



Die Öffentlichkeitsarbeit bei „besonderen Lagen“

12. Katastrophenschutzfachtagung

**Oberst Markus Haindl, BA MA
Hofrat Mag. Manfred Reinthaler, MA**

Medienarbeit der Polizei

2 Säulen Modell

„Traditionelle Medien“

Presseaussendung

Pressegespräche/Hintergrundgespräche

Telefonische Anfragebeantwortung

„Soziale Medien“

Twitter/Facebook

Ziele der Medienarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Inneres soll

- .) **die Leistungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter transparent und nachvollziehbar machen**
- .) **das Vertrauen der Bevölkerung in die Arbeit des Ressorts bestätigen und stärken sowie**
- .) **bewirken, dass das BM.I und die Bundespolizei in der Öffentlichkeit positiv wahrgenommen werden.**

Ziele der Öffentlichkeitsarbeit

- Beratung von Führungskräften und Bediensteten
- Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landespolizeidirektion
- Koordination und Begleitung der Öffentlichkeitsarbeit in Niederösterreich (intern und extern)
- Aktive Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit dem Landespolizeidirektor
- Interne Kommunikation inkl. Betreuung von Polizeimedien
- Medienbeobachtung im Rahmen der tagesaktuellen Berichterstattung

Medienarbeit

4-Stufen Modell

- **Stufe 1:** dezentrale Medienarbeit
- **Stufe 2:** begleitet dezentrale Medienarbeit
- **Stufe 3:** zentrale Medienarbeit durch Landespolizeidirektion
- **Stufe 4:** zentrale Medienarbeit durch Bundesministerium für Inneres

Großereignisse werden grundsätzlich zentral bearbeitet

Stufe 1: Dezentrale Öffentlichkeitsarbeit

Bei Standardfällen selbstständige dezentrale Öffentlichkeitsarbeit durch den Leiter der Amtshandlung oder eines im Einzelfall nominierten Bediensteten

Umfasst sind hier jene Fälle, deren Bearbeitung in den Wirkungsbereich einer Polizeiinspektion (Fachinspektion) fällt und nicht über den örtlichen bzw. sachlichen Wirkungsbereich dieser Organisationseinheiten hinausgeht.

Stufe 2: Abgestimmte dezentrale Öffentlichkeitsarbeit

Dezentrale Öffentlichkeitsarbeit zu größeren bzw. den örtlichen oder sachlichen Zuständigkeitsbereich übergreifenden Amtshandlungen hat erst nach vorheriger Abstimmung mit dem Büro L 1 – Öffentlichkeitsarbeit durch den Leiter der Amtshandlung oder einen vom Büro L 1 – Bereich Öffentlichkeitsarbeit im Einzelfall nominierten Bediensteten stattzufinden.

Gegebenenfalls Wording, Begleitung und Unterstützung durch das Büro L 1 – Öffentlichkeitsarbeit und in Einzelfällen Übernahme der Öffentlichkeitsarbeit durch das Büro L 1 – Bereich Öffentlichkeitsarbeit.

Stufe 2 umfasst jene Fälle, bei denen die BPK bzw. SPK die Koordinierung oder Leitung der Amtshandlung übernehmen oder Fälle, die in den Zuständigkeitsbereich des LKA bzw. der LVA fallen. Die Öffentlichkeitsarbeit erfolgt nach Rücksprache mit dem Büro L 1 – Bereich Öffentlichkeitsarbeit grundsätzlich durch einen Bediensteten des BPK, SPK, LKA oder LVA.

Stufe 3: Koordination bzw. Übernahme der Öffentlichkeitsarbeit durch Büro L 1- Bereich Öffentlichkeitsarbeit

Die Planung, Koordination und Realisierung regulärer und langfristiger Öffentlichkeitsarbeit einschließlich Medienarbeit für besonders aufsehenerregende regionale Fälle oder Fälle, die überregionales bzw. nationales und uU internationales Medieninteresse hervorrufen, erfolgt zentral durch das Büro L 1 – Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Die Medienarbeit erfolgt hierbei grundsätzlich vor Ort (Tatort, Unglücks-, Veranstaltungsort, ...).

In diesen speziellen Fällen haben sich die Bediensteten jeglicher Medienarbeit zu enthalten und anfragende Medien an das Büro L 1 – Bereich Öffentlichkeitsarbeit bzw. außerhalb dessen Erreichbarkeitszeiten an den Op-DD zu verweisen.

Von dort aus weitere Koordination wie z.B. Einberufung Pressesprecher, Einberufung und Organisation einer Pressekonferenz, Verständigung der unmittelbaren Vorgesetzten (SMS-Pro).

Stufe 4: Vom BM.I gesteuerte Öffentlichkeitsarbeit

Sämtliche über die Stufen 1 bis 3 hinausgehende Öffentlichkeitsarbeit wird nach Vorgabe des BM.I geplant, koordiniert und realisiert.

Web 2.0/Soziale Medien

Kommunikation ist keine Einbahn mehr:
Soziale Medien zwingen zu „Mehr-Weg-
Kommunikation“

Facebook



Twitter



LinkedIn

Snapchat



Instagram

Pinterest



Überblick



» Facebook: ca. 35.000 „Fans“



» Twitter: ca. 12.000 „Follower“



Facebook

- Eingerichtet 2011 – Idee des Employer Branding
- Sukzessive Ausweitung der Inhalte (Präventions-Tipps, Imagekampagne, Veranstaltungshinweise...)
- Seit 2013 werden Fahndungen online gestellt
- 33.304 Follower mit Stand 18.10.2016



Facebook

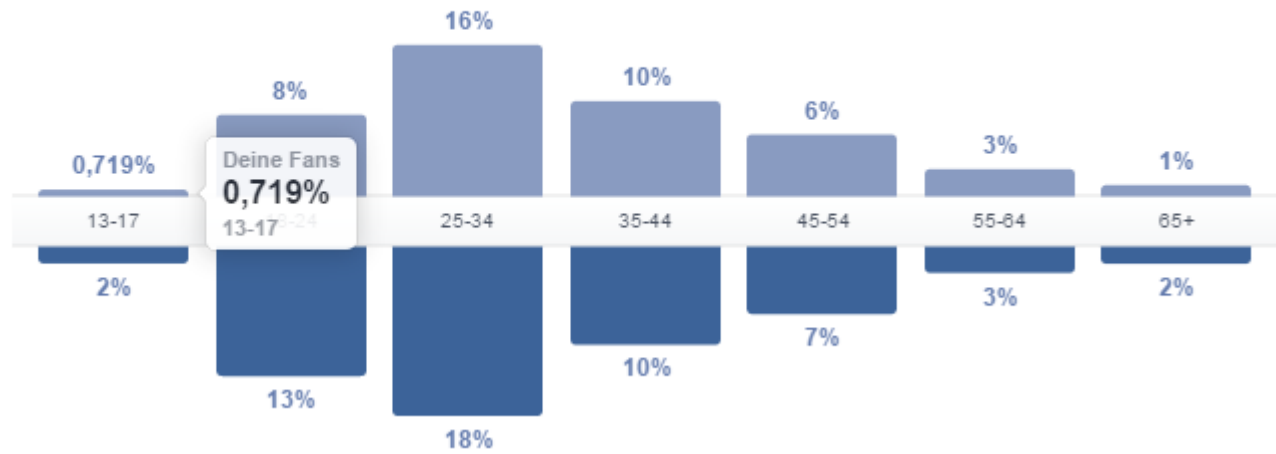
Die Personen, denen deine Seite gefällt

Frauen

■ 45%
Deine Fans

Männer

■ 54%
Deine Fans





Facebook

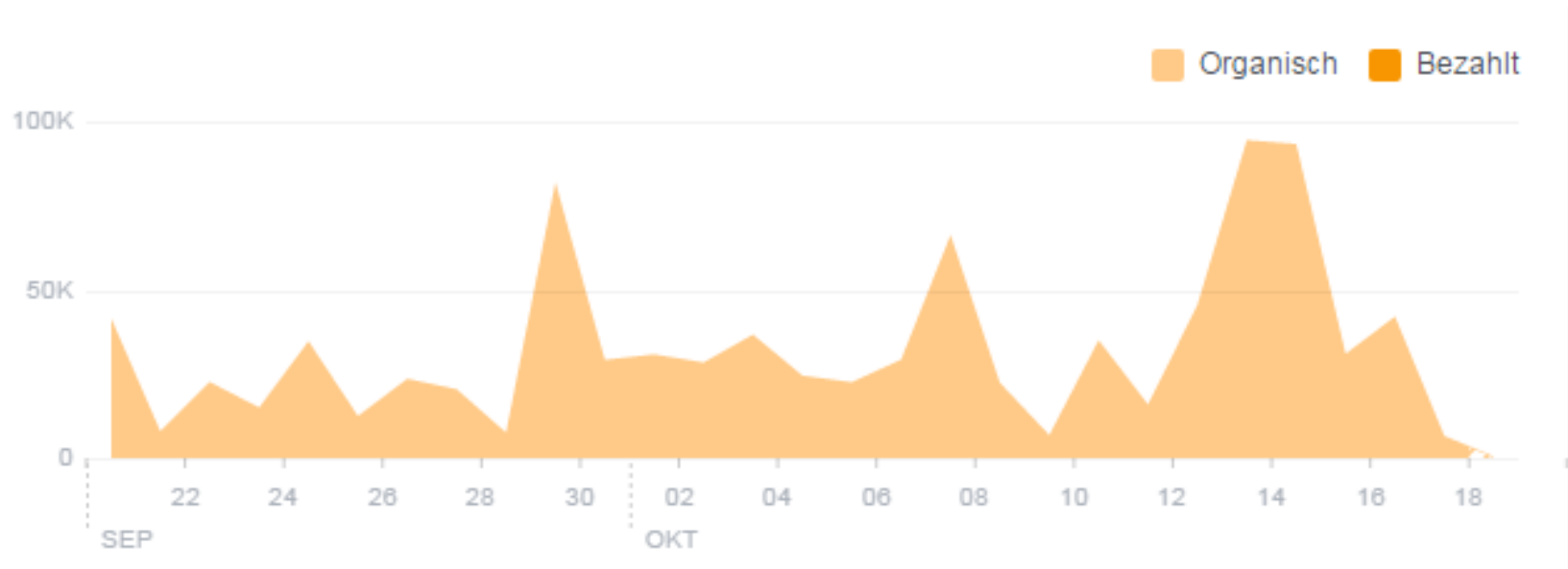
1.Österreich 30.342 Fans

2.Deutschland 1.109 Fans

3.Vereinigte Staaten 148 Fans



Facebook



- Durchschnittliche Reichweite des Facebook Auftritt liegt bei 33.728 Profilen.
- Mit Spitzen von bis zu 92.500 Profilen



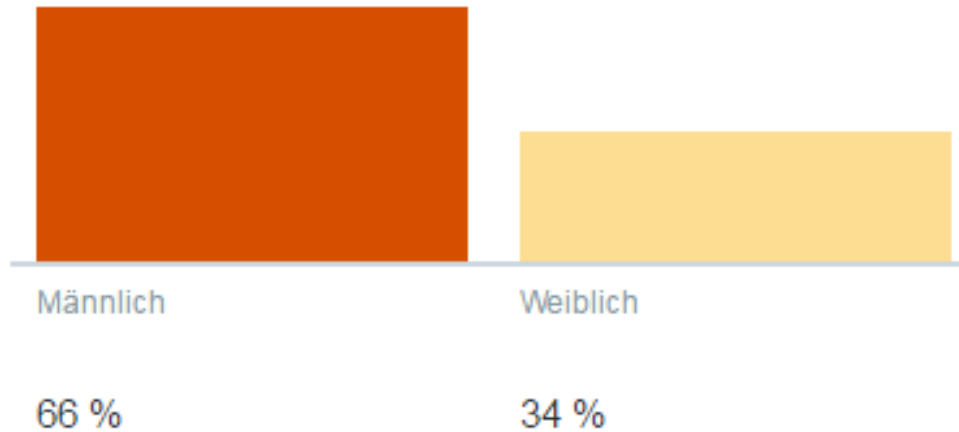
Twitter

- Eingerichtet am 28.07.2014 - Räumung der Pizzeria Anarchia
- Ab November 2014 twitterte die Wiener Polizei täglich
 - Durchschnittlich 5 Presseaussendungen
- Seit 01. Oktober 2016 aktive Betreuung des Accounts
- Aktuell 10.110 Follower
- Live-Stream via Periscope (App) mit Übertragung auf Twitter - z.B. bei Pressekonferenzen



Twitter

Geschlecht





Twitter




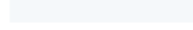
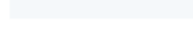

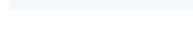
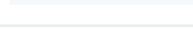
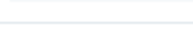

Interessen

Name des Interesses	% der Zielgruppe	
Wirtschaft und Nachrichten	74 %	
Komödie (Film und Fernsehen)	73 %	
Neue Filme und allgemeine Informationen	68 %	
Politik und aktuelle Ereignisse	68 %	
Wirtschaft - Nachrichten und allgemeine Informationen	66 %	
Musik	52 %	
Technologie	51 %	
Action und Abenteuer	49 %	
Technische Neuheiten	48 %	
Wirtschaft und Finanzen	45 %	



Twitter

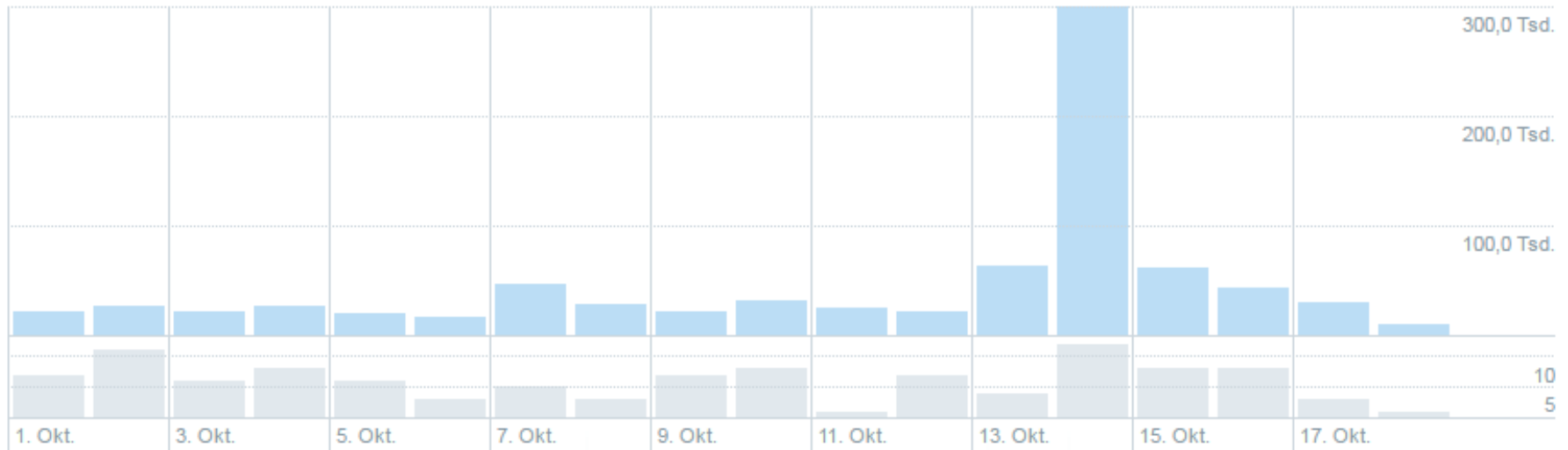
Land

Name des Landes	% der Zielgruppe
Österreich	87 % 
Deutschland	7 % 
Vereinigte Staaten	< 1 % 
Schweiz	< 1 % 
Großbritannien	< 1 % 
Italien	< 1 % 
Spanien	< 1 % 
Belgien	< 1 % 
Frankreich	< 1 % 
Japan	< 1 % 



Twitter

Reichweite des Accounts



- Im Durchschnitt erreichen wir 33.100 Accounts.
- Mit einer Spitze von 225 953 Accounts. (Terrorübung 14.10.2016)



Seite

Benachrichtigungen **17**

Statistiken

Beitragsoptionen

Einstellungen

Hilfe ▾



Wiener
Polizei

@WienerPolizei.at

Startseite

Info

„Gefällt mir“-Angaben

Fotos

Videos

Notizen

Beiträge

Reiter verwalten

Hervorheben ▾



Gefällt dir ▾

Mehr ▾

+ Button hinzufügen

Status Foto/Video Angebot, Veranstaltung +



Schreib etwas ...

Regierungsbehörde · Wien

Suche nach Beiträgen auf dieser Seite

Diese Woche

Alle anzeigen

42.900

Beitragsreichweite

2

Webseitenklicks

8942

Beitragsinteraktionen



Gefällt 30.997 Mal +209 diese Woche
Harald Buchegger und 72 weiteren Freunden



Erzielte Reichweite von 42.900 in dieser Woche

Seiten-Feed anzeigen



Beiträge von Seiten, die du über deine Seite



POLIZEI



TWEETS 3.738
FOLGE ICH 3
FOLLOWER 9.282
GEFÄLLT MIR 43

Profil bearbeiten

POLIZEI WIEN

@LPDWien

Offizieller Account LPD Wien. Keine Anzeigen, kein 24/7 Monitoring. Notfall: 133 wählen. Bürgerinfo: 01-31310-78900. polizei.gv.at/alle/impressum...

polizei.gv.at/wien/

Beigetreten Oktober 2014

498 Fotos und Videos



Tweets Tweets & Antworten Medien



POLIZEI WIEN @LPDWien · 20 Std.

Wien-Rudolfsheim-Fünfhaus: Mann nach zweifachem Messerstich festgenommen

polizei.gv.at/wien/presse/au...



POLIZEI WIEN @LPDWien · 21 Std.

Wien-Floridsdorf: Junge Männer versuchen Zigarettenautomat aufzubrechen

polizei.gv.at/wien/presse/au...



Wem folgen? · Aktualisieren · Alle anzeigen



WienKultur @WienKultur

Folgen



Christian Kern @kemchri

Folgen



stadtbekannt @stadt_bekannt

Folgen

Freunde finden

Fallbeispiel: "Amoklage München"

- Notruf: Schüsse – 17:30 Uhr
 - Erstmaßnahme durch den HvD (Polizeiführer im Erstansatz)
 - Kräfteaufruf mittels Telefonserver (private u dienstl. Mobil- u. Festnetztelefone)
 - Erstinformation der Führungskräfte um 18:00 Uhr
 - Aufruf des Führungsstabes um 18:30 Uhr
 - Anordnung Einstellung des öffentlichen Verkehrs um 18:55 Uhr
 - Ab 18:55 Uhr Eindruck Terroranschlag, weil vielfach Meldungen über „hörbare Schüsse“ eingegangen sind. (aufkommende Panik – Menschen springen aus dem Fenster etc...)

Fallbeispiel: "Amoklage München"

- Übergang in die BAO – 20:30 Uhr
 - Führungsübernahme durch Vizepräs. und Führungsstab
 - Abgelöste Polizeiführer zbV Führungsstab ohne Funktion in der BAO

- Suizid des Täters um 20:28

- Zwischen 18:00 Uhr und 00:00 Uhr über 4000 Notrufe – alleine 66 Einsätze mit Bezug zu wahrgenommenen Schüssen

- In der Chaosphase nur reagieren möglich („strukturiert arbeiten können“s vergessen“)

- Bis 01:00 Uhr unklares Lagebild, viele Falschinformationen

ÖA – Amoklage München

- Für Twitter und Facebook grundsätzliche Kernarbeitszeit von 07.00 Uhr bis 18:00 Uhr – 5 Bedienstete
- In dieser Lage: Höchststand 21 Bedienstete für alle Bereiche
- Nähe zu Polizeiführer unbedingt erforderlich
- Erstellen eines Öffentlichkeitslagebildes nicht möglich (Personalmangel! reagieren statt agieren bei 100 Interaktionen im sozialen Medienbereich pro Minute)
- Theorie der „Golden Hour“ - nach spätestens einer Stunde muss eine Reaktion der Polizei zumindest auf Twitter erfolgen

ÖA – Amoklage München

- Pressesprecher ist taktischer Kommunikator sowie Informationsschiene für Journalisten – Gesicht nach Außen
- Empathisches Eingehen auf Stimmungslage (speziell via Twitter)
 - Botschaften auf Twitter werden durch Twitteam eigenverantwortlich formuliert (hohes Vertrauen! Autorisierung durch PF nur in ganz seltenen Fällen – Entscheidung durch Leiter/Vertreter ÖA)
 - Leitlinien des Polizeiführers sind dabei maßgeblich
- Wichtigen Infos (z.B. Schüsse) sofort nachgehen und Ergebnis der Bevölkerung via Social Media kommunizieren
- Soziale Medien haben auch große Wirkung nach Innen (positive Reaktionen der Bevölkerung über „**erfolgreichen Einsatz**“)



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli

Meiden Sie öffentliche Plätze in **#München**. Die Lage ist noch unübersichtlich. **#oez** **#Schießerei**

↩️ ↻️ 6,4 Tsd. ❤️ 3,9 Tsd. ⋮



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli

Lage am **#OEZ** mit **#Schießerei** ist aktuell noch unübersichtlich. Es gab mehrere Verletzte. Sobald wir mehr haben gibt es weitere Infos.

↩️ ↻️ 1,5 Tsd. ❤️ 1,1 Tsd. ⋮



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli

+++ACHTUNG+++ Meiden Sie die Umgebung um das **#OEZ** - Bleiben Sie in Ihren Wohnungen. Verlassen Sie die Straße!**+++**

↩️ ↻️ 6,8 Tsd. ❤️ 3,6 Tsd. ⋮



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli

Im Moment haben wir einen großen Polizeieinsatz am OEZ. Bitte meiden Sie den Bereich um das Einkaufszentrum.

↩️ ↻️ 2,6 Tsd. ❤️ 1,3 Tsd. ⋮



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli
Aktuell sind uns min 10 Verletzte bekannt.
Wir sind immer noch im Großeinsatz & können immer noch nicht entwarnen.
[#Schießerei](#) [#münchen](#) [#oez](#)

↩️ ↻️ 894 ❤️ 875 ⋮



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli
Hinweis zur Verkehrslage:
Natürlich fahren derzeit auch die Nachttrambahnen und -busse nicht!
[#münchen](#) [#schießerei](#)

↩️ ↻️ 483 ❤️ 615 ⋮



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli 🌐
Important:
Please don't publish Fotos/Videos of
[#gunfire](#) [#Munich](#).
Please help us and send these files to us
under
[... dienupload-portal01.polizei.bayern.de](https://dienupload-portal01.polizei.bayern.de)

↩️ ↻️ 3,8 Tsd. ❤️ 1,9 Tsd. ⋮



Polizei München @PolizeiMuenchen · 22. Juli
Wichtig:
Bitte keine Bilder und Videos von
[#Schießerei](#) [#München](#) veröffentlichen.
Stellt sie uns zur Verfügung unter
[... dienupload-portal01.polizei.bayern.de](https://dienupload-portal01.polizei.bayern.de)

↩️ ↻️ 4,5 Tsd. ❤️ 4,4 Tsd. ⋮

Basiswording Terroranschlag: Annahme Bombenanschlag

Vorausinformation-

Am ...um... kam es am/in.... zu einer Explosion. Als MedienansprechpartnerIn ist PressespecherIn.....Tel:..... in Wien(genaue Örtlichkeit) vor Ort.

Polizei kommuniziert auf den sozialen Netzwerken zum aktuellen Ereignis.

Notfallstatement = Ereignis X + 45 Minuten

(Empathie zeigen -Zügel in die Hand nehmen!)

Chronologie

- 1. Was ist passiert?**
- 2. Wie viele Tote, Verletzte, Geschädigte ? – angemessenes Bedauern**
- 3. Wie wirkt sich das Ereignis auf andere aus?**
- 4. Wer tut jetzt was? Was sind die Konsequenzen?**
- 5. Wann und wie gibt es die nächste Information?**
 - X + 2 Stunden Presseaussendung
 - Hotline
 - X + (innerhalb) 12 Stunden 1. Pressekonferenz

Empfehlungen für optimale Zusammenarbeit

- Vernetzung und Treffen in „Friedenszeiten“
- Interner Kommunikationskanal für Großschadenslage
- Toolbox mit Wordings für verschiedene Szenarien
- Einbindung der sozialen Medien
- „One voice Prinzip“ – Nur eine Behörde (bei Terror- oder Amoklagen die zuständige Landespolizeidirektion oder BM.I) kommuniziert federführend nach außen – Absprachen mit den anderen eingesetzten Blaulichtorganisationen und Institutionen