

# **Inhalt**

Vorwort .....	5
Einführung .....	7
Schaulust, Neugierde, Emotionen und Mitgefühl verstehen und akzeptieren .....	11
Der öffentliche Auftrag der Medien und die Pressefreiheit mit ihren gesetzlichen Regelungen .....	16
Auch Pressefreiheit hat Grenzen. Selbstverpflichtung und Pressekodex seriöser Journalistenarbeit .....	19
Freiräume und Grenzen. Wie und was dürfen Journalisten oder auch Helfer an Einsatzstellen fotografieren, filmen und verbreiten? .....	25
Veränderungen in der Medienlandschaft und die Auswirkungen aufs Einsatzgeschehen .....	37
Die Arbeit der Journalisten, Agenturen und Redaktionen mit einem Einblick in die so unglaublich schnell und dadurch oft gnadenlos gewordene Welt des Nachrichtenhandels .....	41
Erliebte Beispiele von Großschadensereignissen und emotionalen Lagen mit praktischen Erfahrungen und Lehren für die Einschätzung der Medienwelt und den Umgang mit Pressevertretern .....	49
Ausnahmesituationen und Verständnis im Umgang mit ausländischen Medien und der damit verbundene Respekt vor und ein Einblick vor allem in die türkische Medienkultur .....	65
Praktische Tipps für Gestaltung und Organisation einer guten Pressearbeit und Medienbetreuung an der Einsatzstelle .....	70
Organisation und Durchführung von Pressekonferenzen .....	75
Arbeitsteilung und klare Zuständigkeiten von Feuerwehr, anderen Hilfsorganisationen, Polizei und Staatsanwaltschaft .....	78
Wenn's einem den Hals zuschnürt: Bei Interviews und Pressekonferenzen passende und angemessene Worte finden .....	80
Pressemitteilungen schnell und richtig formulieren .....	84
Wenn sich die Katastrophe in den eigenen Reihen abspielt – Plädoyer für eine offensive und ehrliche Öffentlichkeitsarbeit .....	85
Besonderheiten beim Umgang mit Bildmaterial im Bereich des Rettungs- und auch des Klinikwesens .....	89
Die neuen sozialen Netzwerke und Medien im Internet – weniger Fluch und mehr Segen, sofern man die Systeme versteht und verantwortungsvoll damit umgeht .....	95
Keine Angst vor Facebook & Co.! Wie soziale Netzwerke funktionieren – Ein neues Potenzial für Arbeit, Image und Mitgliederwerbung der Blaulichtorganisationen .....	103
Ein kleiner Führer durch die Welt der sozialen Netzwerke und anderer Möglichkeiten des Internets ..	106
Ein paar einfache Tipps und Tricks für gute Fotos .....	110
Schlusswort .....	114
Checklisten für die Medienarbeit bei einem Großschadensereignis .....	118