



**Kreisfeuerwehrverband
Lüchow - Dannenberg e.V.**



Kreispressereferent

**Arbeitshilfe
für die Pressearbeit der Feuerwehren
im Landkreis Lüchow-Dannenberg**

- Für die interne Verwendung -

Inhalt:

Vorwort

Zusammenarbeit mit der Presse

Erstellen von Presstexten

Der veröffentlichte Bericht

Pressefotos

Wenn etwas schiefgelaufen ist

Presserecht

Pressemappen

Veranstaltungen

Wichtige Email-Adressen

Arbeitshilfe für die Pressearbeit bei Katastrophen und Großschadensereignissen

Liebe Kameradinnen und Kameraden!

Hiermit lege ich Euch eine Arbeitsunterlage für die Pressearbeit in den Feuerwehren vor. Ich hoffe, dass diese Eure Tätigkeit als Pressereferent – oder wie diese Funktion sonst heißen mag – erleichtern wird.

Ich habe versucht, diesen Leitfaden möglichst weit an der Praxis zu orientieren. Trotzdem war ein minimaler Anteil Theorie unumgänglich. Wer sich darüber hinaus mit der Pressearbeit gründlicher befassen will kann auf die entsprechende Fachliteratur zurückgreifen.

Diese Arbeitshilfe bezieht sich nicht auf ein bestimmtes Medium oder eine bestimmte Zeitung. Die Vorschläge und Anregungen sind grundsätzlicher Art und sollten immer berücksichtigt werden.

Ob damit alle Eure Erwartungen vom Ergebnis Eurer Arbeit kurzfristig erfüllt werden hängt sicher nicht nur davon ab. Die Arbeitshilfe sollte aber die Basis für den Erfolg, weniger Ärger und Enttäuschung sein.

In Zeiten knappen Geldes und angesichts der demographischen Entwicklung kommt Eurer Arbeit erhöhte Bedeutung zu. Wir müssen die Arbeit der Feuerwehren der Öffentlichkeit und Politik über die Medien positiv nahe bringen. Nur dann werden wir die notwendigen finanziellen Mittel erhalten und auch in Zukunft den erforderlichen Nachwuchs gewinnen können.

Ich hoffe, dass ich Euch mit diesem Leitfaden bei Eurer Arbeit unterstützen und zu guten Ergebnissen verhelfen kann.

Januar 2008

Johann Fritsch

Zusammenarbeit mit der Presse

Grundsätze für die Pressearbeit

- Pressearbeit ist Chefsache
- Der Feuerwehrführer, Einsatzleiter.... gehört vor die Kamera, der Pressereferent dahinter
- Offen und ehrlich, aber wenn nötig Vertraulichkeit und Intimsphäre wahren
- Verlässlich und glaubwürdig sein
- Persönlichen Kontakt zu den Medien suchen
- Freundliche Umgangsformen erleichtern die Zusammenarbeit
- Pressearbeit planen und zielgerichtet einsetzen
- Offensiv agieren ist besser als reagieren
- Schnell und aktuell arbeiten
- Informationen mit dem Feuerwehrführer, Einsatzleiter, beteiligten Behörden und Organisationen abstimmen

Zuständigkeiten

- Die Ortspressereferenten sind für die Pressearbeit im regionalen Bereich ihrer Ortswehr zuständig.
- Kommen mehrere Feuerwehren zum Einsatz, steht der zuständige Pressereferent ebenfalls in der Verantwortung. Bei der Berichterstattung müssen alle beteiligten Wehren berücksichtigt werden.
- Die Gemeindepressereferenten stehen für größere übergreifende Einsätze in ihrer Samtgemeinde in der Verantwortung.
- Der Kreispressereferent ist für die Berichterstattung von kreisweiter Bedeutung verantwortlich.

Zum Umgang mit Journalisten

Die Medien sind nicht der verlängerte Arm der Feuerwehren.

- Journalisten sind mit wenigen Ausnahmen keine Spezialisten
- Journalisten schreiben nicht immer das, was wir für wichtig halten
- Journalisten sind grundsätzlich misstrauisch
- Vertrauen und Kooperation kann nicht von allen Journalisten erwartet werden. Dies stellt jedoch im regionalen Bereich kein Problem dar. Die Medienvertreter der Zeitungen und Anzeigenblätter... unseres Bereiches haben bisher offen und fair mit uns zusammengearbeitet.

Freut Euch über Journalisten!

- Der Journalist ist selten böartig
- Er verdient sein Geld mit Arbeit
- Er interessiert sich für uns
- Er hat das Recht informiert zu werden

Helft den Journalisten!

Versorgt die Journalisten, wenn immer möglich, mit Informationen. Kameraleute und Fotografen brauchen gute Bilder. Unterstützt sie deshalb bei ihrer Arbeit.

Wir tun den Journalisten, in dem wir sie informieren, nicht etwa einen Gefallen. Für die Feuerwehr, der als Institution Steuergelder zufließen, besteht eine Informationspflicht.

Merke:

Wartende Journalisten sind gefährlich,
Lange wartende Journalisten sind doppelt
gefährlich.

Am gefährlichsten aber sind vergeblich
wartende Journalisten, die untereinander
Informationen austauschen.

(Winston Churchill ca. 1936)

Journalisten sind Menschen wie Du und ich. Was sie von uns unterscheidet sind die Erfordernisse ihres Berufes. Auf vielen Medienvertretern lastet enormer Druck. Nahezu alle Tätigkeiten sind auf den Redaktionsschluss ausgerichtet. Dies hat wesentlichen Einfluss auf den Tagesablauf der Journalisten und die Arbeit in den Redaktionen. Berücksichtigt das unbedingt!

Dies muss bei Einladungen an Medienvertreter bedacht werden. Keiner von ihnen wird einen Termin am frühen Vormittag begeistert folgen, denn ihr Arbeitstag endet wesentlich später als der des Durchschnittbürgers. Nehmt also, wann immer möglich, bei der Terminplanung darauf Rücksicht.

Wir müssen uns überlegen was Journalisten wollen. Ein Medienvertreter der Süddeutschen Zeitung, der Welt oder des Spiegels hat andere Interessen als ein Vertreter einer Regionalzeitung. Während Erstgenannte über größere Ereignisse und übergeordnete Gesichtspunkte schreiben, befassen sich Regionalzeitungen vor allem mit dem regionalen Bezug von Ereignissen.

Deshalb sollten wir bei der Betreuung von Journalisten auf die jeweiligen Interessen eingehen. Zu deren Information ist, falls angebracht, die Erstellung einer Pressemappe ratsam.

Nach der Betreuung empfiehlt sich noch ein kurzes Gespräch mit den Medienvertretern. Dabei sollten wir insbesondere fragen, ob die Betreuung/Begleitung unsererseits verbessert werden kann. Außerdem sollten wir fragen, wann der Beitrag erscheint/gesendet wird und dies auch an unsere Kameraden weitergeben. Der Journalist sollte uns nicht verlassen, ohne dass er von uns eine Visitenkarte bekommen hat. Unsere telefonische Erreichbarkeit erleichtert ihm Rückfragen.

Einladungen an die Medienvertreter müssen rechtzeitig erfolgen. Ein zeitlicher Abstand von etwa 14 Tagen erscheint angemessen. Da die Arbeitsbelastung der Redakteure enorm hoch ist, ist eine telefonische Erinnerung zwei bis drei Tage vor dem Termin sinnvoll.

Sollte ein Jahresplan bestehen spricht nichts dagegen, diesen an die Redaktion (-en) zu übersenden. Belästigt aber die Medien nicht mit uninteressanten Veranstaltungen. Prüft vorher was für die Öffentlichkeit relevant sein könnte.

Erkundigt Euch, welche Ereignisse, Daten, Jubiläen, Ehrungen für das jeweilige Medium interessant sind. Scheut Euch dabei nicht nachzufragen und pflegt den Kontakt mit den Pressevertretern sowie den mit der Presse beauftragten Kameradinnen und Kameraden in den Feuerwehren.

Bei größeren und wichtigen Veranstaltungen schicken die Medien gerne selbst einen Vertreter. Bietet bei Einladungen trotzdem an, dass Ihr Beiträge über das Ereignis liefert. Dann können die Redaktionen selbst entscheiden, wie sie die Berichterstattung wahrnehmen.

Fragt die Journalisten am Ende von Veranstaltungen oder nach der Betreuung/Begleitung, ob ihr in Sachen Zusammenarbeit noch etwas verbessern könnt.

In der Regel könnt Ihr Eure Meldungen und kleineren Berichte ohne Voranmeldung an die Redaktionen schicken. Bei längeren Beiträgen empfehlen sich Absprachen. Dies erleichtert die Arbeit der Redaktionen und erspart Euch überflüssige Arbeit.

Pressearbeit ist Eilsache. Beiträge über mehrere Tage oder Wochen zurückliegende Ereignisse interessieren in der Regel weder Euch noch andere Leser. Eure Meldungen und Berichte sollten spätestens am nächsten Tag die Redaktionen erreichen.

Für die Zulieferung von Beiträgen abgesprochene Termine sind zwingend einzuhalten. Sollte dies im Ausnahmefall nicht möglich sein, müssen die Redaktionen so früh wie möglich unterrichtet werden.

Die von uns gelieferten Beiträge müssen von den Medien nicht im Original veröffentlicht werden. Dies hat mehrere Gründe. So müssen die Redaktionen aktuell auf alle Ereignisse von Interesse reagieren. Dies hat Einfluss auf die Darstellung der Ereignisse in Form und Umfang.

Die Redakteure werden Beiträge also verschieben, kürzen oder in anderer Weise verändern. Dies kann auch erfolgen, wenn die Texte von minderem Interesse sind, nicht dem Stil des Mediums entsprechen oder qualitative Mängel haben.

Nonverbale Kommunikation

Bei persönlichen Kontakten mit Journalisten gebt Ihr nicht nur mit Euren Worten Informationen preis. Wie gegenüber allen anderen Menschen ist dabei die nonverbale Kommunikation nicht zu unterschätzen. Dazu gehören die Körperhaltung, Eure Stimme und Mimik, Augen und Gestik.

Dabei darf auch das äußere Erscheinungsbild (saubere und korrekte Uniform...) nicht unterbewertet werden. Ein Mensch wirkt auf sein Gegenüber zu rund 55 % durch Mimik und Gestik. 38 % entfallen auf Stimme und Sprache, Sachinformationen, also der Gesprächsinhalt, werden nur zu 7 % wahrgenommen.

Der Mensch behält

- von dem was er hört 20 %
- was er sieht und hört 50 %
- was er selbst laut liest 75 %
- und was er selbst tut 90 %

Das bedeutet leider oft:

- Gesagt ist nicht gehört,
- Gehört ist nicht verstanden

Sind Kameras zugegen, sollte man darüber hinaus:

- nicht mit der Hand auf das Objekt der TV-Kamera fassen, um somit die Aufnahme unterbinden zu wollen,
- bedenken, dass das rote Lämpchen auf der TV-Kamera, das bei der Aufnahme leuchtet, auch deaktiviert sein kann,
- sich stets seiner Äußerungen bewusst sein (TV-Kameras zeichnen auch den Ton auf) und
- bedenken, dass auch in „Drehpausen“ Journalisten ihrem Beruf nachgehen.

Beachte:

- Wir spekulieren nicht!
- Wir reden von uns, nicht über andere!
- Andere Organisationen, Behörden, Personen... werden nicht kritisiert!
- Die Leistung des Teams zählt!
- Wir reden nicht über Ursachen und Schadenshöhen!
- Wir halten uns an Absprachen!
- Einer für alle – alle für einen!
- Keine schwankenden Opferzahlen!
- Wir sind sachliche Profis aber keine kalten Technokraten!

Die 12 Todsünden:

1. Nichts sagen wollen!
2. Zu spät reagieren!
3. Falschinformationen herausgeben!
4. Lügen!
5. Fehler leugnen!

6. Spekulieren!
7. Verharmlosen und runterspielen!
8. Kopf in den Sand stecken!
9. Auf journalistisches Vergessen hoffen!
10. Fachchinesisch reden!
11. Schuld namentlich Anderen zuschieben !
12. Inhaltsloses Plappern!

Vorbereitung auf Journalistenkontakte

Nur eine intensive Vorbereitung auf Kontakte mit Journalisten erzielen Erfolg:

- Was will ich rüberbringen?
- Fragen vorher absprechen, z.B. bei Interviews
- Bin ich der richtige Gesprächspartner?
- Eigenen Sprechzettel als Gedächtnisstütze für Interview, Statement oder Gespräche erstellen
- Handout mit Hintergrundinformationen, Zahlen, Daten, Fakten, vorbereiten
- Kernbotschaften formulieren, beabsichtigte Bilder und Vergleiche einprägen
- Äußeres Erscheinungsbild beachten

Die Medien

Tageszeitungen:

Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit mit den Medien steht nach wie vor die Tageszeitung. Mit ihr erreichen wir schnell und zuverlässig nahezu jeden Haushalt. Diese Zeitung wird intensiv gelesen, das gilt besonders für den Lokalteil.

Anzeigenblätter:

Anzeigenblätter gibt es in fast allen Städten und Regionen. Sie werden kostenlos und nahezu flächendeckend verteilt. In ihrem redaktionellen Teil finden wir (eingeschränkt) Berichte zu lokalen Themen.

Die regelmäßige Belieferung dieser Blätter mit Beiträgen über wesentliche Ereignisse ist sinnvoll. Dabei muss die Konkurrenzsituation mit den Tageszeitungen beachtet werden. Keine Zeitung möchte einen Bericht veröffentlichen, der bereits in einem Anzeigenblatt zu lesen war. Deshalb sollten Beiträge stets mit unterschiedlichen Texten und Bildern an Zeitungen und Anzeigenblätter gesandt werden.

Fachzeitschriften:

Die Fachzeitschriften der Feuerwehren dürfen in der Berichterstattung nicht vergessen werden. Dabei sollte man sich jedoch auf Dinge von überregionalem Interesse beschränken, denn Beiträge über Allerweltsthemen öden an.

Auch bei Texten für Fachzeitschriften muss man auf Fachchinesisch und ständige Abkürzungen verzichten. Lesefreundlichkeit hat immer Vorrang vor erschöpfenden Strichaufzählungen und Vorschriftendeutsch. Technische Daten und andere „trockene“ Informationen können in „Kästen“ dem Text beigelegt werden.

Presseagenturen:

Große Presseagenturen (Deutsche Presseagentur, Deutscher Depeschendienst usw.) unterhalten Büros und Redaktionen in ganz Deutschland, zum Teil weltweit. Sie beliefern die Medien laufend und aktuell mit Informationen.

Wir sollten nur mit interessanten Informationen von überregionaler Bedeutung an die Presseagenturen herantreten.

Rundfunk und Fernsehen:

Mit Interesse von Seiten Rundfunk und Fernsehen an den Feuerwehren ist nur bei wesentlichen Ereignissen zu rechnen. Dies gilt besonders für Katastrophen und schwere Unglücksfälle, aber beispielsweise auch für Besuche hochrangiger Politiker.

Lokalen Funk- und Fernsehsendern kommt steigende Bedeutung zu. So finden bei sogenannten Bürgerradios auch lokale Ereignisse ihren Niederschlag. Sie sollten deshalb zu größeren Veranstaltungen (Feuerwehrtage, Delegiertenversammlungen usw.) eingeladen werden.

Internet:

Auch der Selbstdarstellung im Internet mit Beiträgen über aktuelle Ereignisse und die Arbeit der Feuerwehren kommt gestiegene Bedeutung zu. Dabei ist ein Abweichen des Leserverhaltens zu beachten.

Die Nutzer wollen keine „langen Riemen“ lesen sondern höchstens Beiträge von 5 – 6000 Zeichen (Zeichen ohne Leerzeichen, ZoLz). Darüber hinaus muss der Text stark untergliedert werden. Bereits nach drei bis vier Zeilen sollte ein neuer Absatz beginnen, nach drei bis vier Absätzen eine Zwischenüberschrift eingefügt werden.

Arbeiten mit E-Mails

Es gibt eine Vielzahl von Programmen und Systemen, die nicht miteinander harmonieren. Deshalb solltet Ihr für ein schnelles, reibungsloses und effektives Arbeiten folgende Grundsätze beherzigen:

- Texte werden im .doc-Format verschickt
- Fotos werden unbearbeitet im JPEG-Format verschickt
- Beschränkt Euch auf einen oder mehrere Texte und vier bis fünf Fotos, ansonsten teilt die Sendung in mehrere E-Mails auf.
- Fotos unbedingt klar benennen, keinesfalls die Buchstaben/Zahlenkombination der Kamera übernehmen
- Vornamen und Namen des Fotografen nicht vergessen
- Die E-Mail muss immer Euren Namen, Funktion und telefonische Erreichbarkeit beinhalten

Regelung Pressearbeit

Aktive Pressearbeit: Ereignis-/Themenorientierte offensive Information der Medien

Reaktive Pressearbeit: Nur Beantwortung konkreter Anfragen und Vorbereitung einer mit den zuständigen Personen/Stellen abgestimmten Sprachregelung bzw. Verzicht auf Aussagen: „Kein Kommentar“ oder „dies kann weder bestätigt noch kommentiert werden“.

Keine Pressearbeit: „Dazu kann ich keine Stellung nehmen“ oder „Das kann ich weder bestätigen noch kommentieren“.

Mitteilung an die Presse (MiP)

Die Pressemitteilung ist eine kurze und aussagekräftige Botschaft. Sie soll den Medien Informationen geben und deswegen Hintergrundinformationen beinhalten. Die MiP braucht einen konkreten Anlass: Neuigkeiten, Interessantes, Wichtiges, Informatives. In ihr darf keinesfalls die Erreichbarkeit des zuständigen Pressereferenten vergessen werden

Inhalt:

Meldungen ohne Nachrichtenwert finden keine Beachtung !

- Aktualität
- Neuigkeit
- Bedeutung
- Originalität

Ereignis hat sich vor kurzer Zeit zugetragen

Das Thema ist in den Redaktionen/dem Leser nicht bekannt

Das Thema wirkt sich auf die Nutzer aus

Auch ungewöhnliche Aktionen sind eine Nachricht wert

Aufbau



Eine **1. Pressemitteilung** muss ein bis vier Stunden nach dem Ereignis auf den Weg gebracht werden. Sie muss die journalistischen W's abarbeiten und sollte abgestimmte Anweisungsrichtlinien für die Bevölkerung enthalten. Sie muss Zeitpunkt und Form der nächsten Mitteilung sowie Quelle und Ansprechpartner benennen.

2. Pressemitteilung: Ihr Inhalt muss der Lageentwicklung angepasst sein und Veränderungen erklären. Sie kann die erste Meldung ergänzen und soll erste Information über die eingeleiteten Maßnahmen und deren Wirkung enthalten. Des Weiteren muss sie ein Hinweis auf Zeitpunkt und Form der nächsten Meldung enthalten.

3. und weitere Pressemitteilungen: Deren Inhalt entspricht dem der 2. Pressemitteilung. Die Informationen sollten jedoch umfangreicher sein und eine Einschätzung der Gesamtsituation enthalten. Daneben können erste Stellungnahmen von Experten enthalten sein. Aussagen über die voraussichtliche Schadenshöhe und Folgewirkungen des Ereignisses dürfen nur nach Absprachen mit den zuständigen Stellen aufgenommen werden. Den Abschluss bildet wieder einen Hinweis auf Zeitpunkt und Form der nächsten Meldung.

Abschlussmeldung:

- Wer hilft weiterhin, wer wird zuständig?
- Wer veröffentlicht weitere Informationen?
- Gesamtüberblick aufnehmen!
- Expertenberichte aufnehmen?
- Weiterführende Untersuchungen/Abgaben?
- Geplante bzw. eingeleitete Präventivmaßnahmen (!)
- Dank und positive Bewertung der Zusammenarbeit!
(nicht lügen!)
- Fehler werden zugegeben, Schwächen intern ausgewertet und nicht öffentlich breitgewalzt!
- Keine Schuldzuweisungen!
- Keine politischen Bewertungen!

Insbesondere bei Mitteilungen an die Presse kann auch mit einem Sperrvermerk gearbeitet werden. Dieser muss beinhalten, ab wann die Information veröffentlicht werden kann.

Einladung an die Presse

Zu größeren bzw. wichtigen Veranstaltungen sollten Medienvertreter eingeladen werden. Angesichts der hohen Arbeitsbelastung in den Redaktionen hat es sich bewährt, mit der Einladung die Übersendung eigener Beiträge anzubieten, falls kein Journalist an der Veranstaltung teilnehmen kann.

Pressekonferenz (PK)

Um einen wichtigen Anlass oder ein schwieriges Thema abuarbeiten bietet sich die Pressekonferenz (PK) an. Dabei gilt das von den Teilnehmern gesprochene Wort. Aus diesem Grund sollte die Thematik genau festliegen und sich die Teilnehmer von Seiten der Feuerwehr intensiv vorbereiten.

Die Pressekonferenz wird von einem Moderator mit der Vorstellung der Podiumsteilnehmer eingeleitet. In der Regel folgt dann ein kurzes Statement des Feuerwehrführers..... Im Anschluss daran können die Journalisten ihre Fragen stellen. Die Eingrenzung dieses Abschnittes auf eine bestimmte Anzahl von Fragen oder eine zeitliche Begrenzung (20 Minuten...) kann angebracht sein. Bei einer kleinen Gruppe anwesender Journalisten ist dies jedoch, außer aus Termingründen, nicht notwendig.

Alle interessanten Informationen sollten den Journalisten in schriftlicher Form übergeben werden. Dies verhindert Fehler in der Berichterstattung.

Vorbereitung PK:

- Festlegen eines gut erreichbaren, ruhigen Ortes (Parkplätze...)
- Genügend großen Raum festlegen
- Einrichten des Raumes mit Stühlen, Tischen
- Das Podium mit Sichtschutz für die Beine versehen
- Schilder mit den Namen der Beteiligten
- Beleuchtung prüfen
- Technische und grafische Darstellungsmittel, falls erforderlich, zur Verfügung stellen
- Lautsprecheranlage, Mikrofon, Beamer... notwendig?
- Rechtzeitig einladen
- Beim Zeitpunkt auf Redaktionsschluss... achten
- Teilnehmer auf dem Podium festlegen (wenige!)
- Untereinander abstimmen

Ablauf Pressekonferenz:

- Begrüßung durch Pressereferent oder Pressesprecher Kreis, Samtgemeinde...
- Kurze Statements der Verantwortlichen (Bürgermeister, Einsatzleiter...)
- Pressewart gibt Zeit für Fragen (10, 15 Minuten oder mehr)
- Pressewart erteilt für die Fragen das Wort, Überblick behalten, Reihenfolge der Meldungen...
- Am Ende der Zeit: „Noch drei Fragen“
- Dank an die Teilnehmer und Journalisten
- Verteilung der schriftlichen Informationen (kann auch vor der Pressekonferenz erfolgen). Sollte die Pressemappe Reden beinhalten, so empfiehlt es sich an deren Ende den Vermerk „Es gilt das gesprochene Wort“ zu setzen.
- Visitenkarten an die Journalisten verteilen

Nachbereitung PK:

- abwesenden Pressevertretern auf Wunsch die Pressemappe zusenden
- Journalistenkartei aktualisieren (ergänzen, ändern...)
- Auswertung der PK zur Verbesserung der Pressearbeit auf diesem Gebiet

Hintergrundgespräche

Journalisten wissen immer gern mehr als andere Menschen. Auch wenn ein Thema momentan noch nicht für die Öffentlichkeit interessant ist sind sie daran oft interessiert.

Hintergrundgespräche dienen dazu, Journalisten Informationen (auch vertrauliche) zu vermitteln. Dies sollte in ruhiger und gemüthlicher Atmosphäre erfolgen. Diese Art der Gespräche fördern die Zusammenarbeit, sollten jedoch auf unserem Arbeitsgebiet die Ausnahme bleiben.

Pressegespräch

Pressegespräche sind Informationsveranstaltungen für Journalisten. Sie finden im kleinen, lockeren Kreis statt. Kleine Speisen und Getränke sowie der Verzicht auf eine Sitzordnung tragen zur Auflockerung der Atmosphäre bei.

Verhalten bei Interviews und Statements

Vorher abklären:

- Name des Mediums und des Interviewers?
- Thema?
- Beitrag wann und wo?
- Gedachte Zielgruppe?
- Welche Informationen sind gewünscht (Vorabgespräch)?
- Interview zur Person oder zur Sache?
- Geplante Dauer?
- Um die Fragen bitten

Falls die Möglichkeit besteht, sollten sich vor allem unerfahrene Pressearbeiter auf Interviews und Statements vorbereiten. Falls die Möglichkeit besteht lasst Euch vom Journalisten vor dem Interview die Fragen geben, dann könnt Ihr Euch in Ruhe die Antworten überlegen. Außerdem empfiehlt sich ein „Spickzettel“. Auf diesem müssen die wesentlichen Stichworte stehen, damit keine wichtigen Punkte vergessen werden. Vorformulierte Sätze sind nicht zu empfehlen, denn sie machen das Interview/Statement hölzern. Außerdem besteht sowieso keine Zeit zum Nachlesen. Formuliert nur kurze Sätze, sonst besteht die Gefahr den Faden zu verlieren oder sich zu verhaspeln.

Dies gilt auch für Eure Feuerwehrführer. Falls möglich stellt Ihr Euch dann hinter die Kamera und überprüft das Bild. Wenn notwendig korrigiert Anzug und Aussehen des Interviewten. Ist

dieser unerfahren, spricht mit ihm über das Interview und warnt ihn vor falschen Formulierungen und inhaltsfreien Aussagen.

- Außerdem ist vor Aufnahmebeginn zu prüfen, ob der Interviewte zu diesem Sachverhalt etwas sagen kann und darf (zuständig?, befähigt?) bzw. auch etwas dazu sagen will (kein Zwang!),
- ist vor Aufnahmebeginn ein Vorgespräch zu führen, bei dem das Thema und die Fragen mit dem Journalisten erörtert werden,
- es empfiehlt sich eine zweite Person mit zu nehmen, die insbesondere auf das äußere Erscheinungsbild (korrekter Anzug, Frisur...) achtet.
- ist vor Aufnahmebeginn ein passender Hintergrund zu prüfen (kein Toilettenschild...),
- sind Fachausdrücke und Abkürzungen zu vermeiden (Verständlichkeit),
- ist stets mit kurzen Sätzen auf die Frage zu antworten (nicht ausufern!),
- ist nicht mit verschränkten Armen vor einer TV-Kamera zu stehen (Ausdruck der Ablehnung),
- ist nicht mit beiden Händen in den Hosentaschen vor einer TV-Kamera zu stehen (Ausdruck der Überheblichkeit),
- man kann sich an einem Stift oder an einem zusammengerollten Blatt festhalten, jedoch keinesfalls damit spielen.
- Ruhig durchatmen, bequem stehen.
- Langsame, deutliche und kurze Sätze sprechen
- Zur Einleitung in zwei Sätzen die Journalistischen W's beantworten (also das Wichtige zusammenfassen)
- ist nicht direkt in die Kamera, sondern zu dem fragenden Journalisten (auch neben der TV-Kamera) zu schauen (Zum Verständnis: „Hinter dem Objektiv befindet sich der TV-Zuseher auf dem Sofa und auf diesen wirkt der ständige Augenkontakt über die Kamera negativ“) und
- kann das Gesagte auch wiederholt werden, wenn der Kamerad / die Kameradin mit seinen / ihren Äußerungen nicht zufrieden ist (Anmerkung: auch der Journalist will einen guten Originalton!)
- Der Interviewte kann die Streichung von Passagen verlangen.
- Zeitbegrenzungen müssen eingehalten werden
- Niemand muss sich vorführen lassen, notfalls das Interview abbrechen.
- Während des Interviews keinesfalls nicken, den Kopf schütteln oder einfach aus dem Bild laufen.

Am Ende des Interview den Dank des Journalisten erwidern!

Telefoninterview:

Anfragen für Telefoninterviews kommen vor allem von Hörfunksendern, gelegentlich auch von TV-Anstalten oder Printmedien. Vor Live-Interviews erfolgt ein Telefongespräch zwecks Anfrage und Absprache. Lassen Sie sich dabei die Fragen geben. Darüber hinaus gelten die Punkte, die bei Interviews und Statements immer zu beachten sind.

Außerdem:

- Telefonhörer sofort in die richtige Hand nehmen (nicht die Schreibhand)
- Fenster und Türen zu

- Niemand in den Raum lassen, außer: Vertrauensperson, Pressesprecher sollte mithören
- Nicht in die Muschel atmen („Gewitterton!“)
- Stichworte auf einem Zettel, groß und lesbar
- Stift dazu
- Sofortinformationen markieren
- Nicht mit Kaffeetassen, Kugelschreibern, Handy... klappern
- Frauen: lange Ohrringe, Ketten ablegen...
- Keine Hintergrundgeräusche...
- Keine Hand vor den Mund nehmen, Kopf nicht aufstützen
- Keine Wertungen
- Klare Fragen verlangen oder neue Formulierung einfordern
- Keine oder wenige Zahlen
- Nur in eigener Zuständigkeit sprechen
- Ruhig und deutlich sprechen
- Nicht provozieren lassen

Erstellen von Presstexten

Schreiben wir für unseren Feuerwehrführer, der unsere Beiträge besonders gelungen findet, wenn sein Name möglichst oft in der Zeitung steht?

Oder für unsere Kameraden, die die Bedeutung ihrer Wehr nach der Länge von Zeitungsberichten einschätzen?

Tun wir unserer Feuerwehr einen Gefallen, wenn sich ein Beitrag über eine halbe Zeitungsseite hinquält?

Nein, denn obwohl wir als Pressereferenten die Interessen der Feuerwehr und des Verbandes vertreten, schreiben wir für den Leser!

Also: Kein „Personenkult“, keine übertriebene Selbstdarstellung.

Kein Text ist in der ersten, oft schnell geschriebenen Fassung optimal. Es empfiehlt sich immer den Beitrag mehrfach zu überarbeiten. Dabei sind Pausen hilfreich, denn nach ihnen fallen Fehler, Gedankensprünge und andere Mängel leichter auf.

Auch das Ausdrucken des Beitrages zur Korrektur und das Lesen durch eine zweite Person ist mehr als hilfreich.

Am Ende des Textes sollten Bildbeschreibungen stehen (mehr in diesem Kapitel) und vor allem der Name und die telefonische Erreichbarkeit des Verfassers.

Die Länge von Artikeln misst sich an der Wichtigkeit des Ereignisses. Manche Dinge können mit einer kurzen Meldung abgehandelt werden, für andere eignen sich eher längere Beiträge. Zu den für uns relevanten Stilformen zählen die Nachricht (Meldung) und die Reportage.

Journalistische Stilformen:

Nachricht:

Die Nachricht teilt eine Neuigkeit mit, die für die Leser interessant ist. Sie umfasst objektive Fakten und nachprüfbare Tatsachen. Sie teilt dem Leser, Zuhörer oder Zuseher eine Neuigkeit von Interesse mit. Nachrichten geben keine Meinungen wieder.

Meldung:

Die Meldung ist eine kurze Nachricht, die in der Regel in der Zeitung als Einspalter zu finden ist. In unserem Bereich kann dies eine Mitteilung über eine weniger bedeutende Aktivität oder eine Terminankündigung sein. Besteht diese Meldung nur aus einem Satz spricht man von einer Kurzmeldung. Beachte: Bestimmte Medien schreiben für Terminankündigungen eine besondere Form vor (Vordruck...)

Reportage:

Die Reportage erfüllt eine Nachricht mit Leben und ist dadurch natürlich wesentlich umfangreicher. Durch die Aussage von Betroffenen, die Auswahl von Zitaten und unsere persönlichen Eindrücke fließt dabei Meinung ein.

Feature:

Für unsere Zwecke kommt eine weitere Stilform eher selten in Frage, sollte jedoch nicht unbeachtet bleiben: Das Feature. Bei diesem wird anhand eines konkreten Beispiels (Einsatz) Grundsätzliches und Verborgenes deutlich gemacht. Der Unterschied zur Reportage besteht im größeren „Tiefgang“. Die Reportage lebt von der Beobachtung und Wiedergabe eines Vorganges, beim Feature dient das Geschehen nur der Verdeutlichung von Zusammenhängen. Der Übergang zwischen beiden Stilformen ist fließend.

Die „W´s“

Alle Beiträge müssen Fragen von journalistischem Interesse beantworten, also die sieben „W´s“. Diese können in unterschiedlicher Reihenfolge abgearbeitet werden. Die wesentlichen Informationen müssen jedoch am Anfang des Textes stehen.

- Wer
- Was
- Wie
- Wo
- Wann
- Warum
- Welche Quelle

Beispiel für eine Jahreshauptversammlung

| | |
|---------|---------------------------------------|
| Wer: | Veranstalter, Redner, Gast, |
| Was: | Tätigkeit, Art der Veranstaltung |
| Wann: | Tag, Uhrzeit |
| Wie: | Dauer, Ablauf, Ergebnis |
| Wo: | Ort, Räumlichkeit, Straße |
| Warum: | Grund, Ursache |
| Welche: | Quelle, eine Aussage oder Information |

Beispiel für einen Einsatz:

| | |
|---------|--|
| Was: | Unfall, Brand |
| Wann: | Datum, Uhrzeit |
| Wo: | Ort, Straße |
| Wer: | eingesetzte Kräfte, Einsatzleiter |
| Wie: | eingesetztes Gerät, Fahrzeuge, Vorgehensweise |
| Warum: | Ursache des Brandes, Unfalles (Vorsicht!) |
| Welche: | Quellen wie Einsatzleiter, Beteiligter |

Beispiele Kurzmeldungen:

Gegen Baum gefahren

Tripkau. Rund 5000 Euro Schaden gab es, als in der Nacht zum gestrigen Sonntag auf einem Parkplatz an der Bundesstraße 216 bei Tripkau ein Pkw wegen Eisglätte ins Schleudern geriet und gegen einen Baum prallte. Der Fahrer hatte bei der Einfahrt auf den Parkplatz die Kontrolle über den Wagen verloren.
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

Leicht verletzt

Lüchow. Leicht verletzt wurde eine Radfahrerin, als sie am Donnerstagabend in der Tarmitzer Straße in Lüchow von einem Pkw angefahren wurde. Dessen Lenker hatte die Vorfahrtsberechtigte beim Einbiegen übersehen.
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

Kinderwagen in Brand gesteckt

Hannover. Unbekannte haben einen Kinderwagen in einem Mehrfamilienhaus in Hannover in Brand gesteckt. Laut Polizei verhinderte eine 16-Jährige einen Hausbrand indem sie den Wagen ins Freie schob. Dabei zog sie sich eine Rauchvergiftung zu. Nachdem die Jugendliche den brennenden Kinderwagen entdeckt hatte, versuchte sie das Feuer zunächst mit Wasser zu löschen, hatte aber keinen Erfolg.
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

Attacke gegen Zeitungsträger

Berlin. Wegen seiner dunklen Hautfarbe ist ein Zeitungsausträger in Berlin-Spandau angegriffen worden. Die Polizei berichtete, der Unbekannte habe den 36-Jährigen geschlagen

und beschimpft. Weil die Polizei von einem fremdenfeindlichen Hintergrund ausgeht, ermittelt nun der polizeiliche Staatsschutz des Landeskriminalamtes.
(Elbe-Jeetzell-Zeitung)

Telekom-Streit beigelegt

Bonn – Telekom und ver.di haben den Tarifkonflikt über die Geschäftskundensparte T-Systems beigelegt. Die 40 000 Mitarbeiter der Telekom-Tochter erhalten zum April 2007 eine Einkommenserhöhung von 3 %.
(BILD)

EU kürzt Fangquoten

Luxemburg – Die EU-Fischer auf der Ostsee müssen 2007 ihre Fänge von Kabeljau um zehn Prozent und von Lachs um fünf Prozent zurückfahren. Darauf haben sich die Fachminister der EU-Staaten geeinigt.
(BILD)

Zwei US-Soldaten getötet

Bagdad – Im Irak sind zwei US-Soldaten von Aufständischen getötet worden. Ein Dritter wird vermisst, ist möglicherweise entführt worden.
(BILD)

Öffentlichem Dienst droht Streik

Berlin – Im öffentlichen Dienst drohen Anfang des Jahres Streiks. Die Gewerkschaft ver.di und der Beamtenbund dbb wollen ihre tariflichen Forderungen notfalls mit einem Arbeitskampf durchsetzen.
(Hamburger Abendblatt)

Afghanen in Berlin angegriffen

Berlin – Rechtsextreme haben in der Silvesternacht eine afghanische Familie in Berlin-Lichtenberg angegriffen. 15 Täter hätten die fünfköpfige Familie mit Schlagstöcken attackiert und beschimpft, als sie ihr Feuerwerk auf der Straße abbrannte, erklärte die Polizei.
(Hamburger Abendblatt)

Alsterdorf

Spielhalle überfallen

Ein noch unbekannter Mann hat in der Nacht zum Sonnabend eine Spielhalle in Alsterdorf überfallen und 300 Euro erbeutet. Nach Polizeiangaben bedrohte der 1,85 Meter große und etwa 30 Jahre alte Täter dabei gegen 1.50 Uhr eine Angestellte mit einer silbernen Schusswaffe. Nach dem Raub flüchtete er. Der Täter war mit einem beigen Mantel und einer hellen Baseballkappe bekleidet. Hinweise nimmt das LKA unter der Telefonnummer entgegen.
(Hamburger Abendblatt)

Wandsbek

Neujahrsempfang bei Johannitern

Die Seniorengruppe und der Regionalvorstand der Johanniter laden alle Senioren und Interessierte am 4. Januar zu einem Neujahrsempfang von 14 Uhr an in die Regionalgeschäftsstelle an der Helbingstraße 47 ein.
(Hamburger Abendblatt)

Beispiele für den Beginn von Meldungen und Nachrichten:

Über 4800 Schüler aus Schleswig-Holstein nahmen 2007 am Verkehrssicherheitsunterricht der Aktion „Fit&Fair“ von ADAC und Landesverkehrswacht teil.
(ADACmotorwelt)

108 Mädchen und Jungen im Alter zwischen 8 und 15 Jahren nahmen am Finale des Fahrradwettbewerbs teil, den der ADAC mit der Deutschen Post ausrichtete. ...
(ADACmotorwelt)

Nehmen wir mal an, Sie wohnen in einem Parklizenzengebiet, Ihr Auto ist bei der Reparatur, und Sie haben für diese Zeit einen Leihwagen bekommen. Dürfen Sie Ihren Parkausweis dann auch kurzfristig in das Ersatzfahrzeug legen? ...
(ADACmotorwelt)

Wie kann man Rasern Einhalt gebieten?, fragten sich Politiker in den 50er-Jahren und fanden ein geeignetes Mittel: ein zentrales Register, das alle erheblichen Verkehrssünden registrieren sollte. Am 1. Januar 1958 trat es in Kraft, eingerichtet wurde es im Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) in Flensburg. ...
(ADACmotorwelt)

Starker Wind und Schneefall haben in deutschen und österreichischen Skigebieten zahlreiche Lawinen ausgelöst und sechs Menschen getötet, viele weitere wurden verletzt. ...
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

Ein weiteres Mal haben sich die Fußballer des TuS Woltersdorf als Spezialisten unter dem Hallendach erwiesen. Beim Budenzauber des MTV Dannenberg setzte sich der hiesige Bezirksligist am Sonnabend im Finale einer gutklassigen Konkurrenz mit 5:3 gegen den Verbandsligisten SV Blau-Weiß Polz durch. ...
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

Die Verbraucherzentralen und führende Energie-Experten haben die Praxis kritisiert, Atom- oder Kohlestrom durch den Handel mit Ökozertifikaten in Ökoenergie umzuetikettieren. ...
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

Nach den umstrittenen Vorschlägen zur Reduzierung des Kohlendioxid-Ausstoßes von Pkw verlangt Brüssel nun auch für Lastwagen und Busse schärfere Abgasnormen. ...
(Der Spiegel)

Eine EU-Arbeitszeitrichtlinie bereitet der Bundeswehr beträchtliche Probleme. Nach Angaben des Verteidigungsministeriums müssen Militärflugplätze zeitweilig gesperrt werden, Soldatenausbildung auf Übungsplätzen ist nur noch „eingeschränkt“ möglich. ...
(Der Spiegel)

Künftig sollen sich private Investoren an den russischen Eisenbahnen beteiligen können. Nach den Plänen des Kreml soll dabei zunächst der Güterverkehr des nach den USA zweitgrößten Bahn-Systems für private inländische Kapitalgeber geöffnet werden. ...
(Der Spiegel)

Die „Bild“-Gruppe soll trotz des anstehenden Umzugs des Boulevardblatts von Hamburg nach Berlin enger zusammenrücken. Bereits im Dezember hatte der Springer-Verlag
(Der Spiegel)

Die Verabschiedung eines Feuerwehr-Urgesteins aus dem aktiven Dienst stand im Mittelpunkt der Jahreshauptversammlung der Feuerwehr Tüschau. Nach 45 Jahren Dienst....
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

In der Nacht zum Sonntag wurde in Tripkau die Produktionshalle einer Zimmerei Opfer der Flammen. Nur durch den massiven Einsatz der Feuerwehr konnte das Übergreifen des Feuers auf andere Gebäude und den Fuhrpark des Unternehmens verhindert werden....
(112info)

Jedes Jahr sterben in Deutschland über 200 Kinder bei Bränden, 150 000 Menschen werden verletzt, darunter eine große Anzahl Mädchen und Jungen. Kinder und Jugendliche sind jedoch auch Täter, ...
(112info)

In einer Gemeinschaftsleistung verhinderten sechs Ortswehren mit rund 90 Männern und Frauen am Samstag in Klein Sachau Schlimmeres. Der Brand einer Scheune...
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

Die Sieger des zweiten Aktionstages der Kreisjugendfeuerwehr kommen aus Wietzetz. Die Mannschaft Volkfien 2 belegte den zweiten, das Team Metzgingen 1 den dritten Platz. ...
(Elbe-Jeetzel-Zeitung)

„Es gibt Menschen, die gehen zum Arzt, wenn sie etwas haben. Andere gehen, wenn ihnen etwas fehlt.“ Eigentlich komisch. Wie so vieles, was den Arztberuf betrifft
(Hamburger Abendblatt)

Eine 38jährige Hausfrau und Mutter von vier Kindern ist die glückliche Gewinnerin der Lottorunde vom vergangenen Wochenende. Mit dem „Spiel 77“ ...
(Süddeutsche Zeitung)

Brennende Barrikaden an der Hafensstraße auf St. Pauli, Flaschen und Steine auf Polizeibeamte und Rettungskräfte: In manchen Gebieten Hamburgs erinnerte die vergangene Silvesternacht eher an die Auseinandersetzungen zwischen Polizei und Autonomen ...
(Hamburger Abendblatt)

Es gibt keinen Industriestaat in Europa, dessen Bevölkerung nicht die ausländischen Arbeitnehmer mit einem gewissen Argwohn betrachtet. Bei einer Million Arbeitslosen in der Bundesrepublik fragen sich viele Deutsche,...
(Frankfurter Rundschau)

Berlin war für die Soldaten des Kreisverbindungskommandos (KVK) Ostholstein Ziel einer politischen Weiterbildung. 14 Offiziere und Feldwebel lernten die Geschichte und Gegenwart der deutschen Hauptstadt in einem umfangreichen Vortrags- und Besichtigungsprogramm kennen....
(aktuell)

Musik für den guten Zweck und Klänge für den Frieden – so lässt sich das Militär-Musik-Festival in der Kölnarena beschreiben, das am ...
(aktuell)

Fragenkatalog für eine Recherche

- Vorname und Name, Funktion, Dienstgrad des Gesprächspartners mit dessen Erreichbarkeit
- Genaue Bezeichnung der Dienststelle, der Ortsfeuerwehr, Behörde...
- Was ist passiert/was ist geplant?
- Wann findet/fand das Ereignis statt?
- Wo findet/fand das Ereignis statt?
- Warum findet das Ereignis statt/warum kam es zu diesem Ereignis?
- Wie wurde das Ereignis bewältigt
- Wie viel Kräfte sind/waren beteiligt?
- Woher stammen die Informationen

Weitere Tipps zu Texten

- Grundsätzlich das Wichtigste an den Anfang setzen, Spannendes zu erst
- „Solinger Schere“: Das bedeutet einen Artikel so zu schreiben, dass beim Kürzen von hinten nichts inhaltliches verloren geht.
- Das Jahr nur anführen, falls zwingend erforderlich
- Namen müssen auf jeden Fall stimmen. Nichts ist peinlicher als falsch geschriebene Namen. Denkt daran, dass Menschen einen Vornamen haben. Dieser wird mindestens einmal zusammen mit dem Nachnamen genannt.
- In den Medien gibt es keine Damen und Herren, denn dabei handelt es sich um Anreden und nicht um Titel. Schreibt also nicht von Herrn Schulz und Frau Meier sondern nur von Gerhard Schulz und Ulla Meier.
- Auch Kameraden und Kameradinnen sind nicht die richtigen Bezeichnungen. Nutzt die Formulierungen Feuerwehrangehörige, Feuerwehrleute, Blauröcke und andere mehr.
- Titel und Funktionen haben in Euren Beiträgen nur etwas zu suchen, wenn sie zur Klarheit beitragen oder der Text im Zusammenhang mit dieser Tätigkeit steht. Dies können Bezeichnungen sein wie Gemeinde- oder Ortsbrandmeister, Bauingenieur, Hauptmann, Polizeioberkommissar...
- Akademische Titel, die Bestandteil des Namens sind, wie Dr. med., Dipl. Ing., Prof., sollten zusammen mit dem Vornamen und Namen bei der ersten Nennung im Text angeführt werden. Danach kann sowohl der Titel/Funktion wie auch der Vorname weggelassen werden. Dies ist keine Unhöflichkeit sondern dient der Leserfreundlichkeit.
- Für Frauen haben sich abgewandelte, einst den Männern vorbehalten Bezeichnungen bewährt: Die Ortsbrandmeisterin, die Bürgermeisterin, die Polizeikommissarin... Vergewaltigt die deutsche Sprache nicht und erfindet keine weiblichen Bezeichnungen.

- **Abkürzungen:**
Abkürzungen dürfen in Presstexten nur verwendet werden, wenn sie in der ersten Nennung unmittelbar hinter der ausgeschriebenen Bedeutung in Klammern genannt wurden. Im weiteren Verlauf reicht dann die Abkürzung.
Dies gilt auch für anscheinend völlig klare Abkürzungen, denn viele haben mehr als eine Bedeutung. So steht beispielsweise TV für Television (Fernsehen), aber auch für Turnverein und einiges anderes mehr.
Auch in Fachzeitschriften oder internen Internet-Auftritten sollte dies beachtet werden. Dies gilt insbesondere für die Bezeichnung von Feuerwehrfahrzeugen und Ausrüstungsteilen.
 - **Großschreibung:**
Großbuchstaben dürfen zur Hervorhebung nicht verwendet werden. Ausnahme: Allgemein bekannte Abkürzungen z.B. UNO, NATO, FDP etc.
 - **Datum und Uhrzeit:**
Datum und Uhrzeit werden in Ziffern geschrieben: „Der Brand brach um 23.14 Uhr aus“. Aber nicht: „Am 14.11. 2008 findet die Jahreshauptversammlung statt“, sondern: „Die Jahreshauptversammlung findet am 14. November 2008 statt“. Soweit Termine nicht über dem Jahreswechsel liegen kann auf die Jahreszahl verzichtet werden.
 - Vermeidet Zeitangaben wie: Gestern, heute, übermorgen, oder am gestrigen Dienstag. Nennt stets den Wochentag.
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - <u>Nicht:</u> - Samstag - letztes Jahr - letztes Wochenende - vergangenen Dienstag | <ul style="list-style-type: none"> <u>Sondern:</u> Sonnabend vergangenes Jahr am Wochenende am Dienstag |
|--|--|
- Macht andere Organisationen, Behörden, Ortswehren oder Personen in Euren Beiträgen nicht schlecht!
Kritik über die Medien ist nicht hilfreich und stört nur die künftige Zusammenarbeit. Auch wenn nach Eurer Auffassung jemand versagt oder schlecht gearbeitet hat, ist ein offenes Wort untereinander die bessere Wahl.

„Aktiv schreiben“:

Nicht: „Es wurde ein dreiteiliger Löschangriff geübt“,
Sondern: „Die Feuerwehrangehörigen bauten einen dreiteiligen Löschangriff auf.“

Nicht: „Durch die Ausbilder wurden die einsatztaktischen Grundsätze vermittelt“
Sondern: „Die Ausbilder vermittelten die einsatztaktischen Grundsätze“.

Gutes Deutsch

Schreibe treffend, lebendig, klar und kurz. Das heißt, bilde kurze und übersichtliche Sätze, formuliere gedrängt und benutze die direkte Rede.

Vermeide also „Bekanntnis ablegen“, schreibe: „bekennen“.

Verzichte auf: „den Vorschlag bringen“, schreibe: „vorschlagen“.

Verzichte, soweit möglich, auf Fremdwörter. In einer Reportage oder einem anderen längeren Beitrag muss sich der Kreis der „Erzählung“ schließen. Sollten Personen auftauchen, so müssen sich diese im Verlauf des Textes wiederfinden und nicht einfach „verloren gehen“.

Blähwörter, Floskeln und schiefe Bilder

Negativ-Beispiele:

- „Bei der Jahresverbandsversammlung hat man das Jahr noch einmal Revue passieren lassen und erfuhr, dass der Vorstand grünes Licht gab für den Neubau des Feuerwehrgerätehauses mit Garage zur Unterstellung des Tanklöschfahrzeuges, worauf die Einsprüche seitens der Anwohner wie Pilze aus dem Boden schossen“.
- „Wenn die behördliche Inaugenscheinnahme zur Durchführung gelangt, bekommt die Pressemitteilung grünes Licht für den Papierkorb“.

Warum sollten wir „anmieten“ schreiben, wenn mieten richtig und ausreichend ist. Warum „Eigeninitiative“, wenn es sich um eine eigene Initiative handelt. Wer sagt „Kreuzungsbereich“ wenn er eine Kreuzung meint. Reicht für den Fußgängerübergang nicht das Wort Zebrastreifen? Oder wer spricht von einer „Lichtzeichenanlage“, wenn er nichts anderes als eine Ampel meint.

Verzichte auf „der Ortsbrandmeister brachte zum Ausdruck“, obwohl er nur redete. Es wird nicht „besonders betont“, da die Betonung schon etwas Besonderes ist. „Der Vereinsvorsitzende ließ noch einmal Revue passieren“ heißt, diese doppelt zu sehen. Außerdem haben die Zuhörer bei der Jahreshauptversammlung sicherlich keine Revue gesehen.

Die Bilder müssen stimmen: Wer kann heute noch am Computer den Rotstift ansetzen? Wer ist sportlich nicht überfordert, wenn er eine Hürde umschiffen will? Wo ist die Spitze des Eisberges, wenn es in dem Text nicht um Eisbären geht?

Vorsicht mit abgedroschenen Phrasen: „Der Gemeindebrandmeister befindet sich im wohlverdienten Urlaub“. Wohlverdient? Hat er nur so viel gearbeitet, wie er unbedingt musste?

Was ist eine humanitäre Katastrophe? Nur die Hilfe kann humanitär sein (Humanität ist eine teilnehmende und hilfsbereite Einstellung gegenüber den Menschen).

Der Text soll etwas Neues enthalten, lehrreich und unterhaltend sein. Beschreibe anschaulich einen Vorgang so, dass ihn auch der unbedarfte Leser versteht. Als Höchstgrenze wird eine durchschnittliche Satzlänge von zehn bis 15 Worten empfohlen.

Beispiele für Satzlängen:

- In der Bildzeitung haben sieben Prozent der Sätze vier oder weniger Worte
- Die Obergrenze für gesprochene Sätze liegt bei sieben bis 14 Worten
- Die Obergrenze des Erwünschten liegt bei der Deutschen Presseagentur bei 20, die Obergrenze des Erlaubten bei 30 Worten.

Vermeide Stilblüten

Vermeide in Deinen Texten sogenannte Stilblüten. Dies gelingt am einfachsten, indem wir andere unseren Text lesen lassen. Dann kann so etwas eher nicht passieren:

- „160 Häftlinge warten auf den „Tag der offenen Tür“ (Hamburger Abendblatt)
- „Als er den Verlust bemerkte, war der Fotoapparat weg“ (Westfalenblatt)
- „Arm im Gips: das ist kein Beinbruch“ (Bunte)
- „Auch unsere dritte Tochter ist ein Mädchen“ (Weser Kurier)
- „Prognosen sind immer schwierig, vor allem wenn sie in die Zukunft gerichtet sind“ (?)

Vor dem Absenden von Texten:

Prüft:

- Ist die Presseinformation angemessen und sinnvoll?
- Ist die Darstellung allgemein und schnell verständlich?
- Entspricht die Schlagzeile den Inhalten?
- Sind die Inhalte kurz und sachlich?
- Fasse Dich kurz: Ein Gedanke – 15 Worte – ein Satz (maximal ein Nebensatz)!
- Sind Hintergrundinformationen nötig?
- Werden Fachausdrücke erläutert (Abkürzungen vermeiden, kein „Befehlsschema“, kein Vorschriftendeutsch!
- Sind Adresse, Telefonnummer, Fax, Email, URL für Rückfragen angegeben?
- Wer ist der Autor, wer der Ansprechpartner?
- Personen immer mit Vorname und Nachname (Ausnahme?)!
- Dienstgrad oder Funktion dabei (Hauptfeuerwehrmann Otto Meier, Kreisbrandmeister Julius Schmidt ...)?
- Zahlen von Eins bis Zwölf werden ausgeschrieben!
- Jeder Absatz muss eine sinnvolle Einheit bilden!
- Das Wichtigste zuerst (gekürzt wird rückwärts)!
- Sind wörtliche Zitate eingearbeitet?
- Haben sich Füllwörter und Doppelungen eingeschlichen?

- Nutzt das Rechtschreibprogramm Eures Computers
- Druckt Texte zur Kontrolle aus
- Lasst Euren Beitrag von einer anderen Person gegenlesen

Einstieg/Vorspann bei längeren Beiträgen

Nutzt die chronologische Darstellungsform:

Das Wichtigste muss im ersten Satz vorweg genommen werden. Das ist notwendig, schon um den Lesern die Auswahl unter den Hunderten von Nachrichten zu erleichtern, die ihnen täglich angeboten werden.

Der Einstieg hat das Wesentliche zu sagen. Dann kann der Leser entscheiden, ob er mehr darüber wissen will, ob ihm das Thema interessant erscheint oder nicht.

Das Wichtigste vorweg ist auch die natürliche Erzählweise.

Bei Reportagen und Features sollte nicht mit drögen Formulierungen begonnen werden („Bei der Jahreshauptversammlung des.....“). Diese Stilformen zeichnen sich durch eine lebendige Schreibweise aus. Zur Einleitung sollte ein „Bild“ beim Leser erzeugt werden. Dies geschieht durch die Schilderung einer Situation oder eines Vorganges (siehe Beispiele).

Zu den schwierigsten journalistischen Stilformen gehört das Interview. Dieses erfordert eine umfangreiche und saubere Vorbereitung. Die Interviewten müssen mit geschickten Fragen zu Aussagen bewegt werden, die für den Leser von Interesse sind. Nur so kann die Selbstdarstellung des Interview-Partners verhindert werden. Es empfiehlt sich, das Interview auf Band aufzunehmen. Das fertig geschriebene Interview soll dem Interview-Partner zur Autorisierung vorgelegt werden. Damit können spätere Äußerungen, wie „das hab´ ich nicht gesagt“, oder „das habe ich anders gemeint“ vermieden werden.

Bleibt immer bei der Wahrheit! Solltet Ihr keine Informationen zu bestimmten Vorgängen liefern können oder dürfen, so sagt dies offen. In unserer Zeit kommen alle Unwahrheiten ans Licht und nichts ist schlimmer als in einer Funktion als Pressereferent oder Feuerwehrführer unglaubwürdig zu werden.

Äußert Euch schriftlich und mündlich nur zu Dingen Eures Aufgabenbereiches. Gerade bei Katastrophen und Unfällen sind oftmals die Pressestellen anderer Behörden und Organisationen zuständig. Äußert Euch nicht zu Dingen, die Ihr nur vom Hörensagen kennt. Lasst Euch nie auf Gerüchte, Vermutungen und Spekulationen ein. Auch die Kritik an der Feuerwehr, Kameradinnen und Kameraden, sowie anderer Organisationen ist nicht Eure Aufgabe.

Aus Glaubwürdigkeitsgründen müssen jedoch bestätigte Sachverhalte und auch negative Fakten eingeräumt werden.

Vorsicht bei Formulierungen:

Falsch: „Brandstiftung kann nicht ausgeschlossen werden.“

Richtig: „Polizei und Brandschutzprüfer ermitteln.“

Falsch: „Der Fahrer des Unfallwagens war möglicherweise zu schnell.“

Richtig: „Die Polizei ermittelt über die Ursachen des Unfalls.“

Schreibt kurze und leicht verständliche Sätze. Abkürzungen dürfen nur genutzt werden, wenn sie beim ersten Mal ausgeschrieben wurden. Beispiel: Kreisfeuerwehrverband (KFV).

Fremdworte sind ebenso wie Fachchinesisch zu vermeiden. Zahlen von eins bis zwölf werden ausgeschrieben. Ständige Einschübe in Gedankenstrichen oder Klammern und viele Abkürzungen sind leserunfreundlich und weitgehend zu vermeiden.

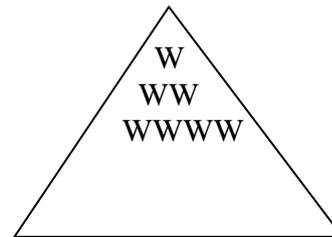
Eine gute Nachrichtensprache vermeidet schwerfällige Wörter und Formulierungen.

Ziel: Die Beiträge müssen von jedem Bürger problemlos gelesen werden können.

Oben das Schwergewicht, der Höhepunkt, dann Dinge von zweitrangigem Interesse, schließlich die Einzelheiten. Dieses Bild hat sich bis heute erhalten, jeder Neuling lernt es in Handbüchern der Zeitungsarbeit kennen.

Die Einleitung / der Vorspann

Die Spitze: Das ist das Wichtigste, die hervorragende Einzelheit, die in den ersten Satz gepackt wird. Sie ist der Donnerschlag, der Gag, die überraschende Information, die interessante Neuigkeit, der Kern, die Essenz der Story: „Man hat mir die Brieftasche geklaut“. Dann erst geht der Bericht in die Breite der Details.



Im besten Falle beantwortet das Lead alle der berühmten „Ws“: Wer? Wann? Wo? Was? Warum? Wie?

Warum soll im Vorspann nicht auf ein „W“ verzichtet werden, das zwar erwähnt werden muss, aber im Grunde unwichtig ist? Beispielsweise auf die Tatsache, dass eine Versammlung im Nebenzimmer des Hotels „Post“ stattgefunden hat? Warum soll man das nicht ins Innere oder ans Ende der Geschichte, zu den Details stecken?

Es gibt noch einen anderen Grund, die W-Pyramide umzubauen: die Überschrift. Mit Vor- und Unterzeilen erzählt sie sehr ausführlich, was manchmal sogar mit den gleichen Worten im Vorspann steht und in der Geschichte selbst vielleicht ein drittes Mal wiederholt wird.

Ist es nicht besser im Vorspann nur eine knappe Inhaltsangabe zu servieren, ein Etikett, das dem Leser sagt, was ihm geboten wird? Oder soll die Einleitung vor allem die erwähnte Seifenspür sein, der Beginn der Rutschbahn hinein in den Bericht? Kann vielleicht sogar bei der Nachricht darauf verzichtet werden, dem Leser im aller ersten Satz schon mit dem Wichtigsten ins Gesicht zu springen?

Gut ist, wenn der erste Satz oder Absatz ein Bild zeichnet. Davon geht immer beträchtlicher Lesereiz aus.

Der Vorspann ist die Geschichte in komprimierter Form. Selten, und nur dann, wenn es dafür einen triftigen Grund gibt, sollte er mehr als einen Satz enthalten.

Der Vorspann ist der Schaukasten der interessantesten Elemente einer Geschichte. Die sollten in der Reihenfolge ihrer Bedeutung aufgeführt werden, gemessen am Interesse der Leser. Bringen Sie das Interessanteste zuerst! Vermeidet es, den Vorspann mit zu vielen Details zu überladen. Eine einfache, anschauliche Feststellung ist gewöhnlich das Beste. Den Einstieg nicht mit Wörtern überladen. Je kürzer der Vorspann, desto besser.

Oberstes Gebot: gute Lesbarkeit

Beispiele Einleitung:

Beispiele für die Einleitung von Reportagen / längeren Beiträgen

Wie ein Korkenzieher zwirbelt sich die Trasse der Rhätischen Bahn von Bergün hinauf nach Preda. Tunnel, Brücken und Viadukte aus grauem Stein fressen sich durch Steilhänge und überspannen tiefe Taleinschnitte. ...

(ADACmotorwelt)

An diesen Schock wird sich ADAC-Mitglied Johannes Schober* noch lange erinnern: Auf der vertrauten Strecke, einer schmalen bayerischen Landstraße, kommt ihm in einer lang gezogenen Rechtskurve ein Lkw entgegen. Instinktiv weicht er nach rechts aus: Mit einem heftigen Schlag knallt sein Wagen in die 15 Zentimeter tiefe Seitenbankette. ...

(ADACmotorwelt)

Die Nase läuft, der Kopf brummt, der Husten quält – Erkältung hat jetzt Hochsaison. So lindern Sie rasch Ihre Beschwerden. ...

(Apotheken Umschau)

Von außen wirkt das weiße Mietshaus im Münchner Stadtteil Allach eher schmucklos und funktional. Innen spielt sich seit vier Jahren ein kleines Experiment ab: 24 Bewohner, der älteste 81 Jahre alt, der jüngste im November 2004 geboren, leben in einer Generationen-Hausgemeinschaft zusammen. ...

(Apotheken Umschau)

Das Klingeln des roten Telefons im Notfallzentrum des Klinikums Ingolstadt ist das Startkommando. Der Wettlauf um Leben und Tod beginnt. Am anderen Ende der Leitung ist die Rettungsleitstelle. Sie kündigt einen Schwerverletzten an: Das „Polytrauma“, wie es im Krankenhausjargon heißt, wird in wenigen Minuten eintreffen. ...

(Apotheken Umschau)

Schock! Da! Da vorne! Der kommt voll auf mich zugerast! Was ... soll ... ich ... denn ... jetzt ... nur ... tun?

„Wer schon einmal einen drohenden Autounfall oder etwas Ähnliches miterlebt hat, weiß, dass alles wie in Zeitlupe abläuft“, sagt Diplom-Chemiker W. S. ...

(Apotheken Umschau)

Die vier jungen Männer fallen kaum auf in der Fußgängerzone. Ab und zu drücken sie einem Passanten mit freundlichem Lächeln ein Flugblatt in die Hand – was die Herren auf der Hohen Straße in Köln treiben, wirkt so harmlos wie Spendensammeln für Hungernde in Afrika. Doch die Aktion ist Teil einer politischen Strategie, die nordrhein-westfälische Verfassungsschützer derzeit beunruhigt. ...

(Der Spiegel)

Noch vor einem Jahr verbrachte Liu Haitao, 25, seine Freizeit in Karaoke-Bars oder mit seiner Freundin. Inzwischen hat er das Karaoke-Singen aufgegeben, und auch eine Freundin hat er nicht mehr.

Liu lebt nur noch für die Börse – für den Traum, reich zu werden. ...

(Der Spiegel)

Draußen, vor der riesigen Fensterwand, erstrecken sich die verschneiten Wiesen bis zum Wendelstein, dessen Felsspitze, von der Abendsonne erleuchtet, in den weißblauen Himmel ragt. Drinnen, hinter dem hölzernen Tresen, steht der Wirt in Jeans, ...

(Der Spiegel)

Nach zehn Monaten auf dem Trockenen hat ein bei Schnackenburg gestrandetes Schiff wieder Wasser unter dem Kiel. Mit einem mehrtägigem Großeinsatz gelang es dem Technischen Hilfswerk (THW) den polnischen Frachtkahn...

(112info)

Kein Protest, keine Schlägerei, keine Demonstrationen – die Raucher sind in Hamburg friedlich ins neue Jahr gestartet. „Keiner hat, soweit wir wissen, die Polizei wegen des Rauchverbotes gerufen. Auseinandersetzungen sind uns nicht bekannt...

(Hamburger Abendblatt)

Der Monat Oktober bringt für das Heer grundlegende Veränderungen mit sich – insbesondere für den niedersächsischen Standort Munster. Dort entsteht mit dem neuen Ausbildungszentrum Munster eine zentrale Ausbildungsstätte für mehrere Truppengattungen... (aktuell)

Mit selbstbewussten Wahlsprüchen wie „Deutschlands starke Mitte“ oder „Willkommen in der Denkfabrik“ macht der Freistaat Thüringen auf sich aufmerksam. Das Land in der Mitte der Bundesrepublik hat auch viel zu bieten: ...

(Intranet Bundeswehr)

In der ersten Nacht auf See ist es an Bord der Donau stockdunkel. Nur die Positionslampen machen das Schiff auf seiner Fahrt durch die Nordsee erkennbar. Erst am Morgen werden die Deckel der Bullaugen wieder geöffnet, das Tageslicht kann in die Kammern und Messen dringen...

(Internet Bundeswehr)

Der Offizier packt den Waffenträger Wiesel an der linken Frontseite und hebt ihn gut einen Meter in die Höhe. Dann lässt er das tarngefleckte Fahrzeug los. Es schlägt leise auf den Boden und federt heftig zurück. Hauptmann Carsten Stephan ist nicht etwa gedopt – das Gefechtsfahrzeug ist aus Gummi. ...

(Internet Bundeswehr)

Der Weg in die Vergangenheit führt über eine Großbaustelle. Vom Hauptgebäude des Militärgeschichtlichen Museums (MHM) der Bundeswehr in Dresden steht zum Teil nur noch die Fassade. Der Abschluss der Um- und Ausbauarbeiten ...

(aktuell)

Für Soldaten aus Kabul ist Termez ein Paradies, Besucher aus Deutschland sehen dagegen meist nur den zerschlissenen Charme des Sozialismus der 60er Jahre. So unterschiedlich kann eben die Sicht der Dinge sein....

(Intranet Bundeswehr)

Was heißt Verständlichkeit?

Versteht Ihr folgenden Satz auf Anhieb? „Denn er wusste nicht, was er tat: Der amerikanische Filmschauspieler James Dean ist stolz auf seinen neuen Porsche und fährt vor bei der bildhübschen jungen Kollegin Ursula Andress, dem Fräuleinwunder aus der Schweiz, das später, als schaumgeborene Nixe aus dem Meer steigend, Ruhm in einem James-Bond-Thriller ernten durfte.“ (Spiegel)

Versteht ihr nachfolgenden Satz auch der Nichtfachmann?

„So wurde der Wannenboden mit einer adaptiven Schutzplatte verschweißt und der gesamte Innenraum rekonfiguriert.“

Jahreshauptversammlung u.a.

- Veranstaltungen wie Jahreshauptversammlungen sind in der Regel für Außenstehende nicht besonders prickelnd. Bewahrt die Redaktion und die Leser deshalb vor uninteressanten Informationen und schreibt nur das Wesentliche. Denkt darüber nach, was Ihr Eurem Partner nach Rückkehr von der Veranstaltung erzählen würdet. Damit habt Ihr den Inhalt Eures Beitrages.

Grundsätze:

- Schreibt einen Zeitungsbeitrag und kein Protokoll
- Haltet nur fest was wirklich berichtenswert ist
- Überlegt, was für die Leser interessant sein könnte
- Lasst weg, was eher internen Charakter hat
- Falls die Kasse erwähnt wird müssen Zahlen genannt werden: Einnahmen und Ausgaben unterliegen nicht der Geheimhaltung. Dabei sind Rundungen erlaubt. Die Entlastung des Vorstandes/Kommandos ist die Regel, deswegen kann sie unerwähnt bleiben. Sollte die Versammlung jedoch die Entlastung verweigern, ist das ein ungewöhnlicher Vorgang und muss zwingend am Beginn des Textes stehen.
- Alle Punkte zu erwähnen ist unmöglich
- Beförderungen werden i.d.R. erst ab 1. Hauptfeuerwehrmann veröffentlicht
- Verzichtet auf Tricks, z.B. einen neuen Oberfeuerwehrmann in einer Gruppe höherer Beförderter abzulichten und damit in die Zeitung zu hieven. Dies kommt in der Redaktion nicht gut an, da andere Feuerwehrkameraden davon Ansprüche ableiten.
- Spendenaktionen von Personen finden meist ab 500 € mit Foto ihren Platz in der Zeitung. Bei niedrigeren Summen erfolgt die Veröffentlichung ohne Bild
- Bei Unternehmensspenden liegt diese Grenze (Text und Bild) bei 750 €.
- Außergewöhnliches/das Wichtigste gehört an den Beginn. Dabei kann es sich um Wichtiges, aber auch Originelles handeln
- Beantwortet folgende Fragen:
 - Wer hat was gemacht?
 - Warum? (Anlass des Berichts: Die Jahreshauptversammlung)
 - Wann? (Tag der Versammlung)
 - Wo? (Versammlungsort)

Was wurde behandelt? (also alles berichtenswerte)

- Bei Versammlungen kommt es des Öfteren auch zur Kritik. Diese sollte keinesfalls verheimlicht werden. Kritische Beiträge sprechen sich ohnehin binnen kurzer Zeit herum, außerdem sind sie ein Zeichen für die aktive Beteiligung der Mitglieder. Geht also offensiv mit Kritik um! Es empfiehlt sich auch bei Kritik den Lesern das Für und Wider, also die unterschiedlichen Argumente, verständlich zu schildern.
- Berücksichtigt bei der Textlänge die Bedeutung Eurer Feuerwehr. Eine Schwerpunkt – oder Stützpunktfeuerwehr spielt nun einmal in der Öffentlichkeit eine größere Rolle als eine normale Ortsfeuerwehr mit Grundausstattung.
- Eine Textlänge von 100 Druckzeilen, das sind rund 3000 Zeichen ohne Leerzeichen, bilden bei Jahreshauptversammlungen in der Regel die Obergrenze.
- Diese Textlänge ist keine Pflicht, auch hier gilt: Fasse Dich kurz!
- Sollte im Ausnahmefall eine umfangreichere Berichterstattung notwendig werden, empfiehlt es sich, mehrere Berichte zu bestimmten Einzelthemen zu schreiben.

Der veröffentlichte Bericht

Kaum eine Zeitung wird unsere Beiträge völlig unverändert veröffentlichen. Dies kann vielfältige Gründe haben. Vor allem für unerfahrene Pressereferenten empfiehlt es sich, seinen Text mit dem in der Zeitung zu vergleichen. Das ist in der Regel hilfreich und nicht ohne Lerneffekt.

Wenn wir uns über veränderte Berichte ärgern sollten wir daran denken, dass Medien nicht das verlängerte Sprachrohr der Feuerwehren sind. Sie sollen nicht Einzelinteressen befriedigen sondern die Leser bzw. Zuhörer und Zuschauer möglichst umfassend aus allen Bereichen des Lebens informieren.

Sollten sich durch das Redigieren in der Redaktion Fehler in den Beitrag geschlichen haben ist das in der Regel nicht so schlimm. Vor einer Reaktion von Seiten der Feuerwehr bzw. des Pressereferenten ist immer **die** Frage zu stellen: Schadet uns das?

Sachliche Fehler werden meist nur von Feuerwehrangehörigen bemerkt. Deswegen sollte auf sogenannte Gegendarstellungen und Leserbriefe verzichtet werden, denn damit wird eine Sache nur am köcheln gehalten. Falls nötig erscheint ein ruhiges Gespräch mit dem zuständigen Redakteur sinnvoller.

Pressefotos

Fotos sind selbst Nachrichten oder illustrieren diese. In der Regel wirken sie als „Eye catcher“, d.h., dass sie die Aufmerksamkeit des Lesers auf die Zeitung bzw. den Beitrag lenken sollen.

Fotos sind Informationsquellen über Personen, Handlungen, Zusammenhänge, Ausrüstung und v.a.m. Sie können aber auch Zeitdokumente für Ereignisse wie Einsätze, Übung und Ausbildung sein. Sie dienen damit der Textergänzung.

Fotos eignen sich hervorragend zur Verdeutlichung komplizierter Zusammenhänge oder unfassbarer Vorgänge. Bilder können darüber hinaus die Zeitgeschichte festhalten.

Pressefotos sind keine Bestätigungen einfacher Meldungen oder Alibifotos für den Schreiber. Sie sollen nicht Seiten sinnlos füllen oder Souvenurfotos für Familienalben sein. Gute Fotos sind wahr, hautnah, steigern die Auflage und bleiben in Erinnerung (wer kennt nicht das Foto des flüchtenden Uniformierten beim Mauerbau in Berlin oder die Aufnahmen der auf der Mauer tanzenden Menschen 1989?) Fotos müssen einfach und verständlich sein. Sie zeigen nur ein Hauptmotiv und beschränken sich auf das Wesentliche.

Wir vermeiden insbesondere Fotos von Toten und Verletzten. Hierbei sollten wir auch auf unsere Kameraden einwirken, da die Gefahr besteht, dass Einsatzkräfte mit Foto-Handys oder Kleinkameras solche Aufnahmen machen, die dann den Weg in die Medien finden.

Wir sorgen dafür, dass der Einsatzleiter/die eingesetzten Kräfte Verletzte und Tote gegen Blicke und Fotos abschirmen (Sichtschutz wie Decken...).

Beim Interview-Foto (Portrait) ist es wichtig, viele Gesten einzufangen. Denn bei diesen Aufnahmen handelt es sich nicht um Passbilder, sie sollen im Gegenteil das Gesagte unterstreichen. Durch das Vorlehnen des Oberkörpers und dem Blick von unten nach oben entsteht Vertrauen. Außerdem vergrößert dieser Blickwinkel die Augen und macht Hals sowie Bauch schlank. Misstrauen entsteht durch das Zurücklehnen des Gegenüber und die Perspektive von oben nach unten. Dies macht die Augen kleiner, den Rest dicker.

Bilder sind Botschaften: Ein verstorbener Politiker wurde von einem Sender im gutsitzenden Anzug als lächelnder Landesvater gezeigt. Eine andere Anstalt zeigte ihn in Großaufnahme mit verschwitztem Gesicht. Durch diese Art der Präsentation wurde er entweder positiv oder negativ wahrgenommen. Das bedeutet für uns, dass wir mit Fotos - gewollt oder ungewollt – Botschaften übermitteln. Wir müssen also darauf achten, dass unsere Bilder unsere Texte unterstreichen und nicht etwas anderes aussagen.

Bei allem Beweglichen und Lebendigen gilt: Niemand darf aus der „Zeitung laufen“. Dies vermeiden wir, in dem wir der Redaktion Motive mit unterschiedlicher Bewegungsrichtung schicken.

Vermeide „Grigrus“ (Grinsende Gruppen). Wir in der Feuerwehr haben alles, was gute Fotos brauchen: Menschen, Großgerät und Action. Einheitlich in die Kamera grinsende Personengruppen (auch mit Scheck, Pokal, Fahne und Urkunde) sind nichts anderes als langweilig. Wir sollten die Übersendung solcher Bilder auf das Notwendigste beschränken.

Achtet bei der Übersendung von Fotos, wenn immer möglich, auf folgende Punkte:

- Fotos für Medien immer ohne Datum-/Zeitgruppe, denn diese macht Bilder oft unbrauchbar
- Werden die Sicherheitsbestimmungen eingehalten?
- Sitzt die Uniform (Krawatte, Knöpfe zu,)?
- Stimmt das sonstige Aussehen (Frisur....)?
- Sind die Augen offen?
- Steht jemand mit dem Rücken zur Kamera?
- Schaut jemand gelangweilt?
- Sind alkoholische Getränke (Bierflaschen, Kurze....) abgebildet?
- Stimmt der Hintergrund (Eingangstür WC, reflektierende Glasschränke...)?

Digitales Fotomaterial sollte in der höchsten Qualitätsstufe angefertigt und unbearbeitet an die Redaktion geschickt werden. Zu jedem Bild gehört eine Bildbeschreibung, die folgendes beinhalten muss:

- Information zu welchem Bericht das Foto gehört
- Vorname und Name des Fotografen
- Wen oder was stellt das Foto dar (nicht, was der Betrachter sowieso sieht!)
- Bei Gruppenaufnahmen die vollen Namen der gezeigten Personen von links nach rechts (v.l.n.r.)
- Bei Archivbildern auch den Zeitpunkt der Aufnahme (unser Archivbild zeigt den ehemaligen Gemeindebrandmeister Sebastian Gräulich bei seiner Verabschiedung im Jahre 1998)

Wenn etwas schief gelaufen ist

Trotz Eurer sauberen Berichterstattung können sich in der Redaktion in die Beiträge Fehler einschleichen. Dann gilt es, ruhig Blut zu bewahren und zu überlegen, ob und in welcher Form Ihr tätig werden müsst.

Stellt Euch grundsätzlich die Frage: Schadet uns das? Wenn der Fehler keine Schaden anrichtet, vergesst es ebenso wie die fachfremden Leser, die den Fehler ohnehin nicht bemerkt haben dürften.

Falls Ihr bzw. Euer Feuerwehrführer es für notwendig erachtet tätig zu werden, entscheidet Euch für das richtige Mittel.

Das Gespräch:

Sprecht telefonisch oder von Angesicht zu Angesicht mit dem zuständigen Redakteur. Junge oder neue Journalisten könnt Ihr durchaus zu einem Treffen einladen, um sie für Eure Wehr zu interessieren und Informationen zu vermitteln.

Der Leserbrief:

Der Leserbrief ist die beste Form, Dinge ins richtige Licht zu rücken, die unserer Meinung nach falsch dargestellt worden sind. Leserbriefe tun weder der Redaktion weh, noch müssen wir den juristischen Weg beschreiten. Sie verursachen keine Kosten und sind damit auch ohne Risiko.

Folgende Regeln sind zu beachten:

- Es besteht kein Rechtsanspruch auf die Veröffentlichung eines Leserbriefes
- Leserbriefe können gekürzt werden (haltet Euch also an die übliche Länge)
- Im Zorn verfasste Leserbriefe sollten eine Nacht liegen bleiben und dann mit klarem Kopf geprüft und ggf. abgeschickt werden.

Die Gegendarstellung:

Der Anspruch auf Gegendarstellung räumt dem von einer Veröffentlichung Betroffenen das (einklagbare) Recht ein, in dem betreffenden Medium den Sachverhalt aus eigener Sicht darzustellen. Dieses Recht haben natürliche Personen, aber auch Vereine, Firmen oder Behörden und damit auch wir als Feuerwehr.

Gegendarstellungen sind bei Redaktionen nicht sehr beliebt, denn durch sie entsteht der Eindruck, das Medium habe die Unwahrheit berichtet. Der durchschnittliche Leser weiß nicht, dass Gegendarstellungen nicht wahr sein müssen obwohl Anspruch auf Veröffentlichung besteht.

Wenn Ihr Euch im absoluten Ausnahmefall zu einer Gegendarstellung entschließt, müsst Ihr eine ganze Anzahl von Rechtsvorschriften beachten. Aus diesem Grund empfiehlt es sich den Rat eines Anwalts zu suchen. Denn wenn die Gegendarstellung nicht den presserechtlichen Vorschriften entspricht, wird sie in der Regel von den Redaktionen mit einem entsprechenden Hinweis zurück geschickt. Diese sind allerdings nicht verpflichtet die Fehler genau zu bezeichnen.

Zu den wesentlichen Bestimmungen gehören:

- Gegendarstellungen haben schriftlich zu erfolgen
- Sie müssen vom Betroffenen selbst unterschrieben werden
- Adressat ist der Verlag, keine Personen wie Verleger oder Redakteure
- Der Abdruck der Gegendarstellung muss unverzüglich nach der beanstandeten Veröffentlichung verlangt werden.
- Zur Gegendarstellung kommt es nur bei Tatsachen, nicht bei Meinungsäußerungen, z.B. bei Kommentaren, Glossen
- Der Umfang der Gegendarstellung darf nicht länger als der beanstandete Artikel oder dessen Teile sein.
- Die Gegendarstellung darf nicht offensichtlich unwahr sein.
- Der Betroffene muss ein berechtigtes Interesse an der Gegendarstellung haben. Sollte die Redaktion von sich aus die beanstandeten Passagen schon richtig gestellt haben hat sich diese erledigt.
- Durch den Abdruck der Gegendarstellung entstehen keine Kosten.
- Die Redaktion kann ihrerseits an Eure Gegendarstellung Bemerkungen anhängen (Beispiel: die Redaktion bleibt bei ihrer Darstellung...)

Bevor Ihr also eine Gegendarstellung auf den Weg bringt, solltet Ihr auf jeden Fall das Für und Wider und die Risiken abwägen.

Presserecht

Die Presse in der Bundesrepublik Deutschland erfüllt mit ihrer Arbeit eine öffentliche Aufgabe. Sie beschafft und verbreitet Nachrichten, nimmt Stellung, übt Kritik und wirkt damit an der Meinungsbildung mit (siehe Niedersächsisches Pressegesetz, § 3).

Die Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen (§ 4). Das heißt für uns, dass wir in der Auskunftspflicht gegenüber den Medien stehen. Diese Auskünfte können nur verweigert werden, soweit

- durch sie die sachgemäße Durchführung eines schwebenden Verfahrens vereitelt, erschwert, verzögert oder gefährdet werden könnte.
- Vorschriften über die Geheimhaltung gegenüber stehen
- Öffentliches oder ein schutzwürdiges privates Interesse verletzen würde
- Ihr Umfang das zumutbare Maß überschreitet.

Allgemeine Anordnungen, die Auskünfte an die Presse verbieten, sind unzulässig.

Das Presserecht billigt allen Menschen, die nicht im Blickpunkt des öffentlichen Interesses stehen, das „Recht am eigenen Bild“ zu.

Beispiel:

Wenn ein wichtiger Funktionsträger eine Rede hält, stellt er sich selbst in die Öffentlichkeit und kann ohne ausdrückliche Einwilligung fotografiert und das Foto auch abgedruckt werden. Wenn er aber sturztrunken nach Hause wankt, ist er rechtlich vor solchen Schnappschüssen geschützt.

Das Recht am eigenen Bild gilt natürlich auch für Feuerwehrangehörige, denn es gehört zum „Allgemeinen Persönlichkeitsrecht“ und ist damit Teil des Grundrechts auf Menschenwürde und freie Entfaltung der Persönlichkeit.

Bilder von absoluten Personen der Zeitgeschichte (z.B. Träger höherer politischer Ämter...) dürfen grundsätzlich ohne Einwilligung veröffentlicht und verbreitet werden. Das kann aber auch für ganz normale Feuerwehrleute gelten. Und zwar dann, wenn sie im Rahmen von Einsätzen als Lebensretter oder Hilfeleistende kurzzeitig zu „relativen Personen der Zeitgeschichte“ werden. Auch hierbei ist keine Genehmigung zur Veröffentlichung von Fotos notwendig. Allerdings muss ein enger Zusammenhang zwischen der Person und dem Ereignis bestehen.

Um Probleme zu verhindern empfiehlt es sich immer, die Person zu fragen, ob die Bilder veröffentlicht werden dürfen. Wenn diese wissen, dass der Fotograf für die Presse arbeitet (also auch die Pressereferenten der Feuerwehr), ist von einer stillschweigenden Einwilligung auszugehen.

Einer Einwilligung bedarf es auch nicht, wenn eine Person nur als Beiwerk oder zur Belebung eines Bildes neben

- eines Fahrzeuges/Gerätes
- eines Gebäudes/Liegenschaft
- Landschaft

fotografiert wird. Bloßes Beiwerk heißt, dass die Person auf dem Bild verzichtbar war.

Bei Menschenmengen gilt, dass sich die einzelne Person nicht aus der Masse herausheben darf. Das gilt z.B. für

- Einsätze
- Übungen
- Ausbildung
- Antreten größerer Verbände
- u.a.m.

Bilder von zwei oder drei Feuerwehrleuten können jedoch wegen der geringen Anzahl (keine „Menschenmenge“) nicht ohne Einwilligung verbreitet und veröffentlicht werden.

Die publizistischen Grundsätze (Pressekodex) des Deutschen Presserates haben auch für uns Geltung. Wir sollten besonders folgende Punkte beachten:

- Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberstes Gebot.
- Die Presse achtet das Privatleben und die Intimsphäre des Menschen
- Die Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen findet ihre Grenze im Respekt vor dem Leid von Opfern und den Gefühlen von Angehörigen. Die vom Unglück Betroffenen dürfen grundsätzlich durch die Darstellung nicht ein zweites Mal zum Opfer werden.

Pressemappen

Bei größeren Ereignissen und Veranstaltungen empfiehlt sich die Erstellung von Pressemappen. Dabei kommt es in Umfang und Inhalt auf das spezielle Ereignis und die darüber berichtenden Journalisten an. So müssen beispielsweise Medienvertreter aus dem Landkreis nicht über Fakten wie Bevölkerungszahl und Eigenheiten der Region unterrichtet werden.

Inhalt einer Pressemappe bei Veranstaltungen:

- Anlass und Inhalt der Veranstaltung
- Vorstellung der wesentlichen beteiligten Personen (Vita)
- Wesentliche Gäste
- Größe und Aufgabe der Organisation (Wehr, Verein...)
- Weitere Zahlen und Fakten
- Geschichte der Organisation
- Reden in schriftlicher Form
- Fotos (auf CD)

Diese Aufzählung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, weniger kann jedoch mehr sein. Die Erfahrung zeigt, dass Journalisten nach wie vor diese Informationen lieber in gedruckter als in elektronischer Form haben wollen.

- Vita der wesentlichen Personen (tabellarische Vorstellung der Person mit Bild) siehe Beispiel
- Grafiken, Schaubilder, Statistiken
- Beteiligte Feuerwehr(en): Personal, Ausstattung, Art (Feuerwehr mit Grundausstattung...), Geschichte
- Pressemitteilung mit wesentlichen Informationen und Hintergrundmaterial
- Fotos mit Bildbeschreibungen, auch als CD möglich
- Gegebenenfalls Referate bzw. Reden in schriftlicher Form
- Ggf. Hinweise auf Termine und Veranstaltungen sowie weitergehende Informationen zur behandelten Thematik

Ob Pressemappen zu Beginn oder am Ende einer Veranstaltung ausgegeben werden ist fast eine Glaubensfrage. Ich empfehle die Übergabe der Mappen an die Journalisten zu Beginn.

Veranstaltungen

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sollte rechtzeitig auf Veranstaltungen hingewiesen werden. Dies kann im Einzelnen geschehen durch:

- Vorbericht in Zeitungen / Anzeigenblättern, Radio, Internet
- Veranstaltungshinweis in Zeitungen / Anzeigenblättern, Radio, Internet
- Kostenfreie Rubrik zu Veranstaltungen in den Tageszeitungen am Veranstaltungstag / Wochenende
- Vergesst dabei nicht den eigenen Internetauftritt (Kreisfeuerwehrverband / Gemeinde....)

Auswertung der Pressearbeit nach Einsatz / Veranstaltung:

- Zeitnahe Auswertung
- Ergebnisse festhalten
- Personal und Gerät nachfordern
- Personal aus- und weiterbilden
- Kontakt zu den Journalisten halten (falls von Vorteil)
- Verbesserung und Erweiterung von Listen, Vordrucken... sofort in Angriff nehmen
- Verbesserte Handakte, CD erstellen und für die nächsten Veranstaltung / Einsatz bereithalten
- Bei längeren „Pausen“ zwischen Veranstaltungen und Einsätzen zwischendurch die Aktualität der Vorbereitung (Personal, Telefonnummern...) prüfen

Wichtige Email Adressen:

| | |
|----------------------------------|---|
| Elbe-Jeetzel- Zeitung: | <u>redaktion@ejz.de</u> |
| Kiebitz: | <u>Kiebitz@EJZ.de</u> |
| Generalanzeiger: | <u>redaktion.ga-lue@generalanzeiger.de</u> |
| Hallo Nachbar: | <u>redaktionPCH@hallo-nachbar-online.de</u> |
| Webmaster Kreisfeuerwehrverband: | <u>webmaster@kfv-dan.de</u> |
| Feuerwehrjournal: | <u>scholzverlag@gmx.de</u> |
| Radio Florian ZuSa: | <u>redaktion@florian-zusa.de</u> |
| Kreispressereferent: | <u>johann-fritsch@web.de</u> |

Jeder Pressewart/-referent sollte sich für seinen eigenen Bereich eine Aufstellung über alle wesentlichen Medien und Ansprechpartner erstellen.

Diese Arbeitshilfe erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie ist den jeweiligen Gegebenheiten anzupassen

Arbeitshilfe

für die Pressearbeit bei Katastrophen und Großschadensereignissen

1.a Was sind Katastrophen?

Katastrophen sind schwerwiegende Veränderungen der Verhältnisse, die mit den gewohnten Mitteln nicht bewältigt werden können.

Arten: -Nukleare Katastrophen

-Katastrophen durch chemische Stoffe

-Seuchen

-Datennetzbezogene Katastrophen

-Elektromagnetisch ausgelöste Katastrophen

-Katastrophen durch die Freisetzung mechanischer bzw. thermischer Energie

Beispiele: Katastrophen in der -Luftfahrt

-Raumfahrt

-Seefahrt

-Binnenschifffahrt

im -Schienenverkehr

-Straßenverkehr

und -Naturkatastrophen

1.b Was sind Großschadenslagen?

Großschadenslagen sind schwere Unglücke mit einer Vielzahl von Verletzten / Erkrankten und/ oder Toten. Am Schadensort ist keine ausreichende und funktionierende Infrastruktur zur Bewältigung der Situation vorhanden. Vor allem kurz nach dem Ereignis herrscht ein Missverhältnis zwischen den erforderlichen Einsatzkräften und den Helfern vor Ort. Für einen gewissen Zeitraum kann die normale individuelle medizinische Versorgung der Opfer nicht sichergestellt werden.

Bsp.: -A-/B-/C-Unfälle

-Flugzeugabstürze

-Bahnunfälle

-Verkehrsunfälle

2. Mit welchen Katastrophen/ Großschadenslagen müssen wir in unserem Landkreis rechnen?

Katastrophen: -Waldbrände
-Hochwasser
-Sturm
-Schnee
-Tierseuchen
-u.a.m.

Großschadenslagen durch: -Bahnunfälle
-Binnenschiffsunglücke
-Verkehrsunfälle
-Großbetriebe/ Einrichtungen unterschiedlicher Art

3. Grundlagen für die Pressearbeit bei Katastrophen und Großschadenslagen:

-Niedersächsisches Pressegesetz:

§ 4 Informationsrecht der Presse:

(1) Die Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen

-Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats (Pressekodex):

1. Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse.

8. Die Presse achtet das Privatleben und die Intimsphäre des Menschen...

11.3 Die Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen findet ihre Grenze im Respekt vor dem Leid von Opfern und den Gefühlen von Angehörigen. Die vom Unglück Betroffenen dürfen grundsätzlich durch die Darstellung nicht ein zweites Mal zu Opfern werden.

-u.a.m.

4. Vorbereitungen zur pressemäßigen Bewältigung von Katastrophen und Großschadenslagen:

4.a Personelle Vorbereitungen:

- Liste Pressepersonal erstellen: Vertreter
 Pressebegleiter
 Dokumentation
 Berichterstattung
 Organisator für den „Innendienst“

- Telefonische Erreichbarkeit des Personals
- Verfügbarkeit (Rentner, berufsbedingte Abwesenheit, Schichtdienst...)

4.b Materielle Vorbereitungen

- Fahrzeug(e)
- Kartenmaterial
- Büromaterial
- Band, Klebeband,
- Presseschilder, Ausschilderung Meldkopf...

- Notebook
- Fotoapparat
- Mobiltelefon
- evtl. Faxgerät

- Telefonlisten: Pressepersonal Feuerwehr
 Ansprechpartner für Presse bei anderen Organisationen
 Ansprechpartner für Presse bei Behörden, Kreis, Samtgemeinde
 Liste Medien (Erreichbarkeit Medien/ Journalisten)
 Sonstige wichtige Rufnummern und Kontakte

- Vordruck/ Maske für „Presseeinsatzinformation“ erstellen: Kopf der entsprechenden Feuerwehr

 Erreichbarkeit des Verfassers
 Datum und Uhrzeit des Ereignisses
 Alarmzeit
 Einsatzdauer
 Einsatzort
 Einsatzleiter
 Was ist passiert?
 Welche Maßnahmen wurden ergriffen?
 Wie viele Einsatzkräfte und Fahrzeuge?
 Besondere Ereignisse

- Liste für die Eintragung von Journalisten vor Ort (Vordruck): Medium
 Name(n)
 Erreichbarkeit
 u.a.m.

5. Ablauf der Pressearbeit nach Alarmierung:

- Pressewart muss sofort an den Schadensort
- Informationen sammeln
- Unterstützung anfordern
- Gegenüber der Presse das Ereignis zuerst nur bestätigen

- Meldekopf/Pressezentrum getrennt von der Einsatzleitung aber in räumlicher Nähe einrichten
- Einrichtung ausschildern
- Pressepersonal kennzeichnen
- Interne Verbindungen sicherstellen
- Nur die Nummer des verantwortlichen Pressewartes an die Medien geben
- Personal einheitlich einweisen/ Sprachregelung!
- Schichteinteilung machen
- Prüfen: Akkreditierung und Kennzeichnung der Journalisten notwendig?

- Pressewart/ Vertreter nimmt an jeder Einsatzbesprechung teil
- Abstimmung mit dem Einsatzleiter, welche Informationen, Zahlen, Fakten an die Presse gehen dürfen
- Engen Kontakt zum Einsatzleiter halten
- Abstimmung mit den Sprechern anderer Organisationen und Behörden durchführen

- Alle Medienvertreter gleich behandeln und informieren
- Behinderung der Einsatzkräfte vermeiden
- Gefährdung der Journalisten ausschließen

- Keine persönlichen Bewertungen geben
- Nicht: „Wir schließen xxx nicht aus“ sondern
„Für xxx gibt es keine Anhaltspunkte“
- Keine Mutmaßungen, sondern: „Die Polizei ...hat die Ermittlungen aufgenommen“
- Informationen schriftlich bereithalten
(Dies verhindert Fehler in der Berichterstattung, Schreibfehler und vieles mehr)
- Schriftliche Informationen ständig aktualisieren
- Auf Lageänderungen rasch reagieren und informieren

- Einsatzleiter u.a. für „O-Töne“ und Interviews gewinnen
- Diese Personen vorher einweisen
- Prüfen: Kommt der Gesprächspartner seriös rüber (Aussehen, Anzug...)

- Schriftliche Informationen ohne „Fachchinesisch“ und Abkürzungen schreiben
- Kurz halten
- „Kein Personenkult“
- Sachliche Darstellung des Einsatzes, „Erfolge“ nicht vergessen!
- Also: Was ist passiert?
Wo ist es passiert?
Wann ist es passiert?
Wer war beteiligt?
Welche Maßnahmen wurden getroffen?
Ergebnis der Maßnahmen

6. Pressemappen:

- Aktueller Umfang der Katastrophe / des Unglücks
- Karte / Kartenausschnitt
- Opferzahlen
- Eingesetzte Kräfte
- Einsatzleiter (Vita)
- Erfolge
- Probleme
- Mögliche weitere Entwicklung
- Vorstellung des betroffenen Gebietes
- Auswirkungen des Ereignisses
- Rückschau auf ähnliche Ereignisse
- Weitere Informationen
- Foto auf CD

Auch hier gilt: Weniger kann mehr sein. Gerade in solchen Fällen sollten Informationen mit Behörden und anderen Organisationen abgestimmt werden. Bei Ereignissen von internationaler Bedeutung („Jahrhunderthochwasser“, besonders schweres Unglück) sollten Pressemappen auch in englischer Sprache vorbereitet werden.

7. Auswertung der Pressearbeit nach Katastrophen und schweren Unglücksfällen:

- Zeitnahe Auswertung
- Ergebnisse festhalten
- Personal und Gerät nachfordern
- Personal aus- und weiterbilden
- Kontakt zu den Journalisten halten (falls von Vorteil)
- Verbesserung und Erweiterung von Listen, Vordrucken... sofort in Angriff nehmen
- Verbesserte Handakte, CD erstellen und für den nächsten Einsatz bereithalten
- Bei längeren „Pausen“ zwischen Katastrophen und Großschadenslagen zwischendurch die Aktualität der Vorbereitung (Personal, Telefonnummern...) prüfen

Diese Arbeitshilfe erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie ist den jeweiligen Gegebenheiten anzupassen

Johann Fritsch
Kreispressereferent