

Basisausbildung I

Lernabschnitt 11.3 Umgang mit Medienvertretern



Ein besonderer Dank gilt Klaus Riebauer (Bundesschule Neuhausen), der bei der Entwicklung dieser Unterlage mitgewirkt hat.



Einsatzgrundlagen

„Umgang mit Medienvertretern“

Definition der Öffentlichkeitsarbeit

Was ist Öffentlichkeitsarbeit?

- Öffentlichkeitsarbeit ist das bewusste, geplante und dauernde Bemühen, gegenseitiges Verständnis und Vertrauen in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen.

Definition der Öffentlichkeitsarbeit

Um was geht es bei der Öffentlichkeitsarbeit?

- Es geht darum, an der Herstellung von Öffentlichkeit nach **innen und außen** mitzuwirken sowie Interessen, Ziele und Handlungen des THW **zugänglich und transparent** zu machen.

Gesetzliche Grundlagen

Die Grundlage ist das Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland –

Artikel 5 Grundgesetz

(5) 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.

Gesetzliche Grundlagen

Grundgesetz (Art. 5 GG)

Eine Zensur findet nicht statt.

Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre. (...)

Gesetzliche Grundlagen

Die freiwillige Selbstkontrolle der Presse

Der Pressekodex und die Richtlinien (Auszug) Pressekodex Ziffer 4

Bei der Beschaffung von Nachrichten, Informationsmaterial und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.

Pressekodex Ziffer 4.1-Recherchen:

Bei Unglücksfällen und Katastrophen beachtet die Presse, dass Rettungsmaßnahmen für Opfer und Gefährdete Vorrang vor dem Informationsanspruch der Öffentlichkeit haben.

Um was geht es?

- **Einsatzbegleitende Arbeit mit den Medien**
- **Abgestimmte und sachgerechte Information der Medien und der Öffentlichkeit über das THW**



Zusammenarbeit mit Medienvertretern

Grundsätzlich gilt beim Umgang mit Medienvertretern:

- keine Behinderung der Arbeit des THW durch die Medienvertreter
- freundlicher, aber bestimmter Umgang mit den Medienvertretern
- Medienvertreter auf die Gefahren hinweisen oder davor warnen

Zusammenarbeit mit Medienvertretern

Grundsätzlich gilt beim Umgang mit Medienvertretern:

- Medienvertreter nicht provozieren
- Persönlichkeitsrechte Schutzbedürftiger wahren
- Freihalten des inneren Arbeitskreises von Medienvertretern
- Versorgung der Medienvertreter mit Auskünften, Beratungen, Presseerklärungen, Bildern und O-Tönen

Zusammenarbeit mit Medienvertretern

Printmedien

- können das Informationsbedürfnis am längsten stillen
- brauchen Informationen und Gesprächspartner (Interview)
- haben den intensivsten Informationsfluss gegenüber den anderen Medien



Zusammenarbeit mit Medienvertretern

Rundfunk

- braucht Informationen und Gesprächspartner (Interview)
- fängt O-Töne ein



Zusammenarbeit mit Medienvertretern

Fernsehen

- braucht Informationen und Gesprächspartner (Interview)
 - benötigt O-Töne und Aktion
 - erfordert höheren Personalaufwand und eine große Mobilität für das Kamerateam
-
- Hinweis: Medienvertreter stehen immer unter Zeitdruck



„Wer darf mit der Presse sprechen?“

Einsatzleiter

- oder eine vom Einsatzleiter bestimmte Person (z. B. der Beauftragte für Öffentlichkeitsarbeit und Helferwerbung oder eine weitere Führungskraft)



Was erwarten die Medien?“

➡ **Professionelles Aufbereiten von Informationen**

- Beherrschen der Grundregeln des journalistischen Handwerks
- Sprachsicherheit
- Analyse von Informationen

➡ **Professioneller Umgang mit Informationswünschen**

- schnelle Auskunftsfähigkeit
- ausreichende Kenntnis aller Vorgänge
- Bewusstsein für den öffentlichen Auftrag der Medien
- präzise Antworten

➡ **Fakten, Fakten...**

Das Interview

- Klären Sie vorher ab, was der Reporter will
- Überlegen Sie genau, was Sie wollen
 - Was will ich mitteilen
 - Was kann ich zusätzlich mitteilen
 - Was will ich auf keinen Fall preisgeben
- Keine Angst vor dem Mikrofon
- Sprechen, wie man spricht (Kein Fachchinesisch, keine komplizierten Sätze, auf Abkürzungen verzichten)

Das Interview

- Sprechen Sie langsam und zurückhaltend
- Fassen Sie sich kurz
- Lassen Sie den Reporter nicht Ihre (Wissens-) Überlegenheit spüren
- Halten Sie das Gesprächsklima freundlich
- Wenn's brenzlig wird – nicht einfach abblocken
- Kein Hinweis an den Reporter – nun berichten Sie mal schön!

Merksätze

- Die Arbeit der Medienvertreter darf nicht behindert werden. Gleichwohl hat die Arbeit der Einsatzkräfte Vorrang.
- Es dürfen keinerlei Aussagen zum Einsatzgeschehen von nicht autorisierten Helfern gemacht werden.
- Medienvertreter sind immer freundlich aber bestimmt an den BÖH oder den Einsatzleiter verweisen.

Merksätze

**Öffentlichkeitsarbeit muss heute mit relativ großem Aufwand betrieben werden.
Das THW hat die Chance, Einsätze als besondere Ereignisse mit medialem Interesse für diese Zwecke zu nutzen.**



Merksätze



Achtung Presse!
Ab sofort wirken Sie mit Ihrem Bild in der Öffentlichkeit. Jeder Satz kann positive und negative Folgen haben.

Merksätze



„Die öffentliche Meinung über eine Institution wie das THW wird wesentlich durch die veröffentlichte Meinung über sie bestimmt!“

Also, „tue Gutes und rede darüber!“

...eine alte PR-Weisheit

Bundesanstalt Technisches Hilfswerk
- Leitung – Zentrum für Aus- und Fortbildung (ZAF) -
Provinzialstraße 93

53127 Bonn

© 2006 Bundesanstalt Technisches Hilfswerk - Bonn

**Nachdruck und Veränderung - auch auszugsweise - nur mit
Genehmigung des Ausbildungsreferates in der THW-Leitung. Die
Verwendung zu gewerblichen Zwecken ist verboten!**

ausbildungskonzeption2004@thw.de