

Zeitschrift: Zivilschutz = Protection civile = Protezione civile
Band: 35 (1988)
Heft: 10

Artikel: Was interessiert, ist das Menschliche
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-367624>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 19.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Öffentlichkeitsarbeit in der Zivilschutzorganisation

Was interessiert, ist das Menschliche

AdM. Zu einer Zeit, da jeder Kaninchenzüchterverein einen Pressesprecher ernannt, muss auch der Zivilschutz seiner Öffentlichkeitsarbeit grösseres Gewicht geben. Als Handhabe für die Public Relations (PR) hat die Gruppe Medien des Schweizerischen Zivilschutzfachverbandes der Städte einen Leitfaden für handwerklich saubere Öffentlichkeitsarbeit zusammengestellt. Die 50-Seiten-Broschüre kommt professionell locker daher, was nicht verwunderlich, denn die Autoren stehen in der täglichen Praxis der Informationsvermittlung.

In den Städten, wo man kaum mehr seine Nachbarn richtig kennt, stellt sich das Problem der Öffentlichkeitsarbeit verständlicherweise anders als in kleinen Orten mit überschaubaren Ver-

hältnissen. Ausserdem sind städtische Zivilschutzorganisationen schon rein personalmässig viel umfangreicher. Deshalb scheint die Einrichtung einer Dienststelle «Information» in der Ortsleitung für Städte mit über 10 000 Einwohnerinnen und Einwohnern zwingend. Kleinere ZSO hingegen können die Informationsvermittlung entweder dem Ortschef selber, dessen Stellvertreter, den Dienstchefs Nachrichten oder Übermittlung oder einem Schutzdienstpflichtigen übertragen.

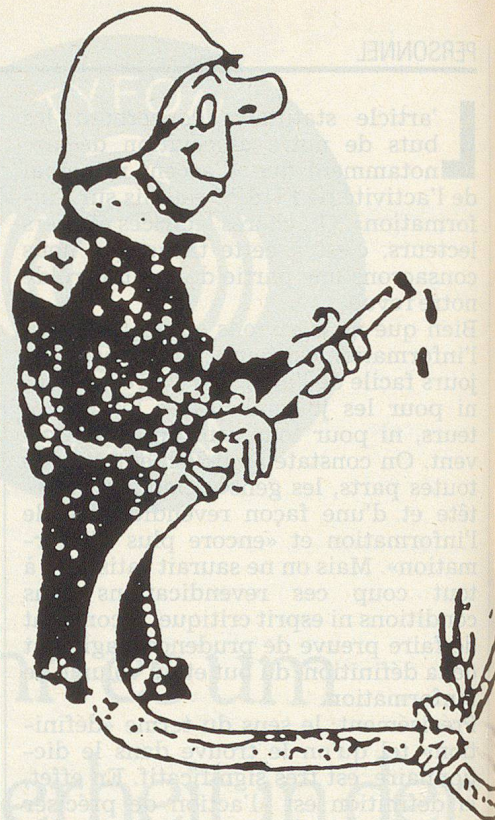
Obligatorium im Aargau

Elf Mitgliederstädte des Zivilschutz-Fachverbandes der Städte haben eine Dienststelle «Information» in irgendeiner Form eingerichtet. Solche Dienststellen vorgeschrieben hat allerdings bisher erst ein Kanton, nämlich der Aargau. Die ZSO kleinerer Aargauer Städte, die nicht Mitglieder des Zivil-

schutz-Fachverbandes sind (wie Brugg, Lenzburg oder Wettingen) verfügen deshalb gleichermassen wie die

Mitglieder-Städte Aarau und Baden bereits über Informationsstellen und haben hinsichtlich Öffentlichkeitsarbeit Erfahrungen sammeln können.

In der Wirtschaft, bei grösseren öffentlichen Verwaltungen und bei Verbänden nimmt der Informationschef normalerweise Einsitz in den leitenden



Gremien (Geschäftsleitung, Direktion, Vorstand). Analog ist es zweckmässig, wenn der Chef der Dienststelle «Information» einer städtischen ZSO Mitglied der Ortsleitung ist. Denn ein Informationsauftrag kann nur dann richtig ausgeführt werden, wenn der dafür Verantwortliche von allem Anfang dort dabei sein kann, wo die grundsätzlichen Entscheidungen für die Organisation getroffen werden, über die und deren Folgen er die Öffentlichkeit zu informieren hat.

In jedem Fall muss der Informations-Verantwortliche von Berufes wegen mit Medienfragen vertraut sein (als Journalist, PR- oder Werbeberater, Informationschef eines Wirtschaftsunternehmens oder einer Verwaltung). Gerade im Bereich der Public Relations können sich Arbeiten, die mangelhaft und zu wenig professionell geleistet werden, noch während Jahren auf das Bild, das sich die Öffentlichkeit von einer ZSO macht, und auf deren Tätigkeit nachteilig auswirken.

Externe und interne Information

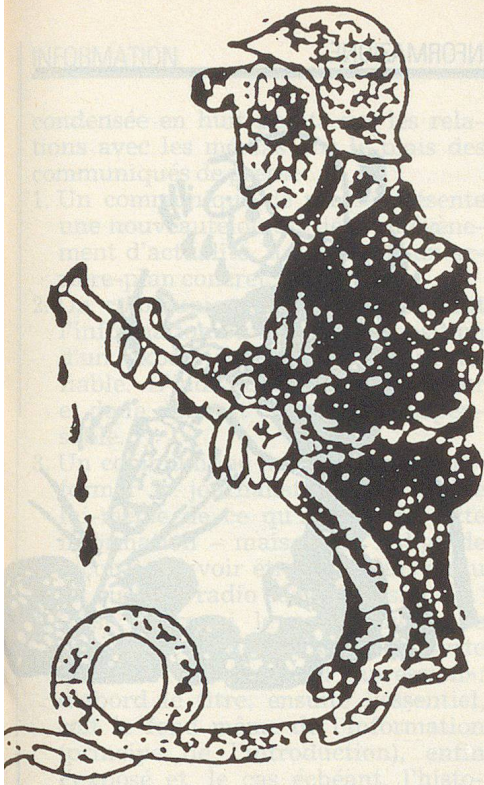
Bei der Öffentlichkeitsarbeit des Zivilschutzes geht es um die Information der Öffentlichkeit im allgemeinen oder einer bestimmten Zielgruppe dieser Öffentlichkeit. Dabei ist zwischen externer (nach aussen wirkender) und interner (nach innen gerichteter) Information zu unterscheiden.

So kann sich externe Information richten an:

- die gesamte Bevölkerung in einem bestimmten geographischen Gebiet;
- Teile der Bevölkerung, zum Beispiel in einem bestimmten Quartier, bestimmte Altersgruppen, nur ein Geschlecht, Politiker usw.

Interne Information hingegen wendet sich etwa an:





- alle Schutzdienstpflichtigen einer Zivilschutzorganisation;
- Schutzdienstpflichtige bestimmter Dienste, des Kaderns oder der Mannschaften;
- potentielle am Zivilschutzdienst Interessierte wie Frauen oder niedergelassene Ausländer;
- Militärdienstpflichtige vor ihrer Entlassung aus der Dienstpflicht, die im Zivilschutz eingeteilt werden sollen.

Wichtig ist, dass der Ortschef und allenfalls weitere Zivilschutz-Verantwortliche von jeder externen wie internen Information Kenntnis bekommen. Eine entsprechende Verteilerliste sollte vorbereitet sein.

Umgang mit den Medien

Bei der Öffentlichkeitsarbeit des Zivilschutzes – zum Beispiel bei Pressemitteilungen und (um in eigener Sache zu sprechen) Berichten für unsere Zeitschrift – ist immer wieder eine hemmende Scheu zu beobachten, «Internas» an die Öffentlichkeit zu bringen. Doch gerade «Menschliches – Allzumenschliches», also kleine «Faits divers» interessieren sowohl die Öffentlichkeit wie die Medienschaffenden und geben dem Zivilschutz jenen «human touch», der sein Image positiv mitbestimmt, das heisst, in die Öffentlichkeit bringt. Falsch ist es, Informationen nicht zu vermitteln oder gar zu verweigern, wenn diese kritisch, also unter Umständen zum «Nachteil» des Zivilschutzes sein können oder Kritik am Zivilschutz zu provozieren drohen. Nur eine offene, transparente und kontinuierliche Informationspolitik, die auch Mut zur Kontroverse und zur Problembezogenheit aufweist, erreicht ihr Ziel: den Zivilschutz im öffentlichen Gespräch zu halten.

Zu den häufigen Aufgaben im Informationsbereich gehört das Verfassen von Pressemitteilungen. Hier, dem Leitfaden des Zivilschutz-Fachverbandes der Städte entnommen, ein kurzgefasster Acht-Punkte-Lehrgang für den Umgang mit den Medien via Communiqué:

1. Eine Pressemitteilung stellt eine Neuigkeit vor oder steht im Zusammenhang mit einem aktuellen Ereignis. Sie muss einen konkreten Hintergrund aufweisen.
2. Eine Pressemitteilung beinhaltet die Information oder Stellungnahme eines klar zu identifizierenden Absenders. Die Angabe des Absenders und des Datums ist deshalb unerlässlich.
3. Eine Pressemitteilung dient der Information des Journalisten – der selbst entscheidet, was er mit dieser Information anfängt –, ist aber so abgefasst, dass sie unverändert abgedruckt oder am Radio/Fernsehen verlesen werden kann.
4. Die Pressemitteilung ist deshalb «druckreif» aufgebaut: Titel, dann zuerst das Wichtigste, also der Grund der Information (Lead-Prinzip), schliesslich Begründung und allenfalls Vorgeschichte.
5. Eine Pressemitteilung richtet sich via Medien an eine breite Öffentlichkeit; sie muss deshalb kurz und verständlich sein. Fachausdrücke und Abkürzungen sind zu vermeiden oder aber zu erläutern.
6. Eine Pressemitteilung muss auf den ersten Blick (Titel, Lead) als wichtig und aktuell erkennbar sein: Journalisten und Medienredaktionen erhalten täglich derart viele Pressemitteilungen und Presstexte, dass diese sehr oft in den Papierkorb wandern, wenn ihre Bedeutung nicht klar ins Auge sticht.
7. Eine Pressemitteilung kann für eine Redaktion auch bloss «Rohstoff» sein. Am Schluss, aber getrennt vom eigentlichen Presstext, darf deshalb der Hinweis nicht fehlen, an wen sich der Journalist für weitere, eingehendere Informationen oder für ein Interview (allenfalls für Fotos) wenden kann (Name, Adresse, Telefonnummer).
8. Eine Pressemitteilung beinhaltet eine aktuelle Information, die rasch-

möglichst bei den Medienredaktionen oder bei den freien Journalisten eintreffen muss. Sie ist je nach Dringlichkeit per gewöhnlichem Brief, per Express, per Telex oder per Telefax zu übermitteln.

Bisherige Erfahrungen

Weitere Punkte des Leitfadens (er heisst übrigens «Weshalb – wer – wie – wo – wann – womit?») und kann beim Amt für Zivilschutz des Kantons Basel-Stadt, Postfach 1091, 4001 Basel, bezogen werden) betreffen die Vorbereitung und Durchführung einer Pressekonferenz, die Zusammenarbeit mit der Gemeindeverwaltung, die Schulung der Informationsverantwortlichen, die Kosten der Öffentlichkeitsarbeit und schliesslich das bereits vorhandene Material für Öffentlichkeitsarbeit und Werbung (zu beziehen beim Bundesamt für Zivilschutz, Monbijoustrasse 91, 3003 Bern).

Hochinteressant dann die Auswertung einer Umfrage zum Thema «Wie funktioniert die Öffentlichkeitsarbeit in Ihrer ZSO?», welche die Gruppe Medien des Zivilschutz-Fachverbandes der Städte durchgeführt hat. Von 38 Fragebogen kamen deren 30 zurück. Daraus einige Streiflichter:

- Sechs ZSO verfügen über ein besonderes Budget für Öffentlichkeitsarbeit. Dieses liegt zwischen 6000 und 73 850 Fr. im Jahr, wobei Zürich den Spitzenplatz einnimmt (Bern folgt auf Rang zwei mit 18 000 Fr.).
- Zehn ZSO kennen schriftliche Grundlagen für die Öffentlichkeitsarbeit, sei es in Form eines Konzeptes, eines Pflichtenheftes oder eines ständigen Befehls.
- Von 14 Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit sind deren 12 auch im Zivilberuf täglich mit der Informationsvermittlung betraut, sei es als Journalisten, Werbeleute oder Lehrer.
- In zehn ZSO bestehen ZS-Informationsgruppen; sie umfassen zwischen 2 und 20 ZS-Pflichtige.
- Von den 14 ZSO, die ihre Öffentlichkeitsarbeit institutionalisiert haben, machten sieben positive, vier gemischte und drei schlechte Erfahrungen. Alle wollen jedoch ihre Informationsstätigkeit ausbauen. Zu den negativen Erfahrungen zählen: Bevölkerung gegenüber Gesamtverteidigung und Zivilschutz eher feindlich eingestellt; geringes Interesse, wenig Echo; wenig – und wenn, dann negative – Reaktionen seitens der Medien.
- Praktisch unabhängig von der Einwohnerzahl ist die Vielfalt der in der Öffentlichkeitsarbeit eingesetzten Mittel. Es gibt kleinere Orte, die mit Pressekonferenzen, Tagen der offenen Tür, Communiqués und Broschüren sehr aktiv sind, während viel grössere Städte sich mit einem Minimum begnügen. ▀



(Armin 85)