Presse an der Einsatzstelle

Leitfaden für Freiwillige Feuerwehren

Mai 2013

LFV
LANDESFEUERWEHRVERBAND BAYERN

Vorwort

So mancher stellt sich sicherlich die Frage: Ist Pressearbeit allgemein oder an der Einsatzstelle notwendig? Der Landesfeuerwehrverband Bayern e.V. sagt hierzu ganz klar: Ja! Werden Journalisten nicht fachkundig informiert, holen sie sich ihre Informationen von anderer Stelle und verbreiten evtl. Informationen, die nicht im Sinne der Feuerwehren sind.

Getreu dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber!“ sollten wir die Bevölkerung über unsere Arbeit aufklären und das Verständnis unserer Mitmenschen für die Belange der Feuerwehren stärken. Die Presse dient dem demokratischen Gedanken und sie hat in Erfüllung dieser Aufgabe die Pflicht zur wahrheitsgemäßen Berichterstattung und das Recht, ungehindert Nachrichten und Informationen einzuholen, zu berichten und Kritik zu üben. ABER: Auch auf Seiten der Medienvertreter gibt es schwarze Schafe, die unter Umgehung / Missachtung geltender Rechtsnormen oder von moralischen Gründen arbeiten. Ein stv. Chefredakteur einer großen deutschen Tageszeitung sagte einmal „Ethik findet bei uns nicht statt“.

Wir können und wollen die Medienvertreter an der Einsatzstelle nicht vertreiben, solange diese nicht sich oder andere durch die Ausübung ihrer Tätigkeit in Gefahr bringen oder die Einsatzkräfte behindern. Nach den Presse- und Mediengesetzen der Länder und einer Übereinkunft der Innenministerkonferenz sollen Medienvertreter „aus unmittelbarer Kenntnis und Beobachtung der Vorgänge“ berichten. Sie entscheiden dabei in eigener Verantwortung, in welcher Form und welchem Umfang sie berichten. Das schließt die Vor-Ort-Recherche, zum Beispiel bei Unglücksfällen, mit ein.

Probleme bei der Pressearbeit

Viele Konflikte und Missverständnisse bei der Zusammenarbeit mit den Medienvertretern beruhen meist auf
– Unkenntnis der Rechtsgrundlage
– Selbstüberschätzung in einer Stresssituation

Es gibt bei den Medien einen Interessenkonflikt zwischen dem Wunsch nach einer aktuellen, informativen und ausführlichen Berichterstattung, dem Wunsch, ungehindert arbeiten zu können und der individuellen persönlichen Auffassung über Moral, Ethik und Arbeitsweisen der Medien. Die Lösung: Reibungspunkte lassen sich häufig in einem fairen Miteinander und mit gegenseitigem Verständnis für die Arbeit des Anderen umgehen oder aus der Welt schaffen. Man sollte sich immer bewusst sein: Druck erzeugt Gegendruck!

Presserecht

Gesetze

Bei der Presse- und Medienarbeit kommt man mit folgenden Gesetzen in Berührung:

– Internationale Rechtsnormen (UN; EU-Menschenrechtskonvention)
– Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland (GG)
– Presse- und Mediengesetze der Länder (BayPrG)
– Kunsturheberrechtsgesetz (KUG)
– Strafgesetzbuch (StGB), Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)
– Beamtenrechtliche Grundlagen
– Feuerwehr- und Katastrophenschutzgesetz (BayFwG, BayKSG)
– Pressekodex des Deutschen Presserates

Die rechtlichen Definitionen

Nach allgemeiner Rechtsauffassung erfüllt die Presse eine öffentliche Aufgabe, insbesondere dadurch, dass sie Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf eine andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt. Pressefreiheit ist ein Grund- und Menschenrecht, so wie die Anerkennung der Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit ein umfassendes Grundrecht ist."

Pressefreiheit: Artikel 5 (1), GG
„Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt."

Einschränkung der Pressefreiheit: Artikel 5 (2), GG
„Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre."

Gemäß Bayerischem Pressegesetz (BayPrG) Art. 4, Abs. 1 hat die Presse gegenüber Behörden ein Recht auf Auskunft und sie kann es durch Redakteure oder andere ausgewiesene Mitarbeiter ausüben. Art. 4, Abs. 2 des BayPrG sagt aus, dass das Recht auf Auskunft nur gegenüber dem Behördenleiter und den von ihm Beauftragten geltend gemacht werden kann. Das Informationsrecht der Presse (Informationspflicht der Behörden) gilt auch für die Polizei, Feuerwehr, Katastrophenschutzbehörde, Anstalten des öffentlichen Rechts und Kirchen. Im Feuerwehreinsatz würde dies auf den Einsatzleiter bzw. den Pressesprecher zutreffen, sofern dieser vom Behördenleiter ermächtigt wurde.

Ausnahmen sind schwebende straf- oder dienstrechtliche Verfahren, Auskünfte über persönliche Belange, an denen kein berechtigtes öffentliches Interesse besteht und wenn das zumutbare Maß überschritten wird. Die Weitergabe von personenbezogenen Daten von Dritten stellt immer eine datenschutzrechtliche Verletzung dar. Aus diesem Grund sollten niemals personen-

bezogene Angaben zu betroffenen Personen durch die Angehörigen der Feuerwehr gemacht werden. Zur rechtlichen Absicherung ist es sinnvoll, die Befugnisse für Presseauskünfte durch den Kommandanten und die Führungsdienstgrade der Kreisbrandinspektionen durch eine Dienstanweisung der Kommune oder des Landkreises zu regeln (siehe auch Muster für eine Dienstanweisung - Mai 2013).

Presserecht ist „Case-Law" – Fallrecht

Es gibt keine klaren, rechtlichen Handlungsweisen, wie beispielsweise im Bereich des Strafgesetzbuches nach dem Ablauf Tat > Tatverdächtiger > Tatmerkmale erfüllt > wasserdichte Beweisführung > Urteil. Das Gericht muss in der Regel jeden Einzelfall genau prüfen, pro und contra abwägen und dabei immer als gewichtigen Faktor das Grundgesetz (GG) im Hinterkopf haben. Im Presserecht gibt es keine Standard-Entscheidungen nach dem Motto „Fall A – Lösung B – Urteil C".

Umgang mit der Presse an der Einsatzstelle

Wo dürfen Medienvertreter im Schadens- / Katastrophenfall hin?

Zugang zur Einsatzstelle

Grundsätzlich dürfen Medienvertreter auch in Absperrbereichen der Polizei / Feuerwehr arbeiten, also auch in Bereichen, die für andere (Schaulustige) nicht mehr zugänglich sind. Nach der Anmeldung beim Einsatzleiter von Feuerwehr oder Polizei dürfen sie sich an der Einsatzstelle frei bewegen, solange sie die Rettungsmaßnahmen nicht behindern bzw. sich oder andere in Gefahr bringen (Rauchgase, Feuer, Explosionsgefahr, Radioaktivität, Gefahrstoffe). Einschränkungen gelten vor allem, wenn durch die Polizei ein Tatort festgelegt wird (Beschlagnahmung) oder Spuren an einer Einsatzstelle zerstört werden (Unfallaufnahme).

Der Presseausweis gilt als Legitimation der Journalisten.

Zugangskontrolle

Die Berechtigung zum Betreten der Einsatzstelle sollte bei Bedarf über den Presseausweis kontrolliert werden. Dies gilt insbesondere bei Großschadenslagen. Aus der Erfahrung heraus kennt man bei „Standard-Einsätzen" in der Regel die an der Einsatzstelle anwesenden Medienvertreter. Einen Presseausweis können nur Medienvertreter, die ihren überwiegenden Lebensunterhalt mit Medienarbeit verdienen, vorlegen. Es gibt verschiedene Verbände, die „Eigenkreationen" an Presseausweisen ausstellen. Die anerkannten Presseausweise werden von den Landesorganisationen von DJV, dju, BDZV und VDZ sowie über die Geschäftsstellen von Freelens und des VDS ausgestellt. Im Gegensatz zu früher ist der Ausweis für ein Jahr gültig und muss jedes Jahr neu beantragt werden. Freie Mitarbeiter von Lokalredaktionen sind bekannt oder haben ein Schreiben der Lokalredaktion.

Vorsicht bei Platzverweisen

Vorsicht vor willkürlichen Platzverweisen gegen Medienvertreter als „Machtprobe"! Platzverweise dürfen nur eine Notlösung sein und müssen dann auch für alle anderen Unbeteiligten (Gaffer) gelten. Medienvertreter kennen ihre Rechte sehr genau. Sie sitzen bei unbegründeten Eingriffen in der Pressefreiheit am „längeren Hebel" (rechtliche Folgen, Imageverlust). Bei einem Fehltritt bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kann der gesamte Einsatz pressemäßig den „Bach runter gehen" – auch wenn der Einsatz erfolgreich verlaufen ist.

Allgemein zugängliche Informationsquellen

Ein Schadensereignis im öffentlichen Raum, beispielsweise einer Straße, ist eine rechtlich zugesicherte und frei zugängliche Informationsquelle („Urquelle"). Sie darf grundsätzlich nicht versperrt werden.

Decken vorhalten

Das Vorhalten von Decken gegen neugierige Blicke ist rechtlich sehr bedenklich. Allerdings sind Decken als Sonnen-, Wind- und Regenschutz nicht zu beanstanden. Auch als Sichtschutz gegen Passanten oder Gaffer gibt es keine Möglichkeit der Beanstandung. Medienvertreter dürfen jedoch grundsätzlich dahinter schauen, filmen und fotografieren, sofern Einsatzmaßnahmen nicht behindert werden.

„Decken halten" dient dazu, das Persönlichkeitsrecht des Verunfallten vor Schaulustigen zu wahren. Medienvertreter dürfen aber hinter den Sichtschutz schauen.

Privatgrundstücke und Firmengelände

Privatgrundstücke sind grundsätzlich keine frei und allgemein zugänglichen Orte. Ereignisse dort können vor Medienvertretern abgeschirmt werden (Hausrecht, Privat- und Intimsphäre). Beispiele: Flughafen, Firmengelände, Bahnanlagen, Swimming-Pool im Garten, Privatgrundstücke, Wohnungen. Bevor eine Pressebetreuung auf Privatgrundstücken oder Firmengeländen stattfindet, muss unbedingt mit den Berechtigten (Wohnungsinhaber, Geschäftsleitung) gesprochen und eine Lösung gefunden werden, z. B. geführte Begehung mit Medienvertretern oder Poolbildung.

Verhaltensgrundsätze

- Auskünfte gegenüber der Presse geben an der Einsatzstelle nur der Einsatzleiter, der Pressesprecher oder ein Beauftragter in Abstimmung mit dem Einsatzleiter.
- Feuerwehrdienstleistende verweisen die Medienvertreter freundlich aber bestimmt an Einsatzleiter oder Pressesprecher und geben keine Auskünfte.

– Es werden keine Aussagen gemacht zu:
  - Schadenshöhe
  - Schadensursache
  - Verletzungsmuster
  - Personenbezogenen Daten
  => Es wird auf Auskünfte und den Pressebericht der Polizei verwiesen!

– Auskunftspflicht endet bei:
  - Schwebenden Verfahren
  - Drohender Verletzung des Datenschutzes
  - Unzumutbarem Umfang der Auskunft

– Es sollten nur Aussagen zu spezifischen einsatztaktischen Belangen der Feuerwehr gemacht werden wie:
  - Anzahl der eingesetzten Kräfte
  - Anzahl der Fahrzeuge
  - Eingesetzte Rettungsmittel
  - Besondere Gefahren
  - Durchgeführte Maßnahmen

– Soweit möglich, sollte ein Pressebetreuer die Vertreter der Presse an der Einsatzstelle begleiten und diese lenken.
– Die Medienvertreter versuchen gerne, Personen in ein „harmloses" Gespräch zu verwickeln und so Informationen zu entlocken. Eine gesunde Skepsis gegenüber Medienvertretern ist von Vorteil.
– Bei Problemen mit der Presse bzw. deren Berichterstattung ist immer der Pressesprecher einzuschalten.

Gleichbehandlung
Egal, ob in einem Pressebericht oder bei Auskünften an der Einsatzstelle: Es muss immer darauf geachtet werden, dass die gleichen Informationen erteilt werden. Es dürfen keine Medienvertreter bevorzugt behandelt werden. Ist der Andrang zu groß für Einzelgespräche, sollte eine Pressekonferenz abgehalten werden.

Presseberichte

Zu einer professionellen Pressearbeit gehört auch die Anfertigung eines Presseberichtes zu den Tätigkeiten der Feuerwehr während oder nach einem Einsatz. Hierbei gelten die allgemeinen Regeln der Pressearbeit, was Form und Inhalt angeht (siehe auch Leitfaden Allgemeine Presse- und Medienarbeit in der Feuerwehr des LFV Bayern vom 1. März 2012).

Von Seiten der Feuerwehren dürfen in Pressemitteilungen keine Aussagen zu Brandursachen und Unfallhergängen gemacht werden. Dies könnte die Ermittlungen der Polizei behindern und eventuelle Täter könnten über die Presse Details erfahren, die im Rahmen der Ermittlung nicht mehr gegen einen Tatverdächtigen verwendet werden können. Man spricht hier auch von sogenanntem „Täterwissen"!

Bei Suiziden sollte auf eine Pressemitteilung aus Pietätsgründen und mit Rücksicht auf die Angehörigen verzichtet werden. Ausnahme: Das Geschehen spielt sich unter hoher Beteiligung der Öffentlichkeit ab (Person springt von Brücke an einer vielbefahrenen Straße). Dann sollten jedoch auch nur die allernotwendigsten Informationen herausgegeben werden (siehe auch Kapitel „Zusammenarbeit mit der Polizei").

Wenn Feuerwehren Pressemitteilungen / Fotos an die Medien herausgeben, muss sichergestellt sein, dass alle Journalisten gleich behandelt werden und allen Medien die ausgegebenen Bilder und Informationen zeitgleich zugänglich sind. Aus Gleichberechtigungsgründen sollte auch keine aktive Pressearbeit als Journalist von einem Feuerwehrvertreter durchgeführt werden. Die Herausgabe von Fotos sollte nur in Ausnahmefällen geschehen, wenn beispielsweise in der Information der Medien etwas „schief" gelaufen ist und wichtige Interessen der Feuerwehr durch ein Foto gefördert werden. Es spricht nichts gegen eine ordentliche, durch den Einsatzleiter beauftragte Dokumentation des Einsatzverlaufes.

Pressemitteilungen von Behörden müssen von den Medien nicht mehr geprüft werden und können als hundertprozentig richtig angesehen werden. Vor allem bei Einsätzen mit Personen- oder Sachschaden oder bei Einsätzen zur Unterstützung der Polizei hat die Staatsanwaltschaft die oberste Pressehoheit. Die Staatsanwaltschaft kann aus ermittlungstaktischen Gründen die Pressefreiheit einschränken. Eine Aussteuerung eines Presseberichtes sollte erst erfolgen, wenn die Polizei Angehörige von Opfern benachrichtigt hat. Es gibt nichts schlimmeres, als wenn jemand aus den Medien über den Tod eines Angehörigen erfährt.

Herausgabe von mehreren Einsatzberichten zu einem Schadensfall

Es sollte vermieden werden, dass mehrere Feuerwehren zu einem Einsatz einen Pressebericht erstellen. Durch unterschiedliche Angaben und widersprüchliche Aussagen macht man sich sehr schnell unglaubwürdig. Als gute Regelung erwies sich, dass immer die örtlich zuständige Feuerwehr oder der jeweilige Einsatzleiter einen Bericht an die Medien aussteuert. Auch eine Medienkoordinierung durch die jeweilige Kreisbrandinspektion wird als sinnvoll erachtet. Allerdings muss man hierbei berücksichtigen, dass die Presseinformation Sache der örtlichen Feuerwehr ist. Darüber hinaus ist die Übertragung der Pressearbeit auch an die Kreisbrandinspektion oder an den Kreis-/Stadtfeuerwehrverband (z.B. Fachberater Öffentlichkeitsarbeit) denkbar.

Stellung des Bayerischen Staatsministerium des Innern zur Herausgabe von Einsatzbildern

Nachdem an das Staatsministerium des Innern vermehrt Beschwerden herangetragen wurden, dass Einsatzkräfte der gemeindlichen Feuerwehren zum Nachteil freier Fotojournalisten Bilder

fertigen und weitergeben, nahm dieses im April 2011 zur Sachlage Stellung: Es ist sinnvoll und nicht zu beanstanden, wenn die gemeindlichen Feuerwehren bei besonderen Einsatzlagen Fotos zur internen Einsatzdokumentation, Fortbildung und Qualitätssicherung fertigen. Die kostenlose und nicht kostenlose Weitergabe von Einsatzfotos an kommerzielle Medien durch die gemeindlichen Feuerwehren im Rahmen ihrer Pressearbeit wird durch das Staatsministerium des Innern jedoch sowohl kommunalrechtlich als auch wettbewerbsrechtlich für problematisch angesehen, wenn die Feuerwehren damit in Konkurrenz zu freien Fotojournalisten treten. Insbesondere dürfen Kommunen nach Art. 87, Abs. 1 Satz 2 der Bayerischen Gemeindeordnung und damit auch ihre Feuerwehren nicht in Konkurrenz zu privaten Firmen treten, um Gewinn zu erzielen (vgl. IMS „Weitergabe von Einsatzfotos der gemeindlichen Feuerwehren an die Presse“ vom 5. April 2011).

Zusammenarbeit mit der Polizei

Durch eine enge Zusammenarbeit mit der Polizei können die Feuerwehren Medienkontakte der Polizei mitnutzen und Aussagen werden hierdurch besser abgestimmt. In Folge einer offensiven Pressearbeit durch die Pressestellen der Polizeipräsidien Bayerns werden oft die ersten Pressemeldungen schon von der Einsatzstelle aus an die Medien abgesetzt. Damit die Informationen der Feuerwehren bei den Medien noch interessant sind, berücksichtigt werden und nicht auf der Strecke bleiben, ist es wichtig, die zuständigen Polizeikräfte an der Einsatzstelle mit Informationen zu versorgen. Dazu können folgende Angaben zählen:

– Eingesetzte Feuerwehren mit Stärkemeldungen
– Mit der Polizei abgesprochene Schadenssumme
– Besonderheiten des Einsatzgeschehens, wie z. B. besondere Geräte im Einsatz
– Schwierigkeiten, die bei der Rettung von Personen und Sachwerten zu meistern waren

Durch einen Austausch der wichtigsten Informationen können diese bereits durch den Pressebericht der Polizei abgesetzt werden und es ist vielleicht gerade bei kleineren Feuerwehren nicht mehr notwendig, einen eigenen Pressebericht zu verfassen.

Bei speziellen Einsatzlagen (Suizid, Vermisstensuche, etc.) soll abgestimmt werden, ob überhaupt ein Pressebericht abgesetzt wird bzw. ob die Pressebearbeitung bei der zuständigen Polizeiinspektion oder bei der Pressestelle des Polizeipräsidiums liegt. Alle Presseberichte sollten zwischen Feuerwehr und zuständiger Polizeiinspektion bzw. der Pressestelle des Polizeipräsidiums ausgetauscht werden. Hierdurch können bereits vor Veröffentlichung einer Meldung Unstimmigkeiten aus dem Weg geschafft werden. Sollten Fragen zur Pressearbeit zwischen Feuerwehr und dem Sachbearbeiter örtlichen Polizeidienststelle an der Einsatzstelle nicht geklärt werden können, sollte den Führungsdienstgraden der Feuerwehren die Handynummer des Bereitschaftsdienstes der Pressestelle des Polizeipräsidiums bekannt sein (für dringende Fälle). Feuerwehren wenden sich bei Fragen an den zuständigen Führungsdienstgrad des Ansprechpartners Presse oder der Kreisbrandinspektion, denen ein Polizeiansprechpartner bekannt sein sollte.

Verständigung der Medien durch die Feuerwehr

Wenn Verständigungen der Medienvertreter durch die Feuerwehren erfolgen (regional unterschiedlich), sollte dies keinesfalls sofort bei der Alarmierung geschehen. Hierdurch soll verhindert werden, dass die Presse schneller als die Feuerwehr an der Einsatzstelle eintrifft und die Einsatzkräfte behindert werden. Eine sinnvolle Verständigungszeit ist nach der ersten Lagemeldung, wenn feststeht, um welches Schadenszenario es sich handelt und die Einsatzstrukturen stehen. Eine Verständigung der Medien durch die Feuerwehren sollte auch der Polizei vor Ort mitgeteilt werden. Im Gegenzug ist es natürlich für die Feuerwehr interessant zu wissen, ob und wann mit einer erhöhten Anzahl von Pressevertretern zu rechnen ist.

Über den Zeitpunkt, wann die Medien verständigt werden, kann es durchaus zu unterschiedlichen Meinungen zwischen Polizei und Feuerwehr kommen. Für die Außendarstellung der Feuerwehren ist es aber auch wichtig, dass die eingesetzten Feuerwehren nicht nur beim Zusammenrollen der Schläuche gefilmt und fotografiert werden, sondern auch während des Einsatzgeschehens, natürlich unter Berücksichtigung möglicher Persönlichkeitsrechte, beispielsweise von Verletzten.

Einsatzstellenfotos

Einsatzstellenfotos sollten unter Beachtung folgender Punkte angefertigt werden:
– Kunsturheberrechtsgesetz (KUG) §22 – Recht am eigenen Bild: „Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet werden (...)“.
– Jeder Mensch hat das Recht am eigenen Bild. Dieses Recht wird auch durch den Tod nicht eingeschränkt! Bei Fotos von Personen ist immer deren Einverständnis einzuholen.

Ausnahmen:
– Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte mit ständigem oder begrenztem öffentlichen Interesse:
  - Unglücksfälle sind grundsätzlich Ereignisse der Zeitgeschichte, an den daran Beteiligten besteht also begrenztes öffentliches Interesse.
  - Bei Personen des öffentlichen Lebens (Bürgermeister, Landrat, usw.) gilt das Recht am eigenen Bild ebenfalls nur eingeschränkt.
  - Bei Bildern, auf denen Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeiten erscheinen, kann von der Einholung des Einverständnisses abgesehen werden.
  - Bei Bildern von Versammlungen, Aufzügen oder ähnlichen Veranstaltungen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben, ist keine Einverständniserklärung des Abgebildeten notwendig.
  - Posieren Personen bewusst für ein Foto, so gilt damit deren Einverständnis als gegeben.

Das Recht am eigenen Bild bezieht sich nur auf die Veröffentlichung. Die Anfertigung von Fotos oder Filmaufnahmen stellt noch keine Persönlichkeitsverletzung dar und ist grundsätzlich

erlaubt. Feuerwehren dürfen den Medienvertretern keine Vorgaben machen, was sie recherchieren oder fotografieren dürfen. Die Rechtsgrundlage ergibt sich aus BayPrG, Art. 1 und 2, Abs. 2. Somit liegt die Auswahl eines Bildes im Verantwortungsbereich des Medienvertreters, der Redaktionen und Verlage – nicht im Bereich des Pressesprechers. Ausnahme: Jemand erklärt ausdrücklich, dass er nicht fotografiert oder gefilmt werden möchte! Gegen Verletzungen des Persönlichkeitsrechts können nur die Geschädigten selbst, deren gesetzlichen Vertreter oder Nachfahren juristisch vorgehen.

Vorgehensweisen

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte" heißt es in einem Leitspruch der Presse- und Medienarbeit. Leider prägen sich auch negative Punkte gut ein. Deshalb sollte man an der Einsatzstelle nicht nur im Sinne der Unfallverhütungsvorschriften, sondern auch wegen Presseveröffentlichungen immer korrekt und in vollständiger Schutzausrüstung gekleidet sein.

Fotos von Verletzten oder Toten sind absolut zu vermeiden! Hierzu sollten Leichen entsprechend mittels Decken abgedeckt werden, damit sie auf den Fotos nicht zu erkennen sind. Durch Fahrzeuge oder eine „Menschenkette" aus Personen, die „zufällig herumstehen", kann die Sicht auf Tote eingeschränkt werden.

Personenbezogene Daten müssen auf Bildern unkenntlich gemacht werden (Nummernschilder, Firmenbezeichnungen, usw.). Das gleiche gilt für Spezialeinsatzkommandos (SEK) der Polizei. Während des Dienstes bei der Feuerwehr gilt der Feuerwehrdienstleistende als Angestellter der entsendenden Gemeinde und darf keine während des Einsatzes erlangten Informationen (auch keine Handy-Bilder) an Dritte weitergeben.

Viele Feuerwehrangehörige ergreifen die „Flucht", wenn ein Pressefotograf ein Foto machen möchte, weil es in einigen Feuerwehren Rituale gibt, dass der Abgelichtete einen Obolus in die Kameradschaftskasse zahlen muss. In der Regel ist es für die öffentlichkeitswirksame Darstellung der Feuerwehr besser, wenn ein Fotograf ein „Actionbild" – z. B. beim PKW-Brand mit zwei ausgerüsteten Einsatzkräften – machen kann, als wenn ein ausgebranntes Autowrack abgelichtet wird. Man sollte auch bedenken, dass der Landesfeuerwehrverband Bayern mehrere hunderttausend Euro in eine Imagekampagne steckt, um für die Arbeit der Feuerwehren zu werben. An der Einsatzstelle könnte man dies, immer unter bestimmten Voraussetzungen natürlich, zum „Nulltarif" haben.

Veröffentlichung von Bildern in der Presse und auf Webseiten der Feuerwehren

Für die Veröffentlichung von Artikeln auf der eigenen Homepage gelten die gleichen Spielregeln, wie sie von den Medien eingehalten werden müssen. Gerade hier sind die Feuerwehren gefordert, Persönlichkeitsrechte besonders einzuhalten. Da die Einsatzkräfte ungehindert Bilder an der Einsatzstelle machen können, ergibt sich in letzter Zeit immer öfter Diskussionbedarf zwischen Polizei und Feuerwehr.

Bilder von unmittelbaren Schadens- und Tatorten, wie z.B. aus Wohnungen, dürfen nicht veröffentlicht und auch nicht den Medien zugänglich gemacht werden. Aus solchen Bildern könnten mögliche Täter Informationen gewinnen, die die polizeilichen Ermittlungen beeinträchtigen könnten. Im Zweifelsfall kann man mit den Polizeikräften vor Ort Rücksprache halten. Probleme könnte es auch bei der Veröffentlichung von Einsatzstellenfotos von Wohnungen geben – nicht nur aus ermittlungstaktischen Gründen, sondern auch wegen der Persönlichkeitsrechte der Bewohner. Nach dem Grundgesetz ist die Wohnung unverletzlich und eine Veröffentlichung aus dem Gebäudeinneren darf nur nach Genehmigung der Grundstücks-/Wohnungseigentümer erfolgen. Das Gleiche gilt für das Fotografieren auf Firmengeländen. Hier braucht man die Genehmigung der Geschäftsleitung. Andernfalls könnten unter Umständen Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse an die Öffentlichkeit gelangen.

Des Weiteren ist darauf zu achten, dass das Persönlichkeitsrecht von Abgebildeten nicht beeinträchtigt wird. Unbeteiligte Personen, Verletzte oder Tote sollen nicht abgebildet werden, bzw. dürfen nicht erkannt werden. In Einsatzübersichten auf Webseiten wurden bereits öfter Details, wie Adressen zu First Responder Einsätzen veröffentlicht – ein Umstand, der gegen Datenschutzrechte verstößt und in der Bevölkerung nicht unbedingt Vertrauen aufbaut, wenn sensible Daten veröffentlicht werden.

Auch soziale Netzwerke, wie Facebook, Twitter und Co. gewinnen bei den Feuerwehren immer mehr an Bedeutung und werden genutzt. Was die Pressearbeit an der Einsatzstelle betrifft, sollte man darauf verzichten, über laufende Einsätze zu berichten. Zum einen könnte der Facebook-Eintrag Schaulustige anlocken, zum anderen könnten möglicherweise Angehörige von Opfern über ein Schadensereignis erfahren. Zur Warnung der Bevölkerung, Information über aktuelle Hochwasserstände bieten sich allerdings die sozialen Netzwerke bestens an. Wenn soziale Netzwerke genutzt werden, sollte die eigene Seite immer gut beobachtet werden, um falsche oder imageschädigende Einträge zu löschen oder schnell in die richtige Richtung zu lenken. Es besteht beispielsweise in Facebook auch die Möglichkeit, Einträge an der eigenen Pinnwand auszuschließen.

Handyreporter

In der letzten Zeit tauchen bundesweit vermehrt Bilder und Informationen von Einsatzstellen auf, die den Verdacht nahe legen, dass sie von Einsatzkräften stammen. Sollte eine solche Quelle im Kreise der Feuerwehr ausgemacht werden, dann kann das unter Umständen sehr negative Eindrücke zur Arbeit der Feuerwehr hinterlassen. Schlimmer noch, es kann auch rechtliche Konsequenzen für die entsprechende Person haben.

Vor Ort befindliche Helfer fotografieren immer häufiger mit privat mitgeführten Fotohandys verletzte Personen, Brandstellen, Leichen, Unfall-Pkws, eingestürzte Gebäude oder andere Geschehnisse im abgesperrten Bereich. Hier sollten Führungsdienstgrade auf allen Ebenen mithelfen, der Entwicklung dieser „Handyreporter“ entgegenzuwirken.

Statement und Interview

Nachdem es in den vergangenen Jahren auch in der Fläche zahlreiche private Radio- oder Regionalfernsehsender gibt, kommt es immer häufiger vor, dass nicht nur bei Großschadensereignissen Journalisten aus Fernsehen und Hörfunk an die Einsatzstelle kommen. Der Einsatzleiter oder dessen Beauftragter werden gebeten, ein Interview oder ein Statement abzugeben. Diesem Wunsch sollte man nachkommen, bietet er doch auch eine prima Chance, die Arbeit der Feuerwehr einem breiten Publikum mitzuteilen. Man muss sich auch bewusst sein, dass ein „ausgeschlagenes Interview" Desinteresse an der Arbeit der Reporter vermittelt. Bei „unbequemen Themen" könnte auch der Eindruck entstehen, dass man etwas zu verbergen hat.

Interviewteilnehmer sind Partner, keine Gegner

Interview und Statement sind die beliebtesten Formen, Meinungen und Aussagen einzufangen bzw. wiederzugeben.

– Statement: Ein Statement ist eine kurze und prägnante Abgabe einer Erklärung in einer kurzen, vorgegebenen Zeit (in der Regel 60 bis 90 Sekunden). Es gibt kein Frage- und Antwortspiel wie bei einem Interview.
– Interview: In einem Frage- und Antwortspiel werden Informationen ausgetauscht

Allgemeines / Vorbereitungen

Um bei Statement und Interview nicht „Schiffbruch zu erleiden", sollte man verschiedene Dinge beachten und im Vorfeld klären:

– Man sollte wissen für welchen Sender, für welche Sendung und welche Redaktion das Statement / Interview aufgezeichnet wird. Kontaktdaten für Nachfragen oder Ergänzungen sollten ausgetauscht werden.
– Es sollte geklärt werden, in welchem Zusammenhang das Statement gesendet wird. Sendeplatz und -länge geben Aufschlüsse über die Zielgruppe, für die das Interview aufgezeichnet wird. Bei einem Verkehrsunfall sollte dies klar sein, aber es gibt sicherlich auch andere Situationen mit „unangenehmen Fragen". Auch die Dauer des Beitrages könnte von Interesse sein.
– Fragen und Themen, die in einem Interview angesprochen werden sollen, sollten im Vorfeld abgeklärt werden. Man sollte auf ein Vorgespräch bestehen! Hilfreich ist, wenn man zum Statement / Interview einen „Vertrauten" mitnimmt, der die Aussagen und die Gestik beobachtet. In der Aufregung und Nervosität kann man nicht immer objektiv einschätzen, wie das Gespräch gelaufen ist.
– Es gilt vorher zu überlegen, was man sagen möchte und die wichtigsten Aussagen „zurechtzulegen". Man sollte sich Gedanken machen, „Was will ich sagen, was will ich nicht sagen, in welchen Punkten gebe ich den Medien ‚Angriffsfläche' und lasse deshalb manchen Punkt aus" etc..
– Ein wichtiger Aspekt ist auch, ob das Gespräch aufgezeichnet oder live gesendet wird! Auf keinen Fall sollte man sich sein Statement aufschreiben und ablesen. Einzelne Stichwörter mit Zahlen und Fakten sind kein Problem.

Haltung und Auftreten

In den meisten Fällen schaut man nie direkt in die Kamera. Man schaut den Interviewer direkt an. Man sollte einen guten Stand haben und gut „geerdet" sein, damit man sich nicht im Bild hin und her bewegt. Immer freundlich und ruhig bleiben. Seine Hände sollte man unter Kontrolle halten. Nervositätszeichen sollten unterdrückt werden, wenn man etwas Kniffliges sagt. Gestik wird der Situation nach eingesetzt. Ein grinsender Einsatzleiter bei einem Verkehrsunfall mit drei Toten wäre unangebracht.

In den meisten Fällen kommen „Ein-Mann-Teams" an die Einsatzstelle, um ein Statement einzuholen. (Foto: Jochen Kümmel)

Während der Aufzeichnung

Das Tempo und die Lautstärke sollten der Sprache angepasst sein. Es sollte verständlich gesprochen und in kurzen Sätzen geantwortet werden. Mit Stimme und Tonfall kann Spannung erzeugt werden. Die Befragten sollten sich auf das Wesentliche konzentrieren und es lebendig schildern. Floskeln und Füllsätze sollten vermieden werden. Es sollten keine fachspezifischen Worte verwendet werden. Man sollte so reden, wie einem der Schnabel gewachsen ist. In aller Regel wird man besser verstanden und wirkt sympathisch und kompetent. „Fachchinesisch" dagegen schreckt eher ab. Den Zuhörer nicht mit zu vielen Details überfordern. Es sollte ein freundlicher, aber auch bestimmter Eindruck vermittelt werden.

Es sollten nur Fragen beantwortet werden die auch gestellt wurden. Falsche Tatsachen sollten sofort korrigiert werden. Auch in einem Interview denken wir an die Persönlichkeitsrechte der Betroffenen und nennen keine persönlichen Daten von Beteiligten, Ursachen oder Schadenssummen (sofern nicht vorher mit der Polizei abgestimmt)! Kritische Fragen sollten nicht verweigert werden. Bei provozierenden Fragen „cool" bleiben und nicht provozieren lassen. Bei Fragen, die nicht beantwortet werden können oder wollen, sollte erklärt werden, warum dies so ist. Mit Ehrlichkeit gewinnt man viel mehr Sympathien als mit fadenscheinigen Aussagen.

Die Stimme möglichst anheben und „oben lassen", das verhindert unerwünschte Schnitte. Antworten sollten nicht mit Allgemeinplätzen, wie „Ich danke Ihnen für diese wichtige Frage" oder „Das ist eine interessante Frage" beantwortet werden Damit schindet man allenfalls Zeit, aber niemals Eindruck. Achtung vor der „letzten Frage": Zum Abschluss könnte nochmal eine „unbequeme Frage" kommen. Mit einer solchen Fragetechnik möchte man dem Interviewten vielleicht nochmals Details entlocken. Gedanklich froh, das Interview endlich überstanden zu haben, erteilt man eine Auskunft, die man vielleicht am Anfang des Interviews nicht gegeben hätte.

Hat man das Gefühl, das Statement ist nicht gut gelaufen oder es wurden zu viele Versprecher gemacht, kann man den Reporter bitten, das Statement nochmals abgegeben zu dürfen. Seriöse Berichterstatter werden sich auf einen solchen Vorschlag einlassen und das Statement wiederholen. Darauf, dass man sich sein Statement / Interview anhören kann, wird er sich in der Regel nicht einlassen.

Impressum

Herausgeber / V.i.S.d.M.
Landesfeuerwehrverband Bayern e.V.
Carl-von-Linde-Straße 42
85716 Unterschleißheim
Tel.: 089 388 372 -0
Fax: 089 388 372 -18
E-Mail: geschaeftsstelle@lfv-bayern.de
www.lfv-bayern.de

Ausarbeitung:
Jochen Kümmel (BFV Unterfranken e.V.), Karl-Heinz Zang und die Mitglieder des Fachbereiches „Öffentlichkeitsarbeit" des Landesfeuerwehrverbandes Bayern e.V.. Der Landesfeuerwehrverband Bayern e.V. bedankt sich beim Bezirksfeuerwehrverband Unterfranken für die Unterstützung bei der Erstellung dieses Leitfadens und dankt allen, die zum Gelingen beigetragen haben.

Satz und Layout:
kainz Werbeagentur

Hinweis:
Die in diesem Geheft gegebenen Empfehlungen geben im Wesentlichen die Meinung des Verfassers wieder und stützen sich auf gemachte Erfahrungen mit der Presse, sowie der Pressebetreuung am Einsatzort. Durch eine örtlich andere Medienlandschaft und durch eine andere Organisation der einzelnen Inspektionsbereiche können sich andere einsatztaktische Maßnahmen in Bezug auf den Umgang mit den Presse- und Medienvertretern ergeben.

© 2013 Landesfeuerwehrverband Bayern e.V.
Version 1.0 / Mai 2013