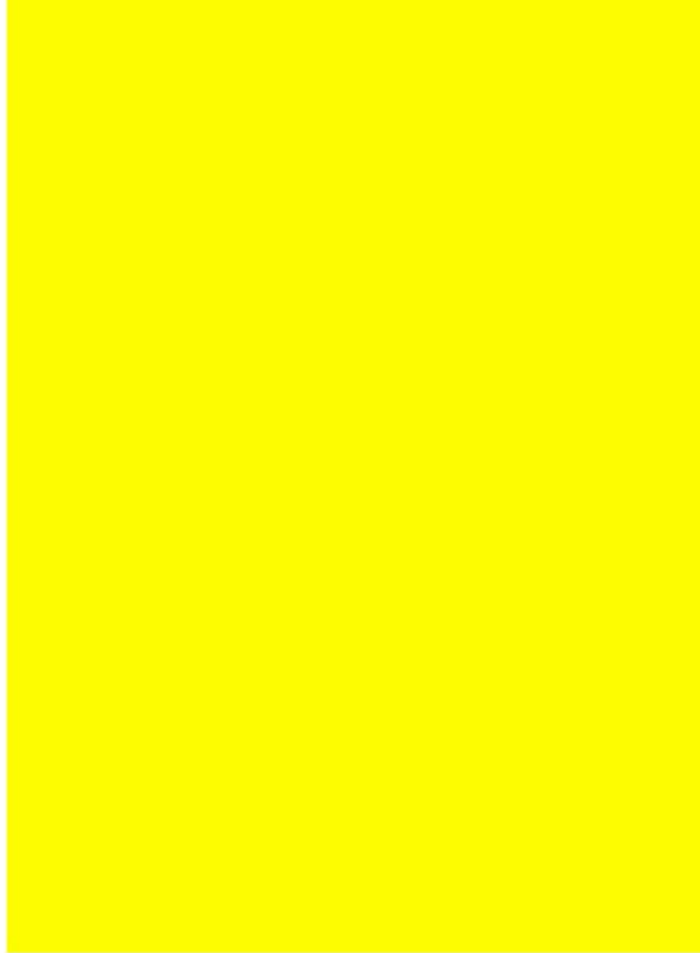




Social Media im Blaulichtmilieu

Mit dem Blaulichtkanal
und Ann-Sophie Keszler





Von der Schnapsidee

Zur Marketingagentur für Feuerwehren
und Rettungsdienste

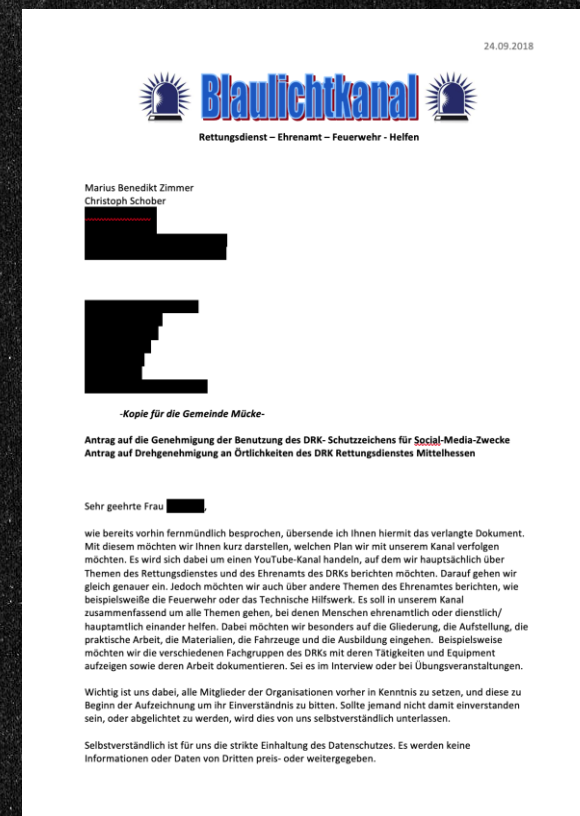


2018 im September



Von der Basis

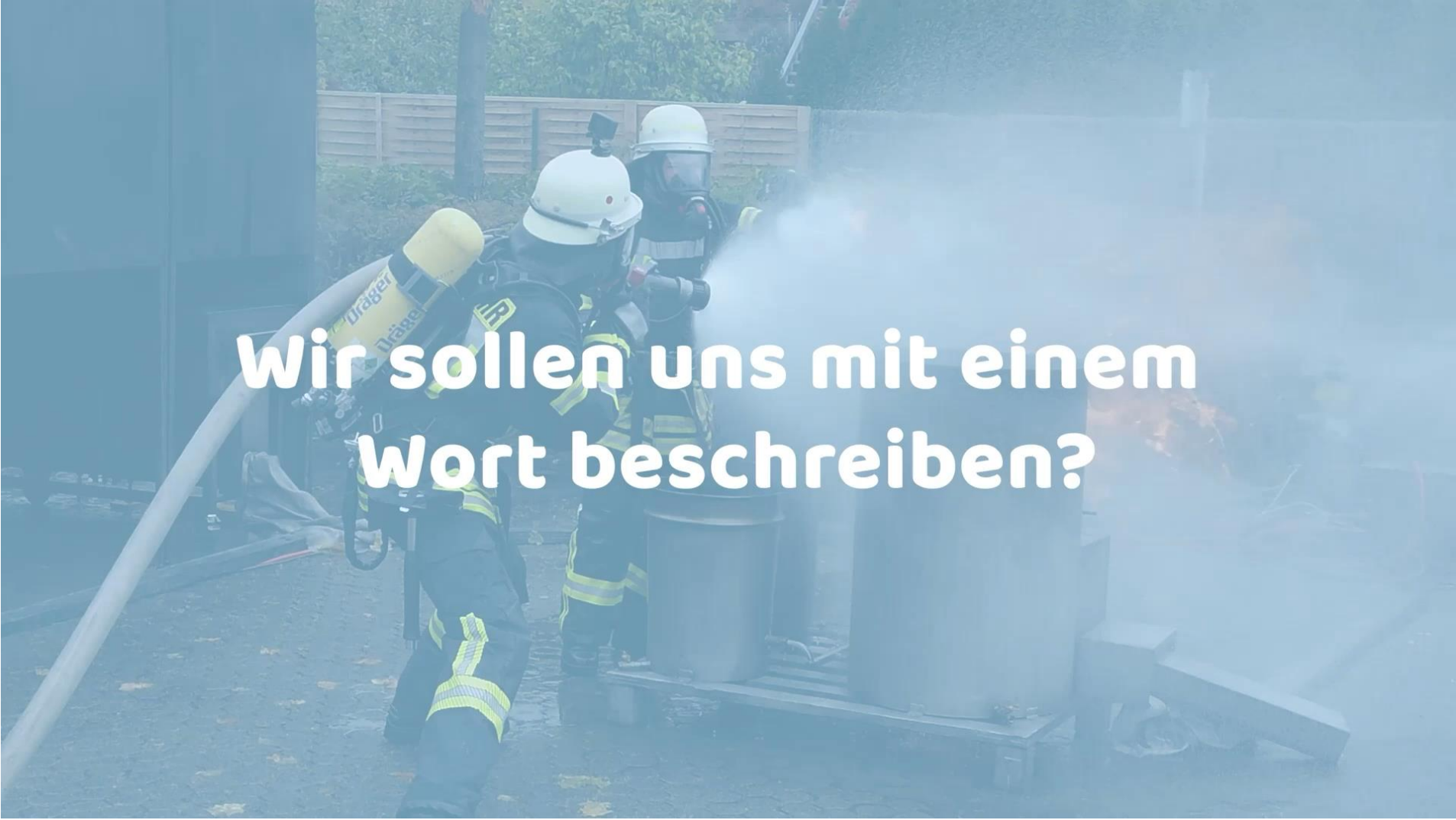
Für die Basis



• Von den Basics...



... über den Tellerrand

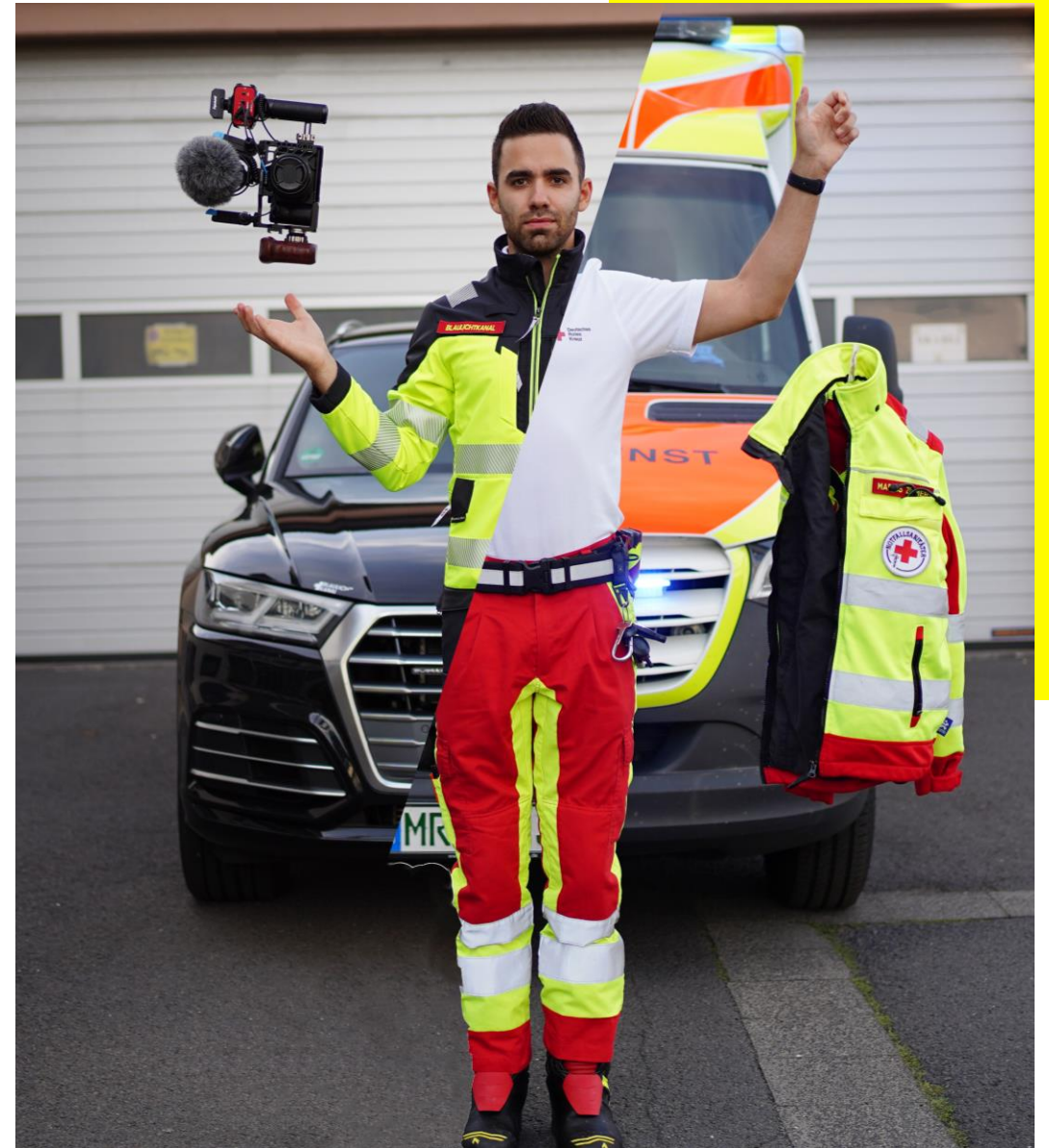


**Wir sollen uns mit einem
Wort beschreiben?**

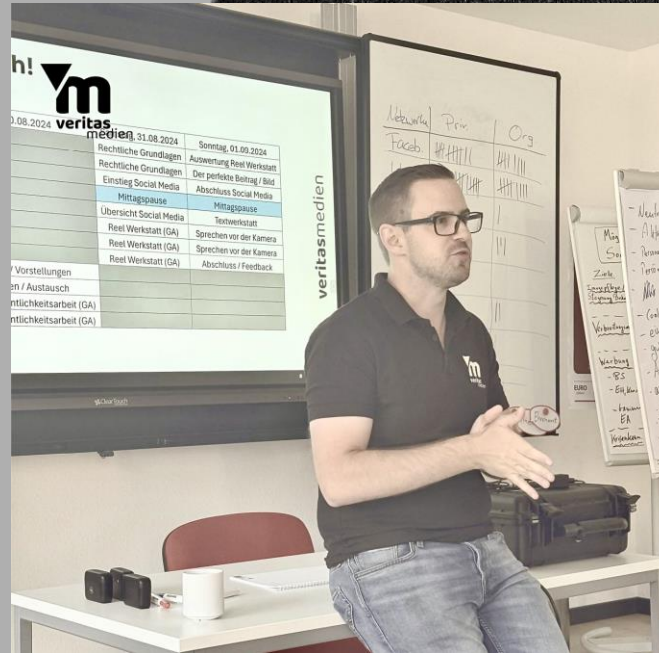
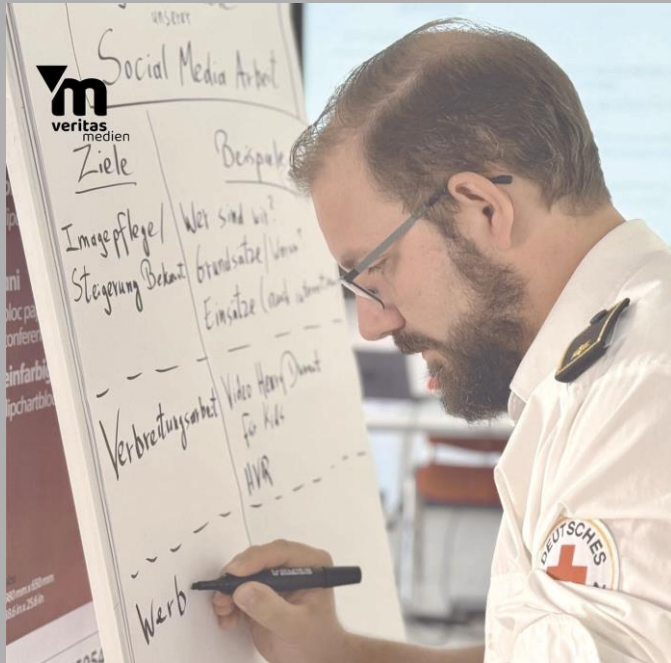
**Es war
zu viel.**



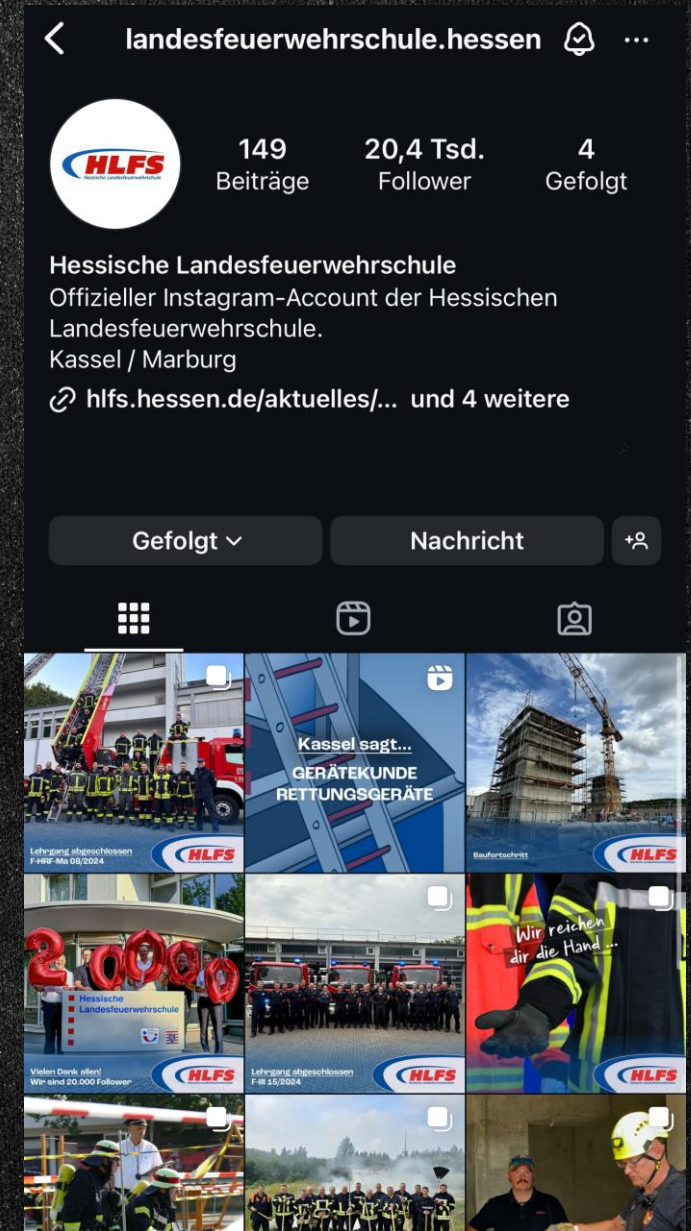
**Von
PEA
zu
REC**



Veritas Medien



SOCIAL MEDIA112.de



Positive Aspekte

- Einsatzmöglichkeiten
- Reichweiten
- Wahrnehmbarkeit
- Nahbar sein
- Zielgruppen
- Interesse schüren
- Gemeinschaft
- Interaktion
- Netzwerken
- Kostengünstig

SOCIAL MEDIA Warum!?



Negative Aspekte

- Arbeitsaufwand
- Know- How
- Regelmäßigkeit
- Vergleichen
- Zielgruppen
- Datenschutz
- Fehltritte
- Contentflut
- Zugzwang
- Starke Mitstreiter

Positivbeispiele

- Schnelle Informationsweitergabe
- Informationsgewinnung
- Inspiration
- Mitgliedergewinnung
- Mitarbeiteraquis
- Schnelle Krisenkommunikation
- Vorstellung neuer Fahrzeuge
- Vorstellung neues Equipment
- Aufzeigen Wachenalltag
- Vorstellung Mitarbeitervorteile
- Mitarbeiterstimmen
- Positive Fallbeispiele



Negativbeispiele

- Fehlinformationen
- Datenschutz missachtet
- Schlechte Umsetzung
- Unauthentisches Auftreten
- Interne Misskommunikation
- Unseriöse Berichterstattung
- Falscher Umgang mit Humor
- Überspitzte Darstellungen

-> Mögliche Imageschäden



Kritik

Bleibt NIE aus, egal wie gut wir sind!

- Kritik muss man aushalten können
- Meiste Kritik oft aus eigenen Reihen
- Oftmals persönliche Befindlichkeiten
- Häufig subjektive Kritik
- Echte Kritik muss gut begründet sein
- Wir können es nie JEDEM recht machen
- Offen sein für Eigenkritik
- Schlüsse ziehen aus Kritiken
- Standpunkt beziehen!
- Besser werden!



Do's

- Spaß bei der Arbeit
- Identifizierung als MA
- Wachenaufgaben
- Wachenalltag
- Fahrzeuge und Technik
- (Einsatzgeschehen)
- Ausbildungen
- Übungen
- Mitarbeiter
- Sachlich & realistisch

Do's & Dont's



Dont's

- Hygienevorschriften
- Politische Themen
- Datenschutz (Einsatzgeschehen)
- Offizielle Aussagen
- Diskriminierende und diffamierende Aussagen
- Fotos und Videos von 3. ohne Erlaubnis
- Negative Aussagen über andere Hiorgs

Botschaften

Wie und was kommunizieren wir?!

- Welches Bild geben wir damit ab?
- Was assoziiert der Bürger damit?
- Was denken potentielle Mitglieder darüber?
- Kann ich mit diesen Botschaften Arbeitnehmer werben?
- Wie sollten wir kommunizieren und mit welchen Botschaften?



Positive Botschaften

- Kollegialität
- Vorteile des Schichtdienstes
- Abwechslungsreicher Arbeitsalltag
- Eigenständiges Arbeiten
- Verantwortung übernehmen
- Actionreicher Beruf
- Fachliche Qualifikation
- Benefit des eigenen Handels für den Patienten
- -> Besonders hervorheben!



Negative Botschaften

- Respekt Kampagnen
- Gewalt gegen Retter
- Gaffer
- Mitgliedermangel
- Mangelndes RD Personal
- Arbeitsbedingungen
- Bagatelleinsätze
- Bezahlung
- Rettungsdienstreform
- Belastung in Einsätzen
- -> Positiv verpacken!



**Was braucht
man dazu?!**

**Technik?
Geld?
Wissen?**



Es ist keine Wissenschaft!



- Ausprobieren!
- Konzept/ Idee
- Themenplan
- Gesichter
- Story
- Equipment
- Raus damit!





Story telling

Bildstarke Szenen!

Serien erstellen

- Viel Output für geringen Aufwand
- Wiedererkennungswert
- Mitarbeiterbotschafter
- Themenplan aufstellen
- Ankündigungen einbauen
- Zum „dran bleiben“ animieren
- Zuschauer einbinden
- Umsetzung



Influencer

- Große Kanäle mit viel Reichweite
- Gehör in der Branche
- Brücke zwischen Firmen und Zuschauern
- Brücke zwischen Leidenschaft und Follower
- Erreichen einer großen Zielgruppe
- Aufklärung in vielen Themengebieten
- Aussagen haben Gewicht
- Vertrauen der Followerschaft
- Abbau von Vorurteilen
- Authentische Berichterstattung
- Jeder MA kann Influencer sein!



Persönliche Erfahrungen



**„Wir schicken jeden Tag Retter in die schwierigsten Situationen,
sogar ins brennende Haus und haben dann Angst,
einen Social Media Post zu machen!?“**

Heiko Hahnenstein

Traut Euch, geht es an und lasst Freiraum!

Das war's!

Sprecht uns an!

