

Einführung

Egal, ob Großbrand, ein furchtbarer Verkehrsunfall oder ein Katastropheneinsatz bei Flugzeug-, Bus- und Zugunglücken – oder leider auch Amoklauf und vielleicht noch schlimmer: Terroranschlag. Sie stehen da: Schaulustige und die dazugehörige nimmersatte Medienwelt auf der einen Seite der Absperrungen. Sie nerven die Helfer von Feuerwehr, Rettungsdienst, Technischem Hilfswerk und Polizei auf der anderen Seite, missachten manche Spielregeln des guten Benehmens. Große und kleine Konflikte oder auch „nur“ Missverständnisse sind auch außerhalb von Großschadensereignissen alltäglich. Emotionen schlagen hoch. Die Gräben scheinen manchmal unüberbrückbar, obwohl beide Seiten ganz klar in einem öffentlichen und auch rechtlich verbrieften Auftrag handeln. Und beide „Konfliktparteien“ sind insofern im Einsatz am Menschen, weil die Helfer im tiefsten Mitgefühl handeln, die anderen, die Medienvertreter, doch eher mit diesem Mitgefühl lukrativ zu handeln wissen. Die Welt der Medien hat in den letzten Jahren eine stürmische Entwicklung genommen. Die Übermittlung von Nachrichten mit Fotos und bewegten Bildern wird in Zukunft an Schnelligkeit kaum noch zu überbieten sein. Die

Schattenseite dieser Entwicklung: In wachsender Konkurrenz zueinander hat die Tendenz zu einem Journalismus um der Sensation willen zugenommen. Der alltägliche Einsatz von ehrenamtlich engagierten Nothelfern rückt weit in den Hintergrund des Normalen. In den Fernsehnachrichten stemmen sich dafür augenscheinlich sturmzerzauste Reporter in vermeintlich höchster Not gegen Orkanböen, während der aufmerksame TV-Zuschauer im Hintergrund gemütlich daherkommende Spaziergänger unterm aufrechten Regenschirm erkennt.

Zurück zum täglichen Einsatzgeschehen mit brüchig gewordenen

Feuerwehrlaute und Mitglieder anderer Hilfsorganisationen stehen verstärkt im Visier der Kameras, zunehmend auch von Handys und Smartphones mit Cam-Funktionen





Noch während Rettungs- und Bergungsarbeiten im Gang sind, landen fast in Echtzeit dramatische Bilder im Internet

Grenzen von Moral und Ethik: Es werden ganz klar bisherige Tabuzonen aufgerissen, indem auch schon Feuerwehrleute oder auch andere Helfer fast wie selbstverständlich mit Handyfotofunktionen oder Digicams im Taschenformat mal eben aus nächster Nähe die „coolsten“ Einsatzbilder schießen – nicht nur zu Ausbildungszwecken. Im Nu landen diese Dokumente im Internet, werden in sozialen Netzwerken oder Videokanälen wie Facebook oder Youtube mit rasanten Schneeball- oder Kettenbriefsystematiken verteilt oder auch „mit Freunden geteilt“, wie es doch zunächst so harmlos und freundlich heißt. Noch brisanter: Im Zeitalter des Aufrufs, als „Leserreporter“ tätig sein zu dürfen, können mit dramatischen Schnappschüssen oder Videostreifen angesichts des Unglücks

und Pechs anderer Menschen offensichtlich glückselige Geldsummen verdient werden: Kurz mal 500 Euro mit einem Foto, so einfach beim Vorbeifahren an einer Unfallstelle aus dem Auto geknipst.

Genau jetzt schon zur Einstimmung die zunächst provozierende Frage: Warum denn auch nicht? Verhalten sich denn die offiziellen Medienvertreter anders? Die machen doch auch das große Geld damit! Aber genau das wäre zu kurzatmig, sorglos und gewissenlos überlegt. Konkretes Beispiel, tatsächlich ähnlich passiert: Welcher Einsatzleiter oder Helfer möchte beispielsweise die Verantwortung dafür übernehmen, wenn Eltern den Unfalltod ihres Kindes bei einem schweren Verkehrsunfall mehr oder weniger live im Internet beziehungsweise am Computer oder auf dem Smartphone verfolgen können, noch ehe Polizei und Notfallseelsorge diese Nachricht schonend, Auge in Auge, persönlich und eben nicht virtuell überbringen? Fragen über Fragen zum externen und auch internen Umgang mit Presse und modernen Medien häufen sich bei der Feuerwehr und in den anderen Hilfsorganisationen neuerdings auf. In den nachfolgenden Erfahrungsberichten und vor allem aber praktischen Handreichungen sollen Antworten aufgezeigt

werden. Vor allem in emotionalen Lagen bei Großschadensereignissen helfen relativ einfache Standards zugunsten einer respektvollen Achtung, Kooperation und Mitwirkung, unnötige Reibereien zwischen Einsatzkräften und dem Ansturm von Medienvertretern zu vermeiden. Über allem soll der Gedanke stehen, dass Feuerwehr/Rettungsdienste und Presse nicht gegeneinander arbeiten. Im Gegenteil: Beide Seiten können voneinander profitieren. Im Zeichen der demografischen Entwicklung und des Zwangs zur Imagepflege ist das Thema Öffentlichkeitsarbeit bei den Hilfsorganisationen wichtiger denn je. Dazu sind im Sektor des weitgehend ehrenamtlich strukturierten Hilfswesens in Deutschland die Technik, Vorgehensweise und Organisation viel zu komplex, auch professionell, wertvoll, mithin viel zu schade geworden, um deren Darstellung in Pressekonferenzen „nur“ dem Bürgermeister oder dem beruflich versierten Polizei-Pressesprecher zu überlassen. Wobei diese wichtigen Partner gewiss auch nicht undankbar sind, wenn die unmittelbar am Einsatz beteiligten Kräfte sachkundige und angemessene Pressearbeit leisten.

Allein schon bei einem schweren Verkehrsunfall nachts irgendwo auf einer Landstraße muss zwischenzeit-

lich jeder Feuerwehrkommandant damit rechnen, dass er inmitten des Einsatzstresses in emotionaler Lage plötzlich im Blitzlichtgewitter steht bzw. zum Interviewpartner auch für



Einsatzfotos erzählen oft mehr als 1000 Worte über Dramatik, Belastung und Können der Helfer: hier bei einer komplizierten Rettungsaktion nach einem Busunglück



Funk und Fernsehen wird. Kenntnisse übers Presserecht, über das Funktionieren der modernen Medienwelt und auch schon kleine Kniffe der Wort- und Aussagewahl können helfen, große Fehler zu vermeiden. Man muss sich als Helfer mit medialem Verantwortungsgefühl neuerdings verstärkt ins Bewusstsein rücken: Auch Staatsanwälte und Rechtsanwälte schauen Fernsehen, lesen Zeitung und blicken ins Internet.

Und wer nach Schadensereignissen Ansprüche geltend machen oder als kritischer Medienvertreter am Einsatzgeschehen unbedingt das Haar in der Suppe finden will, der kann schon bei einer unglücklichen Formulierung eines aufgeregten Einsatzleiters oder durch ein unüberlegtes Auftreten eines einzelnen Helfers während der Chaosphase sowohl eines Klein- als auch Großeinsatzes fündig werden.

Neugierde und Schaulust sind bei Unfällen und Katastrophen im Prinzip zutiefst menschliche Gefühlsregungen, um Anteil zu nehmen am Geschehen. Die Medienwelt lebt von diesem Phänomen, das so schlecht nicht ist. Würden die Mitmenschen kein Interesse am Schicksal anderer zeigen, wären sie gefühllos



Schaulust, Neugierde, Emotionen und Mitgefühl verstehen und akzeptieren

Bei Bränden, Unfällen und Katastrophen, vor allem mit Schwerverletzten oder gar Todesopfern, sind Feuerwehrleute, Polizeibeamte und andere Helfer mit emotionalen Lagen konfrontiert, die oft alle Regeln eines geordneten, überlegten und normalerweise von der Vernunft gesteuerten Miteinanders der Menschen völlig außer Kraft setzen. Dies betrifft nicht nur die unmittelbar Betroffenen eines Unglücks, sondern mindestens ebenso Angehörige, Freunde, Bekannte oder auch völlig fremde Augenzeugen, auch Ersthelfer. Von einer Sekunde auf die andere bricht der geordnete Alltag völlig zusammen. Der Blick und andere Sinneseindrücke verengen sich auf das konfuse Unfassbare. Diese Schocksituation kann Menschen lähmen. Oder aber, sie wühlt auch zu Reaktionen und Taten auf, die im normalen Gemütszustand dem betroffenen Menschen absolut fremd erscheinen würden. Kurzum: Man erkennt sich selbst nicht mehr.

Angehörige von Feuerwehr, Rettungsdienst oder Polizei haben dagegen von Berufs wegen und schon bei der Alarmierung zu solchen Einsätzen den großen Vorteil, dass sie sich eine kleine, jedoch wichtige Zeit lang

innerlich darauf vorbereiten können: Sie stellen das „Kopfkino“ so ein, dass sie darauf gefasst sind, in den bevorstehenden Minuten und Stunden sehr schlimme Situationen und Bilder sehen zu müssen. Das hilft, emotionale Lagen zu beherrschen und geordnet und zielgerichtet im Sinne der Ausbildung und des Könnens zu handeln.

Zum Grundwissen einer jeden Einsatzkraft im Verständnis für solche

Die Medien greifen die naturgegebene Schaulust auf. Weil im Blaulichtsektor viel Geld verdient werden kann, ist die Grenze zwischen Mitgefühl und Sensationslust freilich oft fließend

