

Social Media im Blaulichtmilieu

Mit dem Blaulichtkanal und Ann-Sophie Keszler



BLAULICHT

Von der Schnapsidee

Zur Marketingagentur für Feuerwehren und Rettungsdienste





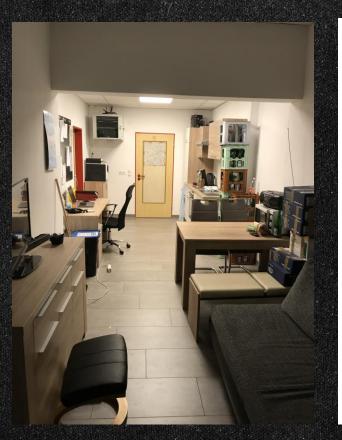
2018 im September





Von der Basis

Für die Basis



24.09.20



Rettungsdienst – Ehrenamt – Feuerwehr - Helfe





-Konie für die Gemeinde Mücke

Antrag auf die Genehmigung der Benutzung des DRK- Schutzzeichens für <u>Social</u>-Media-Zwecke Antrag auf Drehgenehmigung an Örtlichkeiten des DRK Rettungsdienstes Mittelhessen

Sehr geehrte Frau

wie bereits vorhin fernmündlich besprochen, übersende ich Ihnen hiermit das verlangte Dokument, Mit diesem möchten wir Ihnen kurt darstellen, welchen Plan wir mit unserem Kanal verfolgen möchten. Es wird sich dabei um einen YouTube-Kanal handeln, auf dem wir hauptsächlich über Themen des Rettungsdienstes und des Ehrenamst des DRKs berinteht möchten. Darauf gehen wir geiteich genauer ein. Jedoch möchten wir auch über andere Themen des Chrenamites berichten, wie beispielsweiße die Feuerwehr oder das Technische Hilfswerk. Es soll in unserem Kanal zusammenfassend um alle Themen gehen, bei denen Mensschen ehrenamtlich oder dienstlich/ hauptamtlich einander helfen. Dabei möchten wir besonders auf die Gliederung, die Aufstellung, die prätische Arbeit, die Materialien, die Fahrzeuge und die Ausbildung eingehen. Beispiedem öchten wir die verschiedenen Fachgruppen des DRKs mit deren Tatigkeiten und Equipment aufsteien sowie deren Arbeit döckumentieren. Sei ein Interview oder bit Übunsgewanstaltungen.

Wichtig ist uns dabei, alle Mitglieder der Organisationen vorher in Kenntnis zu setzen, und diese zu Beginn der Aufzeichnung um ihr Einverständnis zu biten. Sollte jemand nicht damit einverstanden sein, oder abgelichtet zu werden, wird dies von uns selbstverständlich unterfassen.

Selbstverständlich ist für uns die strikte Einhaltung des Datenschutzes. Es werden keine Informationen oder Daten von Dritten preis- oder weitergegeben.



·Von den Basics...





... über den Tellerrand





Es war zu viel.



Von PEA ZU REC

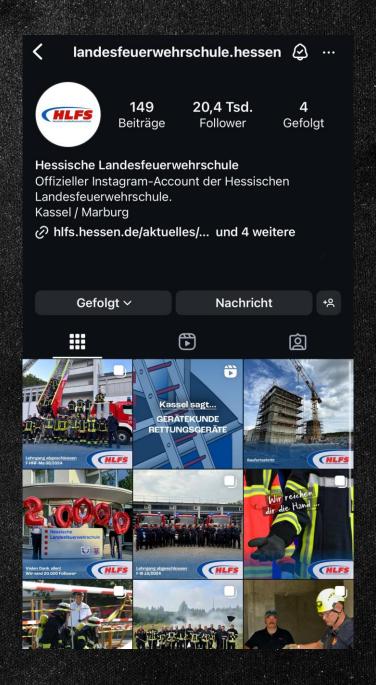


Veritas Medien





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
- Mitarbeiteraquise
- 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







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!



