

# **VERBAND DER RESERVISTEN DER DEUTSCHEN BUNDESWEHR e. V.**

## **Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Information**

### **I.**

Laut Definition ist Öffentlichkeitsarbeit die Herstellung und dauerhafte Pflege von Kommunikationsbeziehungen zwischen einer Organisation und der Öffentlichkeit. Unsere oberste Maxime heißt daher: Tue Gutes und rede darüber!

Praktisch bedeutet dies, die Öffentlichkeit ständig über den Verband und seine Aktivitäten auf dem Laufenden zu halten.

Da wir in einer Informationsgesellschaft leben, in der täglich unzählige Neuigkeiten auf uns einströmen, ist diese Aufgabe der Verbandsarbeit extrem schwierig geworden.

Allerdings ist es gerade in den Zeiten, in denen sich die Bundeswehr mehr und mehr aus der Fläche zurückzieht und die Zahl der Wehrdienstleistenden weiter sinkt, wichtiger denn je, die Menschen in der unmittelbaren Umgebung kompetent und offen über den Verband zu informieren und als Mittler zwischen Bundeswehr und Bevölkerung aufzutreten. Nur so können auch in Zukunft Vorurteile abgebaut und eine breite Akzeptanz für den militärischen und sicherheitspolitischen Auftrag aufrecht erhalten werden. Die Teilnahme am gesellschaftlichen und politischen Geschehen ist daher unerlässlich.

Für die RK bedeutet das, als Verein am Gemeindeleben teilzunehmen, und sei es nur, um zu zeigen, dass man da ist, nichts zu verbergen hat und – in einem weiteren Schritt - um Nachwuchs zu gewinnen. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes hat sich immer mehr zu einer dienstleistungsorientierten Aufgabe entwickelt. Egal wie, ohne persönlichen Einsatz, Fachwissen und die entsprechende materielle Ausstattung ist jede Aktion zum Scheitern verurteilt. Die materielle Unterstützung erfolgt durch die Krs-, Bez-, LGeschSt oder direkt durch das Generalsekretariat. Der Verband erstellt zu diesem Zweck Informations- und Werbematerial sowie diverse Streumittel und organisiert bundesweite Veranstaltungen an denen Sie sich mit Ihrer RK beteiligen können und sollen.

Allgemein ist bei Veranstaltungen in eigener Regie folgende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu leisten:

- Informationen an die Presse (Vorbericht, Hintergründe etc.),
- mit Plakataushang und Anzeigenschaltungen auf die Veranstaltung hinweisen,
- Vertreter des öffentlichen Lebens einladen (Bürgermeister, Landrat usw.)
- Betreuung der Gäste (Journalisten, Politiker usw.) durch entsprechende RK-Angehörige (Pressemappen bereithalten),
- Informationsmaterial an die Gäste verteilen, wenn möglich, einen Info-Stand betreiben.

Die RK soll zu den gesellschaftlich relevanten Gruppen innerhalb der Gemeinde/des Kreises gehören. Dies ist das Ziel der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Jede politisch und gesellschaftlich wichtige Gruppe muss die RK kennen. Dazu gehört, dass der Ansprechpartner der RK, ihre Anschrift und ihre speziellen Einsatzgebiete bekannt sind. Mögliche Einsatzgebiete, die sich in der Öffentlichkeit gut „verkaufen“ sind Kriegsgräberpflege, Hochwasserschutz, aber auch Expertenwissen in sicherheitspolitischen Fragen. Wer sich in diesem Bereich ständig auf dem Laufenden hält, wird bei Diskussionen schwerlich in die Enge getrieben werden können. Auch bei der Mitgliederwerbung ist dies von Vorteil, denn die Erfahrung zeigt, dass die meisten Mitglieder durch das persönliche Gespräch gewonnen werden.

Der „Neue“ erfährt von Reservisten aus dem Dabeisein, was es mit dem VdRBw und der RK auf sich hat. Persönlicher und gezielter kann man nicht werben.

## **II. Zusammenarbeit mit der Presse**

Alles Wissenswerte hierüber ist dem „Spotlight“ zu entnehmen; erhältlich in den Geschäftsstellen, im Info-Management des Generalsekretariates, sowie als pdf-Datei auf der Homepage des Verbandes: [www.reservistenverband.de](http://www.reservistenverband.de).

## **III. Das Informations- und Werbematerial**

Der Verband erstellt Informations- und Werbematerial sowie diverse Streumittel, die vom Generalsekretariat – Info-Management – zentral konzipiert und verteilt werden. Die Geschäftsstellen unterhalten Informationsstände zu besonderen Anlässen und repräsentieren den Verband bei Veranstaltungen in ihrem Einzugsgebiet. Dabei sind sie auf Unterstützung aus den Reihen der RK's angewiesen. Zur Information der Mitglieder und der Öffentlichkeit dient dem Verband die Verbandszeitschrift „loyal – das Magazin für Sicherheitspolitik“ mit seinem Innenteil „Reservistenreport“, sowie des vorliegenden Handbuches. Das Internet nimmt als schnellstes und aktuellstes Medium eine besondere Rolle in der Informationsweitergabe ein. Die Informationsquelle des world wide web arbeitet tatsächlich weltweit.

Der Bedarf an Informations- und Werbematerial muss rechtzeitig bei der zuständigen Geschäftsstelle angemeldet werden. Da bei einigen Materialien lange Produktionszeiten zu berücksichtigen sind, muss die Meldung dem Organisationsleiter mindestens drei Monate vor der Veranstaltung vorgelegt werden. Über diesen Weg ist einerseits die fristgerechte Lieferung sichergestellt, andererseits wird die Geschäftsstelle über die Aktivitäten ihrer RK's auf dem Laufenden gehalten. Bei der Verteilung des Informations- und Werbematerials bei Veranstaltungen in der Öffentlichkeit ist darauf zu achten, dass Broschüren, Prospekte, Aufkleber usw. die richtigen Zielgruppen erreichen (keine Streichhölzer an Kinder).

## **IV. Ausstellungen der Bundeswehr und zivile Ausstellungen mit Bundeswehrebeteiligung**

Eine Möglichkeit der Eigendarstellung und Werbung sind die Ausstellungen der Bundeswehr, bzw. zivile Ausstellungen mit Beteiligung der Bundeswehr. Hierzu gibt das Dezernat 2 im Generalsekretariat jeweils zu Jahresbeginn eine Weisung mit allen Terminen heraus, die bei den Geschäftsstellen eingesehen werden kann. Die „Ausstellung Unser Heer“ wird vom Verband ständig mit einem eigenen Infomobil begleitet. Zuständigkeiten und weitere Einzelheiten werden rechtzeitig durch eine Weisung geregelt. Wenn das Infomobil nicht in die Ausstellung oder andere Veranstaltungen eingebunden ist, können die einzelnen Gliederungen darauf zurückgreifen. Die Transportkosten gehen zu Lasten der jeweiligen Landesgruppe und ihrer Gliederungen. Diesbezügliche Anfragen und die Koordination der Termine bearbeitet das Info-Management.

Bei allen anderen Ausstellungen muss die Beteiligung von Reservisten vorher mit dem Ausstellungsleiter abgesprochen werden. Insbesondere die Teilnahme des Verbandes bei den Ausstellungen AUL und AUM ist wünschenswert.

Beachten Sie folgende Punkte bei der Beteiligung an Ausstellungen:

- Interne Absprachen zwischen dem Organisationsleiter und dem Kreis- oder RK-Vorstand über die Art der Beteiligung im Rahmen der eigenen Möglichkeiten.
- Rechtzeitige Absprache mit dem Ausstellungsleiter auch über Platz und Größe des Standes.
- Vorbereiten des Standes (Schautafeln, Bilder, Video usw.) und zusammenstellen von Informationsmaterial (kein Bundeswehrmaterial).
- Planung des Personals: der Stand muss während der Ausstellung durchgehend besetzt sein. Das Personal muss in der Lage sein, über den Verband informieren zu können.

- Information der Presse.

Diese Liste ist sicher nicht vollständig. Es bleibt immer genug Spielraum für die OrgLtr und RK. Vergessen Sie jedoch nicht, dass Sie bei der Ausstellung oftmals nur Gast der Bundeswehr sind. Die Bundeswehr ist der Veranstalter. Den Vorgaben und Wünschen des Ausstellungsleiters ist grundsätzlich Folge zu leisten.

## **V. Bundesweiter Aktionstag „Tag der Reservisten“**

Der Tag der Reservisten ist der verbandseigene bundesweite Aktionstag. Er findet jährlich am letzten Samstag im September statt. In ganz Deutschland informieren Reservisten an diesem Tag über die freiwillige Reservistenarbeit und ihr Engagement für die Bundeswehr. Zum Konzept gehören eine Schwerpunktveranstaltung auf Landesebene und flächendeckende Regionalveranstaltungen. Diese Veranstaltungen sollen eine möglichst große Öffentlichkeitswirkung erreichen. Gästeschießen auf einem abgelegenen Schießstand zählen da eindeutig nicht dazu.

Zu Beginn jedes Jahres muss dem Info-Management pro geplante Veranstaltung ein Projektbeauftragter über die Geschäftsstelle gemeldet werden. Den Meldebogen erhalten Sie ebenfalls dort. Der Projektbeauftragte bekommt dann ein Veranstaltungs- und Organisationshandbuch zugesandt, das Ihnen weitere Einzelheiten zum Tag der Reservisten und Hilfestellung für die Vorbereitungsphase liefert. Den Geschäftsstellen liegt das Handbuch ebenfalls auf CD-Rom vor.

Auch in Zukunft soll der Tag der Reservisten eine einheitliche Botschaft und einen einheitlichen Auftritt beinhalten. Entsprechendes einheitliches Werbematerial wird daher zentral konzipiert und beschafft. Mit diesem Werbematerial werden ausschließlich die Veranstaltungen versehen, die dem Info-Management ihre Veranstaltung per Meldebogen „Ihre Veranstaltung im Internet“ (ebenfalls erhältlich in den Geschäftsstellen) gemeldet haben. Die Auslieferung erfolgt zentral an die Geschäftsstelle.

Weitere Einzelheiten entnehmen Sie bitte dem Veranstaltungs- und Organisationshandbuch.

## **VI. „loyal“ – das deutsche Wehrmagazin**

Die Verbandszeitschrift „loyal“ besteht aus zwei Teilen:

1. Der Mantelteil, der auf maximal 42 Seiten über verteidigungspolitische Themen, die Bundeswehr, andere Armeen und über bundesweit interessante Verbandsaktivitäten berichtet.
2. Der Verbandsteil, der wiederum zweigeteilt ist, in den überregionalen Teil „Reservisten-Report“, der hauptsächlich über die Arbeit der Verbandsführung und bundesweiter Institutionen und Ausschüsse berichtet, sowie in die Bereichsausgaben mit unterschiedlichen Titeln und Seitenlängen (festgesetzt nach der Mitgliederzahl der einzelnen Bereiche), in denen über die Arbeit und Aktionen der Basisgliederungen berichtet wird.

Redaktionelle Beiträge sind daher an folgende Anschriften zu senden:

Mantelteil: Societäts-Verlag Redaktion „loyal“ Frankenallee 71-81 60327 Frankfurt a.M.	Reservisten-Report: Verband der Reservisten Redaktion „Reservisten-Report“ Provinzialstr. 91 53127 Bonn
---	--

Bereichsausgaben: Anschrift in dem jeweiligen Impressum.