

„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: **Bericht Leiter Verbandskommunikation**

Einleitung

Den Schwerpunkt der Arbeit des Ressorts lag in der zurückliegenden Amtsperiode sicherlich in der Planung wie auch Organisation und Durchführung der medienwirksamen Petition „Rettet die Bäder“. Im Rahmen einer Pressekonferenz und Uraufführung eines Werbespots zur Kampagne wurde die Petition mit ihren Forderungen der Öffentlichkeit im Rahmen der Messe interbad in Stuttgart präsentiert.

Im Laufe der Wahlperiode 2017-2021 hat sich insbesondere im digitalen Bereich der Verbandskommunikation einiges getan. So unterstützt mit Christopher Dolz seit April 2017 zunächst im zweijährigen Volontariat und anschließend in einer neu geschaffenen Vollzeitstelle die Verbandskommunikation auf hauptamtlicher Seite. Insbesondere die Betreuung der Social Media Kanäle der DLRG gehören dabei zu seinen Hauptaufgabengebieten.

Zusätzlich ist im Referat Verbandskommunikation die Stelle eines Mediengestalters geschaffen und besetzt worden, um die unzähligen Layout-Anfragen auch der örtlichen Gliederungen bewerkstelligen zu können.

In die vergangenen vier Jahre fallen vor allem die Umstellung des Internetauftritts, die „Reaktivierung“ unseres Twitter-Accounts, die Etablierung eines DLRG eigenen Podcasts, ein Social Monitoring zur Prävention von Shitstorms, der digitale Lebensretter oder der Ausbau der Kooperation mit unseren Partner Beiersdorf und seiner Marke NIVEA.

1. Interne Kommunikation

Lebensretter

In der Amtsperiode 2017 – 2021 sind 16 Lebensretter-Ausgaben erschienen. Mit der zurzeit in der Vorbereitung befindlichen Ausgabe 4/2021 blickt der Verband auf inzwischen mehr als zwei Jahrzehnte „Lebensretter“ zurück. Die Akzeptanz innerhalb des Verbandes ist nach wie vor groß. Sieben Landesverbänden (Berlin, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein, Westfalen und Württemberg) haben eine eigene Regionalausgabe, deren Seitenumfänge tendenziell zunehmen. Mit den LV Redakteuren findet jährlich eine Redaktionskonferenz statt, die in bewährter Form fortgeführt wird. Aus anderen Landesverbänden werden regelmäßig Berichte für die Bundesweit-Seiten im Mantel eingereicht.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Die Pandemie hatte zwar erheblichen Einfluss auf die Inhalte der Ausgaben 2020 und 2021. Vereinzelt fielen einzelne Regionalausgaben und einmal auch die Mantelausgabe (4/20, 36 statt 40 Seiten) etwas schmaler aus.

Inhaltlich lebt der Lebensretter weiter sehr von Fachbeiträgen aus etwa Ausbildung, Einsatz, Medizin oder Rettungssport. Hinzu kommen vor allem aktuelle Themen sowie Beiträge, die die Geschichten von besonderen Menschen, Gliederungen etc. erzählen.

Im Jahr 2021 beträgt die Auflage rund 40.000 Exemplare, der Mantelumfang liegt konstant bei 40 Seiten. Der Lebensretter kann flexibel bei großem Berichts- und Nachrichtenanstieg - in begrenztem Umfang – erweitert werden. Einschließlich der Regionalausgaben ergibt sich heute ein Gesamtumfang von mindestens 92 Seiten. Zur Erinnerung: Begonnen haben wir im Jahr 2000 mit 20 Seiten.

Die Akquise von Anzeigen hat nach dem Tod des langjährigen Anzeigenverkäufers Axel Vensky zur Ausgabe 3/2017 Wolfgang Schilling von den Harzdruckereien übernommen. Dieser führt das Anzeigengeschäft noch immer, zunehmend mit Erfolg.

Mit Ausgabe 4/2019 wurde die Lebensretter-App eingestellt. Seither wird das E-Paper des Lebensretters hauptamtlich in der Verbandskommunikation erstellt. Dieses neue Format bietet vor allem ein Plus an Interaktivität und wird direkt auf dlrg.de eingebunden. So können neben den gewohnten Inhalten, die bereits aus den ehemaligen ePapers bekannt sind, zahlreiche Inhalte zusätzlich hinzugefügt werden. Die Inhalte lassen sich etwa um Bildergalerien, Videos (z.B. Tube-Filme o.ä.), Hintergrundinformationen, Infokästen, Infografiken, Präsentationen etc. ergänzen – alles im ePaper integriert und absolut responsiv, also auf jedem Endgerät optimal darstellbar. Im Jahr 2020 hat der digitale Lebensretter über 3.350 ePaper Views. Addiert sind hier die Views in den Zeiträumen von Erscheinen einer Ausgabe bis zur nächsten, ergo jeweils immer drei Monate.

Die Waterkant erschien in ihrer Ausgabe 2020 erstmals in neuem E-Paper-Gewand. Ab Ausgabe 2021 erscheint sie nur noch rein digital, eine Printversion gibt es nicht mehr. Die letzte Ausgabe hat seit Erscheinen im Oktober 2020 über 7.000 Views zu verzeichnen. Wichtig ist der Hinweis, dass Nutzer, die ein Tracking in ihrem Browser verhindern, aus der Statistik herausfallen. Die eigentlichen Zugriffszahlen sind demzufolge vermutlich höher.

Newsletter

Das zweite Kommunikationsmittel für den Verband ist der Newsletter. Er erscheint zur Monatsmitte jeweils am 15. zwölfmal im Jahr und informiert über aktuelle Entwicklungen, Angebote und Neuigkeiten. Er wird via E-Mail an ca. 20.000 Empfänger-Adressen verschickt. Die Ankündigung von Veranstaltungshinweisen hat sich positiv auf die Anmeldezahlen ausgewirkt.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: **Bericht Leiter Verbandskommunikation**

Ressorttagungen Verbandskommunikation

Es wurden die jährlichen Ressorttagungen durchgeführt, im Jahre 2021 fiel sie jedoch wegen der Pandemie in Präsenz aus und wurde digital abgehalten. Hier ist es jedoch wünschenswert, dass die Beteiligung der Landesverbände noch intensiver genutzt wird. Für den regen Informationsaustausch sind diese Tagungen unerlässlich.

2. Externe Kommunikation

Presse- und Medienarbeit

Zu Beginn eines jeden Jahres wird der Presserahmenplan/Jahresthemenplan erstellt. Hierin wird thematisch und auch terminlich festgehalten, wann welches Thema medienwirksam aufgearbeitet werden soll. Er umfasst in der Regel etwa 50 geplante Beiträge. Dabei ist zu berücksichtigen, dass situationsbedingt in der Regel noch weitere Themen hinzukommen. Gerade in den Sommermonaten sind die Anfragen der Medien enorm hoch.

Hinzu kommen die jährlichen Pressekonferenzen und -gespräche. Diese fanden an verschiedenen Orten statt: zum Beispiel in Berlin, Bonn, Hamburg, München, Stuttgart, Scharbeutz oder auch in der Pandemiezeit aus dem digitalen Studio (Berlin und Hannover).

Die wichtigsten Themen waren:

1. die aktuelle Entwicklung der Todesfälle durch Ertrinken
2. die häufigsten Ursachen für die Ertrinkungsfälle
3. Schwimmfähigkeit der Bevölkerung insbesondere der Kinder
4. Bäderpolitik/Bäderschließungen
5. Leistungsbilanz der DLRG
6. Großschadenslagen

In der Spitze gab über 50 Anfragen pro Tag – auch an den Wochenenden. Die Nachfrage spiegelt sich auch in der Berichterstattung wider: Neben einer breiten Berichterstattung im Hörfunk und Fernsehen, die eine mehr als deutliche Zunahme erfuhr, nahmen sich auch die bedeutenden Tageszeitungen und Magazine der verschiedenen Themen an. Alle Leitmedien wurden bedient. Bei vielen Medien wurde insbesondere der Servicebereich großgeschrieben.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Die Pressearbeit wird kontinuierlich durch einen so genannten Clippingdienst ausgewertet. So können wir die Presse-Kontaktzahlen im Printbereich ermitteln und damit analysieren, welche Themenbereiche noch stärker von uns bearbeitet werden müssen. Hinzu kommt die Auswertung der elektronischen wie auch der sozialen Medien.

Fazit der Presse- und Medienarbeit

In der Legislaturperiode 2017 – 2021 hat die DLRG mehrere Milliarden (in zweistelliger Zahl) Kontakte allein durch die Kommunikationsarbeit des Bundesverbandes realisiert. Darin nicht enthalten sind generierte Kontakte aus der Werbung der DLRG und die regionale Berichterstattung.

Die DLRG ist mit Beiträgen für das Magazin Bevölkerungsschutz (BBK) dort ständiges „Mitglied der Redaktion“.

In der Amtsperiode 2017 bis 2021 hat sich die Kommunikation des Bundesverbandes sehr gut weiterentwickelt und im Rahmen der satzungsgemäßen Kernaufgaben viel dazu beigetragen, Image und Bekanntheitsgrad der DLRG positiv zu verbessern, zu festigen bzw. zu erhöhen, die Aufklärung über Gefahren im und am Wasser ins Bewusstsein der Bevölkerung zu rufen und drängende Fragen der Schwimmfähigkeit, des Ertrinkens und des Erhalts von Bädern in den Medien zu positionieren.

PuMa (Presse und Medienarbeit) während Großschadenslagen

Das Team PuMa ist inzwischen etabliert und mit ihm wurde der Notwendigkeit Rechnung getragen, während des Einsatzes bei Großschadensereignissen eine qualitativ hochwertige Medienbegleitung zu erhalten. In der Zeit von 2017-2021 hat sich das Team primär mit Übungen in verschiedenen Landesverbänden und Landkreisen, der Aus- und Weiterbildung sowie konzeptionellen Tätigkeiten beschäftigt. Eigene Kräfte wurden zu Gruppen- und Zugführern wie auch Fachberatern fortgebildet. Als Referenten wurden Mitglieder des Teams bei Ausbildungen zu Zugführern und in der Auslandsfortbildung hinzugezogen. In 2021 begleitete das Team PuMa einige Einsätze in den Hochwassergebieten in Nordrhein, Westfalen und Rheinland-Pfalz.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: **Bericht Leiter Verbandskommunikation**

Jahresberichte

Jedes Jahr erstellt das Ressort Verbandskommunikation den DLRG Jahresbericht (früher Geschäftsbericht), der die Leistungen der DLRG insgesamt aufzeigt. Hierzu werden auf Grundlage des statistischen Jahresberichtes die Leistungen sämtlicher Gliederungen über alle Ebenen ausgewertet und die erbrachten Leistungen zusammengefasst und dargestellt. Die DLRG Jahresberichte werden jeweils auf der Bilanzpressekonferenz des Folgejahres der Öffentlichkeit vorgestellt.

Der Bericht ist ein fundierter Nachweis unserer Leistungen und dokumentiert die Bedeutung unserer DLRG und ihrer Leistungen für die Gesellschaft. Aus diesem Grunde ist es hier auch in der Zukunft wichtig, dass alle Gliederungen ihren statistischen Jahresbericht sorgfältig erstellen und ihren übergeordneten Gliederungen zukommen lassen.

Den Jahresbericht lassen wir jedes Jahr den Abgeordneten des Deutschen Bundestages (CDU/CSU, SPD, Grüne, Linke, FDP) zukommen.

3. DLRG eigene Projekte

Corporate Design (CD)

Holger Sturm hat für das Ressort federführend das Handbuch Corporate Design (CD) der DLRG mehrmals überarbeitet, angepasst und zahlreiche Vorlagen für die Gliederungen erstellt.

Im Einzelnen ist anzuführen:

- Implementierung eines Supportteams zur Unterstützung von Grafik und Layout, Organisation und Veranstaltungsbranding
- beratende und grafische Unterstützung aller Gliederungsebenen der DLRG e.V.
- beratende und grafische Unterstützung aller internen Referate der Bundesgeschäftsstelle
- Idee und Konzeption von DLRG Publikationen im Bereich Print und Internet für alle Gliederungsebenen der DLRG
- Unterstützung des Arbeitskreises Internet bei der Erstellung von APPs
- Brandinganalyse IRB- und DLRG Cup wie auch der Trophys und anschließender Neukonzeption des Außenauftritts dieser Sportveranstaltungen
- Maßgebliche Einbindung in der Organisation der Deutschen Meisterschaften, DLRG Cup und Bundestagung 2021



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: **Bericht Leiter Verbandskommunikation**

DLRG|Tube-Beiträge

Das Ressort hat mit seinem Partner TVN aus Hannover einige Werbespots produziert. Die Highlights:

1. Ohne dich gibt's keine Wassersicherheit

Dieser Film ist ein Baustein der Mitgliederwerbung und Teil einer Kampagne zur Mitgliederwerbung.

2. Imagefilm

Der Film steht unter der Frage: Was wäre, wenn es die DLRG nicht gäbe. Hier werden zum Teil lebensbedrohliche Szenen gezeigt, die nur gut endeten, weil die DLRG eingegriffen und Unglück verhindert hat.

3. Compliance-Film

Der Compliance-Film zeigt, welches Verhalten von DLRG-Mitgliedern und Mitarbeitern erwartet wird und erläutert die Regeln. Dieser Film beinhaltet auch die Gebärdensprache.

4. Animierte Baderegeln mit Erklärungen und in Gebärdensprache

Die DLRG hat einige Filme von einer Gebärdendolmetscherin übersetzen lassen und diese Aufnahmen in die Filme eingefügt. Die DLRG ist inklusiv.

Zusätzlich wurde mit dem StartUp-Unternehmen, der Kleinagentur Teufelküche der Kinospot „Einfach abschalten“ produziert, der den Gliederungen für ihre Arbeit und auch die Weitergabe an die regionalen Kinos angeboten wurde.

In diesem Spot macht die DLRG Eltern und Aufsichtspersonen darauf aufmerksam, dass man Kinder am Wasser nicht aus den Augen verlieren darf. Ein unachtsamer Moment kann schnell zur Katastrophe werden.

4. Werbung

Messestände/-material

Die Faltstandelemente für die Ausleihe an die Gliederungen sind erneuert worden. Ergänzend sind so genannte Roll-up-Displays angeschafft worden, die ebenfalls an die Gliederungen ausgeliehen werden können und die Kernaussagen zur DLRG enthalten.

Messen

Die DLRG ist regelmäßig auf Messen vertreten und unterstützt auch die Landesverbände bei Messeausritten. Seit 2014 ist die DLRG dafür stets auf der Bildungsmesse didacta vertreten, die jährlich wechselnd in Stuttgart, Hannover und Köln ausgerichtet wird.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Dort hat sich über die Jahre ein festes Standkonzept entwickelt. Erzieher und Lehrer werden vorrangig über die Themen Wassergewöhnung und Schwimmausbildung informiert. Dabei werden auch die passenden Projekte aus der Kooperation mit NIVEA präsentiert. Ebenso wird diese Plattform genutzt, um auf die Verpflichtung des Schulschwimmunterrichts deutlich hinzuweisen.

Nicht stattgefunden hat coronabedingt die Messe Interschutz, die zunächst für 2020 geplant, dann erstmals auf 2021 und schließlich nochmals auf 2022 verschoben wurde. Im kommenden Jahr wird sich die DLRG in Hannover als vielseitig einsetzbarer Partner für Kommunen und Feuerwehren in ganz Deutschland präsentieren. Kern des Messeauftritts werden verschiedene Einsatzoptionen sein. Zusammen mit dem Standnachbarn THW soll das gemeinsame EU Modul für die Hilfe bei Hochwasser im europäischen Ausland vorgestellt werden.

5. Rettungssport

Das Ressort hat in der vergangenen Legislaturperiode alle wichtigen Rettungssportveranstaltungen begleitet. Neben der aktiven Pressearbeit konnten zahlreiche Journalisten auf den Rettungssport aufmerksam gemacht werden, und die Medien nehmen diese Veranstaltungen gerne in ihre Berichterstattung auf.

Die Berichterstattung von Veranstaltungen im Ausland hat sich in den vergangenen Jahren positiv entwickelt. Das Ressort hat ehrenamtliche Mitarbeiter zur Weltmeisterschaft 2018 und zu den Europameisterschaften entsendet, die Hand in Hand mit dem Hauptamt in Bad Nenndorf umfassend berichteten. An dieser Stelle ist ausdrücklich auch auf die mittlerweile sehr gute Zusammenarbeit mit dem ehren- und hauptamtlichen Trainerstab der Nationalmannschaft hinzuweisen.

Das Team Verbandskommunikation um Stephanie Kasperski und Julia Schatz hat seit 2019 Verstärkung durch Jessica Grote, Niels Mündelen und Jan Laufer erhalten.

Das Ressort/Referat ist im Arbeitskreis Rettungssport vertreten.

6. Kooperationen mit Wirtschaftspartnern und anderen Institutionen

NIVEA-Preis für Lebensretter: Das Ressort ist maßgeblich an der Vorbereitung dieser Verleihung beteiligt. Hier geht die Bitte an alle Gliederungen, dem Bundesverband doch entsprechende Lebensrettungen zu melden, damit sie in der Jury vorgelegt werden können.

NIVEA Cup: Das Ressort war und ist in den Vorbereitungen intensiv eingebunden und bei den Durchführungen der Cups verantwortlich für die Medienarbeit.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Das Grüne Band: Für den Wettbewerb Das Grüne Band für vorbildliche Talentförderung im Verein werden die Ausschreibungs-Unterlagen den Gliederungen jährlich zur Kenntnis gebracht. Die Verleihungen selbst werden begleitet. Jedoch ist auch hier die ausdrückliche Bitte an die Gliederungen, sich noch mehr einzubinden und sich zu bewerben, der Gewinn sind immerhin 5.000 Euro.

Helfende Hand: Das Bundesinnenministerium verleiht seit 2008 diesen Förderpreis für ehrenamtliches Engagement im Bezug zum Bevölkerungsschutz. Hier sind die Bewerbungen aus den Gliederungen noch sehr zögerlich.

7. Bildung

Das „Kompetenzteam“ ist ein Arbeitskreis auf Bundesebene, welcher Seminare und Workshops im Bereich der Verbandskommunikation plant und durchführt. Wir stärken die Kompetenzen der Mitglieder aller Gliederungsebenen, die in der Verbandskommunikation tätig sind.

Dazu hat sich das Team in den letzten Jahren mindestens zwei bis drei Mal pro Jahr getroffen, um die gehaltenen Seminare zu evaluieren, umzuschreiben, zu verbessern und neue Seminare zu konzipieren.

Das ehrenamtliche Team besteht aus acht Mitgliedern. Dazu gehörten Stand 2017 unter der Leitung der Bundesbeauftragten Verbandskommunikation Bildung Ursula Jung: Anton Schubert, Andreas Lerg, André Schäfer und Thomas Weller. In den vergangenen vier Jahren haben wir drei neue Referenten gewinnen können: Horst Auer, Brian Ehlers und Valentina Liefke. Alle haben schon an unseren Seminaren teilgenommen und sind engagiert dabei.

Das Grundlagenseminar ist sehr gefragt und wurde deshalb jedes Jahr angeboten und gehalten. Zusätzlich wurden Multiplikatoren für die Landesverbände ausgebildet. Außerdem werden die Seminare „Krisenkommunikation“, „Schreibwerkstatt“, „Medientraining“ und „Internet und Soziale Medien“ angeboten.

Die Seminare „Lobbyarbeit“, „Fotografie“, „Layout und Gestaltung“ und „TYPO 3“ werden von zusätzlichen Experten angeboten.

Neu dazugekommen sind „Mobile Videoproduktion“, „Kampagnenplanung“ sowie „Internet und Soziale Medien für Fortgeschrittene“.

Tagesseminare für das Grundlagenseminar sowie für die Schreibwerkstatt und das Medientraining wurden aktualisiert und den Landesverbänden zur Verfügung gestellt. Auch wurde Unterstützung durch Referenten vor Ort in diesen Bereichen angeboten. Ebenso wurden Ausbildungssequenzen für den ZWRD-K im Bereich Kommunikation erstellt.

Im Jahr 2019 nahmen wir an einer internen Schulung zum Thema Visualisierung teil. Die Ergebnisse wenden wir heute noch immer an.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Das Forum Verbandskommunikation 2020 war ein Forum Spezial mit dem Thema „Krisenkommunikation und -management“ für das Präsidium und die Landesverbände. Drei Referenten aus unserem Team unterstützten das Forum Spezial als Referenten in Workshops.

Bedingt durch die Pandemie mussten leider fast alle Seminare 2020 abgesagt werden. Es wurde allerdings auch ein Hybridseminar „Mobile Videoproduktion“ durchgeführt. Dabei waren die Teilnehmer sowie zwei Referenten vor Ort, zwei weitere Referenten waren per Videokonferenz zugeschaltet.

Die terminlichen Lehrgangsplanungen gestalten sich manchmal schwierig, da alle Referenten berufstätig sind und oftmals auch an Wochenenden arbeiten müssen.

Während der Pandemie wurden Videokonferenzen mit dem Team durchgeführt. Außerdem nahm das Kompetenzteam regelmäßig an den Ressorttagungen Verbandskommunikation teil.

Ganz neu in der Planung werden ab November „VK im Dialog“-Veranstaltungen angeboten. Dabei handelt es sich um virtuelle Austauschabende, in denen Mitglieder aus allen Ebenen mit Experten über aktuelle Themen der Öffentlichkeitsarbeit sprechen können.

„VK im Dialog“ findet jeweils am ersten Dienstag des Monats statt. Wir hoffen, dass wir mit diesem Angebot den Kontakt zu den Gliederungen wieder aufleben lassen können und ein besserer Austausch stattfindet.

8. Arbeitskreis Internet (AK IT)

Weniger Verwaltung mehr Zeit am und im Wasser

In der Leitung des Arbeitskreises gab es Ende 2020 einen Wechsel, Hans-Jürgen Mey übergab den Staffelstab an Nico Reiners.

Einfache Umsetzung der DSGVO mit dem Internet Service Center (ISC)

Die Jahre 2017 und 2018 waren geprägt von der Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Der AK unterstützt die Gliederungen bei der Einhaltung der DSGVO z.B. dadurch, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei der Anmeldung in der Seminar-App gem. Art. 13 DSGVO über die Datenverarbeitung informiert werden. Der Informationstext wurde gemeinsam mit unserem Justiziar Andreas Bernau entwickelt.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Austausch von Dokumenten mit der DLRG.cloud

Ende 2018 wurde die DLRG.cloud zur Verfügung gestellt. Hierbei handelt es sich um ein System, das die gemeinsame Nutzung von Dateien (etwa Sitzungsunterlagen) ermöglicht. Die DLRG.cloud basiert auf der Open Source Software Nextcloud, die vom AK auf die Bedürfnisse der DLRG angepasst wurde. Die Nutzerinnen und Nutzer erhalten von der jeweiligen Gliederung die Berechtigung, auf einen oder mehrere Ordner zuzugreifen. Wer in mehreren Gliederungen / Gliederungsebenen (OG, Bezirk,...) tätig ist, sieht nach der Anmeldung mit dem DLRG-Account alle seine Ordner gliederungsübergreifend auf einen Blick.

Webseite 4.0 - mit dem neuen Design

Nach jahrelanger Vorbereitung wurde 2019 das neue, rot-gelbe Layout für die Webseiten des Verbandes vorgestellt. Das gelbe Layout, welches zum 100. Geburtstag der DLRG eingeführt worden war, wurde im Herbst 2020 abgeschaltet. Bei der Umstellung konnten die Gliederungen jeweils ihre Schwerpunkte anklicken und erhielten Musterseiten mit Texten und Bildern, die sie anpassen können. Wer auch dafür keine Zeit hat, kann die „Website light“ nutzen, die wesentliche Funktionen (z.B. News, Kalender, Seminar-App) bietet, aber keine Konfiguration vorsieht.

Einstieg in die Digitalisierung der Ausbildung

Die Seminar-App wird mittlerweile von über 1.400 Gliederungen eingesetzt. Die Zahl der Anmeldungen stieg über die Jahre kontinuierlich und ist in den vergangenen 18 Monaten geradezu explodiert. Mit mehr als 70.000 Anmeldungen wurde im Juni ein neuer Rekord erreicht. Kürzlich erfolgte die millionste Anmeldung über die Seminar-App. Was bedeutet das für die Gliederungen?

- Es sind eine Million Anmeldungen nicht per Mail, Telefon oder Papieranmeldung eingegangen, und sie wurden automatisch per E-Mail bestätigt.
- Ca. 110.000mal haben Gliederungen die Teilnahme am Lehrgang digital befürwortet und in etwa 40.000 Fällen die Kostenübernahme digital zugesichert.

Der bundesweite Lehrgangspool (<https://dlrg.net/Seminar/>) trägt dazu bei, dass jeder Platz besetzt wird, und erleichtert die Suche, wenn die eigene Gliederung die erforderliche Ausbildung gerade nicht anbietet. Mit Unterlagen, die dem Handbuch Corporate Design entsprechen, trägt die Seminar-App zum einheitlichen Markenauftritt der DLRG bei.

Datenaustausch zwischen DLRG-Manager und ISC

Daten für die Mitgliederstatistik können aus dem DLRG-Manager über eine Schnittstelle abgerufen und in den Bericht für die übergeordneten Gliederungen übernommen werden.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Aus der Seminar-App können Rechnungsdaten an den DLRG-Manager übergeben werden.

Verbesserungen beim Datenaustausch zwischen den Systemen tragen dazu bei, unsere Ehrenamtlichen von Verwaltungstätigkeiten zu entlasten.

„One more thing“ - Online-Prüfung und Trainer-App

Der AK IT treibt die Digitalisierung der Ausbildung weiter voran. Vor wenigen Wochen wurde die Online-Prüfung präsentiert. Wenn die Gliederung die App nutzt, ist es jetzt möglich, an der Theorieprüfung nach Schwimm- und Rettungsschwimmkursen per Smartphone teilzunehmen.

Aktuell wird die Trainer-App, eine Smartphone-Anwendung für Android und iOS, in einer Beta-Version getestet. Sie ermöglicht die Verwaltung von Teilnehmergruppen einschließlich der Erfassung von bestandenen Prüfungsleistungen. So gehören wegen Wassertropfen unleserliche Riegenkarten bald der Vergangenheit an.

Die bereits 2010 eingeführten einheitlichen und für alle Gliederungsebenen gültigen Funktions-E-Mail-Adressen haben sich bewährt.

9. Soziale Medien

Das für die auslaufende Amtsperiode gesteckte Ziel von 100.000 Followern in den Social Media Kanälen der DLRG haben wir erfolgreich erreicht.

Obgleich ihr Ende vielfach prophezeit, rangiert Facebook weiterhin als stärkste Plattform auf Platz Eins und hat mitnichten an Wichtigkeit für unsere digitale Kommunikation und die Außenwirkung der DLRG eingebüßt. Lag die Zahl der Facebook-Fans im Herbst 2017 noch bei fast 50.000, ist sie mittlerweile auf fast 79.000 angewachsen. Bei Facebook liegt die Interaktionsrate mit unseren Beiträgen derzeit bei über 6%. Für Facebook ist dies ein sehr guter Wert, mit dem wir sehr zufrieden sind.

Unser Instagram-Kanal hat sich ebenfalls sehr gut entwickelt. Angefangen mit rund 5.000 Followern im Jahr 2017 stehen wir mittlerweile kurz vor 30.000. Derzeit beträgt die Interaktionsrate mit unseren Beiträgen über 10%. Dies ist ein im Verhältnis sehr zufriedenstellender Wert. Weiterhin ist das Medium Video eines der wichtigsten Inhalte. Die meisten Aufrufe konnten wir mit unserem Spendenfilm, mit der Szenerie am See erzielen. Hier stellten wir eine häufige Unglücksursache für Ertrinkungstode nach. Ein Pärchen möchte an einem See den Tag genießen. Es ist etwas Alkohol und Leichtsinn im Spiel und schnell kommt es zur Gefahrensituation. Dieses Video wurde am zweithäufigsten als gespeicherter Inhalt bei Instagram markiert. Das bedeutet, dass ein Nutzer sich diesen Inhalt für später in seinem Instagram Account gespeichert hat.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

In Zukunft gilt es, die Interaktionsrate zu steigern, denn dieser Wert sagt viel über die Qualität unserer Inhalte aus, und wie sie auf unsere Follower wirken. Zusätzlich ist dieser Wert wichtig für die Follower-Bindung, die wir um jeden Preis stärken müssten, um langfristig auf den Kanälen erfolgreich zu sein.

Unser Youtube-Kanal DLRGTube kommt nun auf 6.386 Abonnenten (Herbst 2017: rund 1.600). Beeindruckend ist hier auch unsere durchschnittliche Wiedergabedauer von über 1:30 Minuten. Bei YouTube sind weiterhin Themen, die über Sicherheitstipps im und am Wasser informieren, sehr erfolgreich. An oberster Stelle steht zum Beispiel ein Video über die Sicherheit am Strand. Zusätzlich sind weiterhin unsere Baderegeln sehr weit oben. Gemessen an der durchschnittlichen Wiedergabezeit sind ebenfalls Inhalte erfolgreich, die einen Mehrwert für die Nutzer darstellen. Hierzu zählen zum Beispiel unsere Videos mit Harro Füllgrabe. Hier besucht er unter anderem eine DLRG Wachstation und stellt in einem modernen Format die Aufgabenbereiche der DLRG vor. Zusätzlich besucht er eine DLRG Rettungshundestaffel. Hier zeigt er ebenfalls die Vielfältigkeit der Aufgaben unserer Vierbeiner auf.

Weiterhin haben wir unsere Performance-Strategie bezogen auf bezahlte Inhalte optimiert und konnten hierdurch unsere Ergebnisse verbessern.

Nicht zuletzt haben die Erweiterung unserer Formate bei Facebook und Instagram erheblich dazu beigetragen, dass wir die entsprechenden Werte in den einzelnen Kanälen steigern konnten. So spielen wir mittlerweile u.a. kleinere Clips (max. 15 Sekunden) quasi als Werbeunterbrechungen in anderen Videos, die nicht von uns sind, aus. Zudem wird die Qualität der Beiträge immer besser und moderner.

Möglicherweise muss nun zukünftig die Frequenz der Ausspielungen erhöht werden, um weitere Zuschauer zu binden.

Bei Twitter kommen monatlich regelmäßig neue Follower hinzu, so dass wir über 4.200 Follower verzeichnen (Herbst 2017: rund 2.800). Hier werden kanalgerecht vordergründig News und Pressemeldungen veröffentlicht.

Seit Oktober 2020 ist der DLRG Podcast „on air“. Ein neues Format, mit dem wir Interessierte nun auch direkt im Ohr erreichen – auf dem Weg zur Arbeit, zur Schule, beim Frühstück oder wo auch immer. Anfangs noch zweimal die Woche, strahlen wir seit April nur noch die längere Samstagfolge (Im Gespräch) aus. Hintergrund der Entscheidung war der nicht lohnende Mehraufwand. Zudem wird der Podcast seither nicht mehr durch eine externe Agentur betreut, sondern vollständig hauptamtlich durch Mitarbeiter der Verbandskommunikation in der Bundesgeschäftsstelle. Nichtsdestotrotz entwickelt sich das Format hervorragend. Nach nun etwa elf Monaten kommen wir bereits auf über 8.615 Abonnenten und über 71.000 Streams/Downloads.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Nach ausgiebiger Sondierungsphase wurde Ende Juni 2020 ein neues System zum Social Monitoring/Listening installiert. Mit „Ubermetrics“ steht uns nun ein KI-basiertes System zur Verfügung, mit dem wir einerseits überwachen können, was im Internet (sei es Social Media, Blogs, Newsseiten, Internetseiten etc.) zu vorher festgelegten Suchbegriffen – wie etwa DLRG – veröffentlicht wird und daraus mögliche Inhalte für unsere Kanäle ableiten. Die KI ordnet dabei Meldungen sogenannten Sentiments zu, markiert sie also selbständig als positiv, neutral oder negativ. So können wir andererseits präventiv bzw. rechtzeitig auf mögliche „Shitstorms“ reagieren. Die KI befindet sich in der Lernphase und wird ständig aktualisiert.

Uns war und ist es immer sehr wichtig, dass wir mehr Informationen über unsere Zielgruppe erhalten. Aus diesem Grund haben wir von Mitte Juli bis Mitte September 2020 eine groß angelegte Online-Umfrage „Deine Stimme zählt“ zur Nutzung des Internets und der sozialen Medien bezüglich der DLRG ausgerollt. Diese wurde mit der Agentur Kochstrasse auf Basis psychologischer Grundsätze erarbeitet. Insgesamt haben fast 5.000 Personen teilgenommen und mehr als 3.000 Personen bis zum Ende absolviert – ein sehr gutes Ergebnis. Von den ermittelten Zielgruppen (Mitglieder, Spender, Externe) waren sich alle dahingehend einig, dass sie sich von der DLRG Vertrauen und Verunft wünschen und dieses auch bei der DLRG vorfinden. Gleichzeitig spielt aber auch ein Dominanz-Motiv eine hervorgehobene Rolle, wenn man Leben retten mal als eine Form von Macht und Dominanz bezeichnet. Besonders beliebtes bzw. gewünschtes Thema ist u.a. die Aufklärung über Wassergefahren. Grundsätzlich wird der Auftritt der DLRG in den sozialen Medien positiv wahrgenommen, allerdings sind vor allem Spendern unserer Kanäle noch nicht ausreichend bekannt.

Auf Basis dieser Umfrage wurde eine Werbekampagne zur Mitgliederbindung und –gewinnung entwickelt. Diese ging Mitte August 2021 an den Start und läuft zunächst bis Ende des Jahres. Neben großzügiger Anzeigenauspielung in den sozialen Medien sind weitere Aktionen (wie Challenges etc.) zur Kampagne geplant, um ihre Bekanntheit und Wirksamkeit zu steigern.

Um weiterhin erfolgreich zu sein, setzen wir uns Ziele wie die Entwicklung und Umsetzung von modernen und zielgruppenspezifischen Inhalten. Zusätzlich ist ein wichtiger KIP, den wir in Zukunft steigern wollen, die Interaktionsrate. Auch wollen wir mit neuen Inhalten, die wir kontinuierlich ausspielen, dafür sorgen, dass wir die durchschnittliche Wiedergabezeit steigern können.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

10. Wirtschaft und Politik

Erstmalig wurde in der laufenden Amtsperiode mit Andreas Bläse ein Bundesbeauftragter für Wirtschaft und Politik in der Verbandskommunikation ernannt. Ziel war es, die DLRG in der Bundespolitik besser zu positionieren und um politische Unterstützung zu werben.

Ein großer Erfolg war unsere Petition zur Bäderrettung, die von allen Fraktionen des Bundestages einstimmig angenommen wurde und an das Bundesinnenministerium zur weiteren Bearbeitung überwiesen wurde. Hierzu bedurfte es diverser Gespräche mit den Mitgliedern verschiedener Ausschüsse des Deutschen Bundestages (Petitions-, Innen- und Sportausschuss). Besonders hilfreich waren unsere Informationsstände auf allen Bundesparteitagen der CDU, der SPD, der FDP und den Bundesdelegiertenkonferenzen von B'90/GRÜNE. Hier konnte bei Spitzenpolitikern aber auch bei Delegierten und Mandatsträgern aus EU, Bund, Ländern und Kommunen für die Ziele der DLRG geworben werden. Grundlage für diese Gespräche war jeweils ein mit dem Präsidialrat abgestimmtes Papier mit den politischen Zielen/Forderungen der DLRG. Im Nachgang unserer Petition wurde vom Bundesinnenministerium ein Investitionsprogramm für Sportstätten/Schwimmbäder (sogenannter Goldener Plan) aufgelegt, dessen Höhe allerdings noch einer Nachbesserung bedarf. Insbesondere fehlt hier eine Budgetabgrenzung zugunsten von Schwimmbädern.

Ein weiterer Schwerpunkt lag in der aktiven Beteiligung im Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE). Hier haben sich 280 Institutionen und Organisationen aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Politik, Medien und Wissenschaft zusammengeschlossen, um das Ehrenamt zu stärken und politische Forderungen zu formulieren. U.A. wurden die Ergebnisse in einem Dossier zur Bundestagswahl zusammengefasst. Im „Forum Digitalisierung“ des BBE konnten wir durch aktive Mitarbeit und Vorträge die DLRG mit ihrem ehrenamtlichen Engagement bei den Digitalisierungsprojekten bekannt machen und um Unterstützung werben.

Im Juli 2020 hat die Deutsche Stiftung für Engagement und Ehrenamt (DSEE) in Neustrelitz ihre Arbeit zur Förderung des Ehrenamts aufgenommen. Diese Stiftung ist ein gemeinsames Vorhaben des Bundesfamilienministeriums, des Bundesinnenministeriums und des Bundeslandwirtschaftsministeriums. Wir haben uns in der Vorbereitungsphase in diversen Anhörungen und Gesprächen eingebracht. Einige Gliederungen und der Bundesverband haben bereits Projektförderungen erhalten. Im November 2020 wurde im Eilverfahren die Novelle des Infektionsschutzgesetzes verabschiedet. Hier gelang es, die DLRG neben anderen Hilfsorganisationen im Gesetz zu positionieren. Damit ist künftig eine direkte Beauftragung durch das Bundesministerium für Gesundheit gegen Kostenerstattung möglich.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Um eine abgestimmte politische Kommunikation zu Themen der DLRG in EU, Bund, Ländern und Kommunen sicherzustellen, ist in der nächsten Amtsperiode eine Intensivierung der Zusammenarbeit mit den Landesverbänden erforderlich. Wie notwendig diese Erweiterung ist, zeigt die vom BMI vorgestellte Neuausrichtung des Bevölkerungsschutzes und des Bundesamtes für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK) in acht Themenfeldern. Als Lehre aus der Corona-Krise wird u.a. eine verbesserte Zusammenarbeit und Koordination aller Akteure (Bund, Länder, Hilfsorganisationen) in einem Kompetenzzentrum Bevölkerungsschutz angestrebt. Die Hochwasserkatastrophe in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz hat diese politische Diskussion zur Optimierung des Katastrophenschutzes sehr stark beschleunigt. Hier gilt es, kurzfristig die Interessen der DLRG einzubringen, da sich diese neue Form der Vernetzung auch auf die DLRG-Arbeit auswirken wird.

Weiterhin wird es in der nächsten Amtsperiode eine Herausforderung sein, die DLRG im (bundes-)politischen Raum mit den anderen Hilfsorganisationen, dem THW und den Feuerwehren „auf Augenhöhe“ zu bringen, sowie in der Politik für die besondere Wertigkeit des Ehrenamts mit Systemrelevanz zu werben und die notwendige Unterstützung einzufordern.

11. Foto und Video

Der Kreis der Fotografen wird geleitet von Daniel-André Reinelt. In den vergangenen vier Jahren fanden im Bereich Foto/Video einige Veränderungen statt. Personell haben wir einigen Zuwachs an Fotografen bekommen, die hauptsächlich kleinere Events abdecken, aber auch die Fahrtwege aller Beteiligten wurden durch die bessere geografische Abdeckung verringert. Leider gab es auch Abgänge aus verschiedenen Gründen – dies konnte aber größtenteils aufgefangen werden.

Seit 2017 fanden in Bad Nenndorf einmal im Jahr – abgesehen von 2020 - Fotolehrgänge statt. Durchgeführt wurden diese von Michael Siepmann (bis einschließlich 2018), Steph Dittschar und Daniel-André Reinelt. Auch hierbei konnten interessierte Mitglieder akquiriert werden, die uns entweder in der vergangenen Zeit bereits tatkräftig unterstützen konnten oder uns noch mit Bildmaterial beliefern werden.

Das auf technischer Basis betrachtete veraltete 4AllPortal-MAM (Media Asset Management) wurde Ende 2020/Anfang 2021 durch ein modernes Media Asset Management (Eyebase) ersetzt, welches nun auch wieder auf allen Client-PCs verwendbar ist. Bei dem alten System war dies auf Grund der technischen Basis (Java) nicht mehr möglich. Zurzeit werden noch immer einige Inhalte in Eyebase transferiert. Aktuelles Bildmaterial läuft dort bereits ein. In Zukunft sollen die Arbeitsanweisungen noch überarbeitet werden, um die Ansprüche des neuen MAM besser gerecht zu werden und eine bessere Ordnung innerhalb des Bildarchivs zu schaffen. Auch nicht-eingewiesene Fotografen könnten nun direkt in Eyebase hochladen. Die Verschlagwortung würde dann im Nachgang erfolgen. Hier muss noch ein Ablauf erdacht und geschaffen werden.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

In den vergangenen zwei Jahren wurde die Thematik „Livestreaming“ in Angriff genommen. Dafür wurde eigenes Basis-Equipment angeschafft – bestehend aus einer Kamera mit Zubehör, Licht, Stativen, Mikrofon und einer Streamingbox, welche einfaches Initiieren der Übertragung ermöglicht. Die ersten Einsätze erfolgten bereits. In Zukunft soll der Bereich noch weiter ausgebaut werden. Als Probelauf dafür wurden etwa die Deutschen Einzelstrecken Meisterschaften 2021 in Berlin teilweise live gestreamt. Hier kam noch zusätzliches Leihmaterial zum Einsatz. Der Einsatz außerhalb des Bereichs Rettungssport ist selbstverständlich auch möglich. Sofern eine stabile Internetverbindung mit genügend Uploadbandbreite zur Verfügung steht, ist ein Einsatz überall möglich. Etwa auch im KatS-Bereich (PuMa) oder bei Tagungen.

Noch vor der durchführungstechnisch pandemiebedingten Durststrecke haben wir Ende 2019 damit begonnen, die Lücken in unserer Bilddatenbank zu stopfen. Dazu wurden mehrere Shootings etwa im Bereich Ausbildung durchgeführt. Dies soll nun mit dem erneuten Anlaufen in diversen Themenbereichen fortgeführt werden. Ziel ist es unabhängig von externen Bildanbietern zu werden.

13. Soziale Themen und Verbandspolitik

2017 gelang es unserer Bundesbeauftragten für soziale Themen und Verbandspolitik Sabine Lillmantöns, die DLRG in Brüssel bei der Niederlassung Nordrhein-Westfalen vorzustellen. Ziel dieses Gesprächs war eine Beratung für eine Bewerbung im Erasmus Plus Programm der Europäischen Union. Da die DLRG Mitglied in der ILSE (International Lifesaving – Europe) ist, wurde eine Bewerbung in zweierlei Hinsicht befürwortet: erstens, aus Deutschland kommt selten eine Bewerbung im Erasmus Plus Programm. Zweitens, die DLRG hat durch die Mitgliedschaft in der ILSE automatisch mehr als genug europäische Partner für ein Projekt. Die Idee wurde mit dem Generalsekretär der ILSE besprochen. Daraufhin fuhr eine kleine Abordnung erneut nach Brüssel, um weitere Beratung zu bekommen. Eine Vorstellung der Idee wurde beim Meeting der ILSE 2018 vorgenommen. Während aus den Reihen der Franzosen, Spanier, Schweden, Norweger, Holländer und uns durchaus eine Idee reifen hätte können, beschloss die Leitung der ILSE, die Spanier zunächst einen Schritt in dieser Richtung machen zu lassen und dann von diesen zu lernen.

Sabine Lillmantöns hat als Mitglied der Ausbildung in der ILSE und Befürworterin des Erasmus Programms dagegen schriftlich protestiert, erhielt aber keine Rückmeldung. Daraufhin hat sie ihre Bemühungen in der ILSE ganz eingestellt.

Ihrer Meinung nach ist die finanzielle Unterstützung durch das Erasmus Programm förderlich für die Aufgaben gegen das Ertrinken, die wir in der europäischen Gemeinschaft gemeinsam entwickeln. Seit sie mitgearbeitet hat, sind immer mehr Nationen in diese Arbeit eingestiegen.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

2019 gab es Gespräche hinsichtlich „einfacher Sprache“ in der Verbandskommunikation. Seit 2013 unterhält Sabine Lillmann-Töns Beziehungen zu mehreren Gruppen, die sich wissenschaftlich mit einfacher Sprache auseinandersetzen. Ziel der Nutzung von einfacher Sprache ist das einfache und schnelle Lesen von Texten, die einfache und schnelle Übersicht von Informationen aber auch das Erreichen von Menschen, die komplexe Texte nicht einsortieren oder auswerten können. Ein Forschungsteam der Universität Bielefeld um Frau Professorin Christa Kleindienst-Cachay fand heraus, dass es im Jahre 2030 mehr Menschen mit als ohne Migrationshintergrund in Deutschland geben wird. Das bedeutet, es werden dann mehr Menschen in Deutschland leben, die Schwimmen in ihrer Kultur nicht verankert haben! Die DLRG muss hier etwas tun! Nicht nur die Integration auf Ortsgruppenebene ist hier gefragt, sondern auch die Ansprache über soziale Medien und alle Internetauftritte bedürfen geordneter Überarbeitung. Leider wurde der Beginn dieser Arbeit von der Pandemie unterbrochen, aber im September 2021 fand ein Workshop von ehrenamtlichen und hauptamtlichen Kräften der DLRG in Bad Nenndorf statt, um an einem ersten Text gemeinsam zu arbeiten und einen gemeinsamen Blick auf den Internetauftritt der DLRG zu richten. Diese Arbeit wird sicherlich eine Amtsperiode in Anspruch nehmen und braucht viele Interessierte.

14. Sonstiges

Das Ressort hat an allen Gremiensitzungen insbesondere an den Ressorttagungen Ausbildung und Einsatz teilgenommen und die Interessen der Verbandskommunikation verdeutlicht und auch größtenteils umgesetzt. Zudem haben die Mitglieder des Ressorts zahlreiche Repräsentationsaufgaben wahrgenommen. Frank Villmow ist seit 2018 Mitglied der Jury für den Preis „Helfende Hand“.

Seit 2016 veranstaltet das Ressort alle zwei Jahre ein Forum Verbandskommunikation mit jeweils rund 120 Teilnehmern. Im Jahre 2020 fand das Forum unter dem Motto Krisenmanagement und -kommunikation mit großem Erfolg statt.

Historische Sammlung und Online-Museum

Wie in allen Bereichen des Lebens hatte Corona auch Auswirkungen auf die Arbeit des Museums. Geplante Interviews mussten auf unbestimmte Zeit verschoben werden, und die museumspädagogische Arbeit ist beinahe zum Erliegen gekommen. Dennoch war das Jahr 2020 ein erfolgreiches Jahr für unser Museum, und es konnte einiges Corona-konform geleistet werden. Unter anderem wurde die Sammlung sicher im Übergangsdépôt untergebracht und die Objekte zu großen Teilen digital erfasst. Das erste Ausstellungsprojekt wurde auf den Weg gebracht. Es wurde Unterstützung geleistet für junge Mitglieder, die am Geschichtswettbewerb des Bundespräsidenten teilgenommen haben.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: Bericht Leiter Verbandskommunikation

Nicht alles war von Erfolg gekrönt. Einige Arbeit wurde in die Beschaffung möglicher Förderungen für die neue Publikation über die Geschichte der DLRG gesteckt. Letztlich wurde im Präsidium entschieden diese Arbeit ohne externe Mittel anzufertigen. Neben dem Tagesgeschäft wurden die Webseite überarbeitet und neue Mitstreiter gefunden.

Die Museumssammlung

Das Museum hat jetzt über 1.000 Objekte in seiner Sammlung. Die meisten sind fotografiert und mit einer Inventarnummer versehen. Über 200 Einträge umfasst das digitale Archiv. Das Archiv nutzt dieselbe Software wie das historische Archiv und wurde aufwendig angepasst an die Anforderungen des Museums.

Zu finden ist das digitale Archiv unter der Adresse: <https://dlrg.museum.melusine.info/>. Für die Sammlung konnten ebenfalls einige Stücke akquiriert werden u.a. von der Tochter Bartnitzkes, wie eine Uhr im Wert von ca. 700€ und die Bundesverdienstkreuze Bartnitzkes.

Die Ausstellung im Hotel Tagungshotel Delphin

Als erstes Ausstellungsprojekt wurden eine große individuell angefertigte Vitrine und eine Multimedia-Station in den Gang des Hotel Delphins installiert. Gezeigt werden auf einem Monitor historische Lehrfilme des Vereins und Interviews mit Zeitzeugen zu der Geschichte der DLRG. Anhand von Objekten aus der gesamten Geschichte wird ein Überblick über die verschiedenen Tätigkeitbereiche geschaffen.

Die Figurengruppe des Bildhauers Adolf Brütt „Der Fischer/Gerettet“, von 1887/1894 steht im Zentrum der Vitrine. Die Skulptur steht seit Anfang an als Symbol für die DLRG und zeigt die Rettung einer Frau durch einen Fischer. Objekte wie der unten gezeigte Pulmotor aus den 1930er Jahren werden gezeigt.

NIVEA

Bei der Zusammenarbeit mit der DSG stand vor allem die Begleitung von Veranstaltungen und die Unterstützung bei der Anzeigenwerbung im Fokus. So wurde zum Beispiel das Strandfest mit Terminankündigungen in den sozialen Medien beworben. Der Pandemie geschuldet war es 2020 und 2021 leider sehr ruhig, was Veranstaltungen betrifft. Alternativen mussten her und so entstanden beispielsweise zahlreiche Kurzfilme zur Wassergewöhnung zu Hause, oder man ging mit der digitalen Preisverleihung des NIVEA Preis für Lebensretter 2020 völlig neue Wege. Auch in diesem Jahr wird die Verleihung des Preises rein digital stattfinden.



„Wasser lieben – Leben retten“

Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft e.V. Bundestagung 2021 in Dresden

TOP 2.2.5

Betrifft: **Bericht Leiter Verbandskommunikation**

Dienstleistungen für andere Ressorts/Referate

Die Verbandskommunikation hat in den vergangenen Jahren wieder zahlreiche Dienstleistungen für andere Ressorts und Referate übernommen, u.a. die Gestaltung von Flyern und Plakaten für den Bundesfreiwilligendienst und den Zentralen Wasserrettungsdienst Küste.

Wir danken allen ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Ressorts Verbandskommunikation insbesondere den Bundesbeauftragten und Referenten für ihre hervorragende Unterstützung und kreative Mitwirkung während der nun zu Ende gehenden Legislaturperiode. Ohne sie wären all die großen Herausforderungen nicht zu erfüllen gewesen. Ebenso danken wir dem Team der hauptberuflichen Kolleginnen und Kollegen im Referat Verbandskommunikation in Bad Nenndorf für die gute Zusammenarbeit und das persönliche Engagement.

Wir danken insbesondere Ingrid Lehr-Binder für die Zeit als stellvertretende Leiterin Verbandskommunikation, in der sie stets mit sehr hilfreichen Rat zur Seite stand. Sie stellt sich nicht zur Wiederwahl, wird aber künftig die Sichtweisen der Landesverbände in die Verbandskommunikation tragen.

gez.

Frank Villmow
Leiter Verbandskommunikation

Ingrid Lehr-Binder, Holger Sturm, Sascha Walter
Stellvertretende/r Leiter/in Verbandskommunikation

Achim Wiese
Pressesprecher und Referatsleiter Verbandskommunikation und Fundraising

