzen und Erfahrungen der Netzwerkmitglieder trägt zur Professionalisierung der Medienarbeit im Roten Kreuz insgesamt bei und hilft, einen Pool von PuMA-Profis aufzubauen, die auch für überörtliche Projekte und Zusammenarbeit angefragt werden können.

Diese Professionalisierung hilft, den Aufwand, der ohnehin in den Gliederungen für PuMA geleistet wird, konstruktiv und im Sinne des Roten Kreuzes zu nutzen. Zudem macht sie den Stellenwert von und die Anforderungen an moderne PuMA deutlich und institutionalisiert somit die Medienarbeit im Roten Kreuz als wichtiges Aufgabengebiet (ähnlich wie dies das THW mit der Funktion "Beauftragte/r für Öffentlichkeitsarbeit" umgesetzt hat). Denn gelungene Kommunikation darf nicht vom Zufall abhängen!

Zugleich hilft eine Professionalisierung, die heute häufig noch passive und reaktive Medienarbeit oder aber das schlichte Verpassen von Kommunikationsmöglichkeiten positiv zu verändern.

3.7. Etablieren von landesweiten Bildungsangeboten zur Presse- und Medienarbeit

Ein wichtiger Baustein der Professionalisierung der Presse- und Medienarbeit ist ein systematisches Konzept für die modulare und zeitgemäße Aus- und Fortbildung von Medienarbeitern im Roten Kreuz. Die letzten systematischen Angebote hierzu gab es von der DRK-Akademie, die jedoch mittlerweile abgewickelt wurde. Zudem hatte sich die Landesgeschäftsstelle um entsprechende Angebote bemüht, dies aber nicht transparent kommuniziert. Somit bilden sich heute die Medienarbeiter entweder bei den wenigen verbliebenen Angeboten im internen Bildungskatalog, bei externen Anbietern oder in Eigenregie fort. Dies ist zum Teil sehr erfolgreich, aber wenig systematisch und steht somit nur wenigen Beteiligten offen.

Als erster Schritt sollten die erforderlichen Kompetenzen für Presse- und Medienarbeiter, ggf. in mehreren Stufen und Modulen, beschrieben werden. Dazu passend sollten dann entweder bestehende (interne und externe) Qualifikationsmöglichkeiten identifiziert oder neue geschaffen werden. Hierzu sollte eine intensive Abstimmung auf Bundesebene erfolgen, da dies kein landesspezifisches Thema ist. Anschließend kann analog zu vielen anderen Themen der Fachausbildung auch hier ein festes Bildungsangebot etabliert werden. Neben der grundständigen, modularen PuMA-Ausbildung gehören dazu auch regelmäßige Fortbildungen für PuMA-Experten sowie für amtsbedingte PuMA-Akteure (z.B. Führungskräfte der Bereitschaften im Rahmen der Fortbildungspflicht). Zudem muss PuMA als Thema geschickt in die Lernkonzepte der Grund- und Fachausbildungen sowie der Leitungs- und Führungskräftequalifizierung integriert werden, wo dies heute noch nicht der Fall ist.

Ggf. können Kompetenzträger aus einem aufzubauenden PuMA-Netzwerk oder geeignete externe Dienstleister hierzu eingesetzt werden.

Unabhängig von diesen Bildungsangeboten sollte es das Angebot eines jährlichen Vernetzungstreffens von Öffentlichkeitsarbeitern aller Ebenen geben. Bei einem solchen Treffen

könnte ein partizipativer Mix aus Fortbildung, Diskussion und gemeinsamer intensiver Projektarbeit verfolgt werden.

3.8. Zusammenarbeit bei Projekten von allgemeinem Interesse

Bei übergreifenden Themen oder Themen, an denen viele ein Interesse haben und die sonst mehrfach lokal umgesetzt würden, kann eine systematische und arbeitsteilige Zusammenarbeit über das PuMA-Netzwerk koordiniert werden.

Beispiele sind die Einführung einer Austauschplattform, Bilddatenbank oder aber andere konkrete Projekte (siehe dort). Material kann dann gleich so erstellt werden, dass es potenziell gemeinsam oder verteilt von vielen Gliederungen genutzt werden kann. Der Aufwand erhöht sich dadurch in der Regel nicht, der Nutzen sehr wohl.

3.9. Kommunikationsstrategien für den Einsatzfall und überörtliche Zusammenarbeit

Ein wichtiges Potenzial des PuMA-Netzwerks ist auch das Erarbeiten von Kommunikationsstandards und -strategien für den Einsatz- bzw. Krisenfall. Dazu können Informationswege gehören, das gemeinsame Vorbereiten von so genannten "Dark Sites" (vorbereitete, jedoch verborgene Internetseiten) für die Krisenkommunikation, aber auch das gemeinsame Entwickeln von Strategien, Formulierungen, Vorgehensmodellen für Pressekonferenzen etc.

Zudem bildet das Netzwerk einen Pool von Personen, die sich im Einsatzfall auf Anforderung unterstützen können, sei es im Hintergrund (Texten, Webseitenpflege, Medienanalyse) oder vor Ort (Stabsarbeit, Pressebetreuung, Vorbereiten und Begleiten von Interviewpartnern, Organisieren von Pressekonferenzen, Recherche, Fotodokumentation, Vermitteln von Anfragen und Ansprechpartnern). Die gemeinsame Arbeit im PuMA-Netzwerk, das persönliche Kennen sowie das gemeinsame Verständnis von PuMA erleichtern das Zusammenarbeiten erheblich. Zudem ist so eine professionelle Medienarbeit unabhängig von Ressourcen und Kompetenzen der Gliederung vor Ort sichergestellt. Dieses Netzwerk ist für den überörtlichen Einsatz auf Landes- und Bundesebene ebenso denkbar wie für einen kurzfristigen Einsatz im Ausland (wiederum vor Ort und Backoffice). Die Bundesanstalt Technisches Hilfswerk hat einen solchen Pool auf Bundesebene erfolgreich etabliert und kann als Vorbild dienen.

Voraussetzung für eine solche Zusammenarbeit ist neben persönlichem Vertrauen auch eine Institutionalisierung und eine im Vorfeld abgesprochene und legitimierte Struktur und Vorgehensweise (siehe unten).

Als konzeptionelles Thema muss im Roten Kreuz dringend die Risiko- und Krisenkommunikation angesprochen werden.

3.10. PuMA-Experten als BeraterInnen und DienstleisterInnen

Wer PuMA-Akteure als spezialisierte Kräfte innerhalb des Roten Kreuzes versteht (s.o.), der erkennt auch ihre Funktion als interne BeraterInnen und DienstleisterInnen. Dies trifft vor allem auf Führungskräfte aller Ebenen, aber auch besondere Führungskräfte im Einsatz zu. Die PuMA-Experten können dementsprechend diese Rollen entlasten, indem sie vorbereitend als BeraterInnen zu Kommunikationsthemen und –strategien herangezogen werden und/oder als interne DienstleisterInnen zur Aufbereitung und Verbreitung von Botschaften und Informationen. Dies setzt wie bereits beschrieben voraus, dass die Leitungsrollen die PuMA-Experten anerkennen, laufend transparent informieren, ihnen klare Aufgaben zuordnen und sie ggf. auch als ihre Sprecher autorisieren. Zudem ist unbedingt gegenseitige Loyalität und ein von Ehrlichkeit, Vertrauen und Vertraulichkeit geprägter Umgang miteinander sicherzustellen.

Auch das Entwickeln von kreativen Ideen und Strategien für die Presse- und Medienarbeit könnte hierbei eine Rolle spielen. Es könnte eine Art rotkreuzinterner Think Tank zur Medienarbeit entstehen. Hier liegt derzeit ein hohes Potenzial brach.

4. Konkrete Projektideen

Dieses Kapitel dient als loses Brainstorming zu möglichen konkreten gemeinsamen Projekten, an denen ein PuMA-Netzwerk arbeiten könnte und stammt ursprünglich noch aus der WM-Zeit. Die Liste ist keineswegs abschließend, sondern eher eine Anregung zur gemeinsamen kreativen Weiterentwicklung.

4.1. Webseiten

Die Webseiten der Gliederungen des Roten Kreuzes sind heute technologisch, inhaltlich und optisch sehr verschieden und von unterschiedlicher Aktualität und Qualität. Hier wäre es anzustreben, klare Vorgaben und einfache technische Lösungen auch für technisch wenig Versierte zu schaffen, die auch einen mandantenfähigen, kaskadierten Aufbau der Webseiten ermöglicht. Das meint eine möglichst einheitliche technische Lösung, die den schnellen Austausch von Material und die Übernahme von regionalen oder überörtlichen Meldungen erleichtert. Hier müssen die Gestaltungsvorgaben aus Berlin ebenso Einfluss finden wie betriebswirtschaftliche Aspekte. Deshalb ist das heute vom Landesverband empfohlene Redaktionssystem zwar strategisch richtig, jedoch technologisch und betriebswirtschaftlich nicht ideal.

Gerade in der Webkommunikation liegt wegen ihres gesellschaftlichen Stellenwerts und der vergleichsweise geringen Kosten ein hohes Potenzial. Zugleich muss verhindert werden, dass einzelne Stakeholdergruppen des Roten Kreuzes durch dieses digitale Medium benachteiligt bzw. ausgeschlossen werden.

Zudem müssen neue Potenziale der digitalen Medien (Stichwort Social Software) noch stärker genutzt werden. Die Social Media Guidelines der Föderation geben dazu brauchbare Anregungen.

4.2. Bilddatenbank

Dieses Projekt wurde bereits begonnen, jedoch nie abgeschlossen. Alle Gliederungen stehen immer wieder vor dem Dilemma, für Publikationen hochwertige Fotos mit eindeutiger Urheberrechtssituation schnell verfügbar zu haben. Dieses Problem ist lösbar und würde starke Synergien freisetzen.

4.3. Imagefilm

Für viele Gliederungen wäre es schön, einen modernen, ansprechenden Film über Einheit und Vielfalt des Roten Kreuzes für ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit nutzen zu können. Hier sollte das verteilt vorhandene Knowhow genutzt und professionell kanalisiert werden, damit ein gemeinsam und regional nutzbares Ergebnis herauskommt. Auch hier können Synergien genutzt werden, weil aktuell viele Gliederungen einzeln an Filmprojekten arbeiten, in der Summe aber kein professionelles Ergebnis herauskommt.

4.4. Soziale Netzwerke

Insbesondere bei den Kollegen des Amerikanischen und des Österreichischen Roten Kreuzes wird deutlich, dass diese soziale Netzwerke wie Facebook, aber auch Youtube als Medium gezielt zur Imagebildung und Mitgliederwerbung nutzen. Das können wir auch. Das Generalsekretariat und einzelne Gliederungen sind in den sozialen Netzwerken bereits aktiv, eine wirkliche Strategie oder aber eine gemeinsame Reflektion zum Thema gibt es jedoch noch nicht. Interessant ist in diesem Zusammenhang insbesondere die Social Media Policy des ÖRK, die den Einsatz von social software vorbildlich reflektiert und versucht, Rahmenbedingungen zu schaffen. Sie basiert auf den Social Media Guidelines der Föderation und wird gerade von uns für das Deutsche Rote Kreuz adaptiert.

4.5. Materialbörse

Es gibt hierzu diverse Anläufe (Wissensbörse, Rotkreuzhandbuch, EIS, etc.) Es muss ein Konsens über ein sinnvolles Vorgehen gefunden und umgesetzt werden, ggf. auch mit vorhandenen Werkzeugen. Neben dem Tausch bzw. der Präsentation wiederverwendbarer Aktionen und Materialien könnte so langfristig eine Art Wissenslandkarte für den Bereich der PuMA entstehen.

5. Initiatoren, Kontakt und Beteiligung

Dieses Positionspapier hat der Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit der Bereitschaften des Münchner Roten Kreuzes erarbeitet. Wir bringen diesen Entwurf als Diskussionsgrundlage in das Rote Kreuz ein und freuen uns auf die konstruktive und kollektive Diskussion und Weiterentwicklung mit allen, denen das Rote Kreuz und die Presse- und Medienarbeit am Herzen liegen. Daher wird das Dokument mit fortschreitender Lebensdauer immer mehr Autorinnen und Autoren haben, die nicht mehr namentlich erfassbar sind. Die Autorenschaft ist aber ohnehin nachrangig gegenüber dem Wert der Diskussion über das Thema Presse- und Medienarbeit im Roten Kreuz.

Wer Feedback geben oder Beiträge zu diesem Papier leisten möchte, schickt bitte eine E-Mail an puma-positionspapier@bereitschaften.brk-muenchen.de. Die jeweils aktuelle Version stellen wir zum Download unter <http://www.bereitschaften.brk-muenchen.de/fileadmin/documents/pumapositionspapier/pumapositionspapier.pdf> zur Verfügung.

Die ursprünglichen Autoren sind wie folgt erreichbar:

Bayerisches Rotes Kreuz
Kreisverband München
Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit

Seitzstraße 8/RGB
80538 München

E-Mail: puma-positionspapier@bereitschaften.brk-muenchen.de

Für den Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit: Dennis Ballwieser, Björn Bores, Gabriel Bücherl und Dr. Christoph Janello