

Umgang mit der Presse bei größeren Schadensereignissen **- „Bad news are good news“**

Fr. H. Zebothsen, ServiceCenter Unternehmenskommunikation, Landesbetrieb Krankenhäuser Hamburg

Presserecht (Hamburg)

§3 Aufgaben der Presse:

- Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe: Beschaffung und Verbreitung von Nachrichten, Stellungnahme, Kritik, Meinungsbildung, Bildung

§4 Informationsrecht

- (1) Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse und des Rundfunks die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen.
- (2) Auskünfte können verweigert werden, soweit
 - a. hierdurch die sachgemäße Durchführung eines schwebenden Gerichtsverfahrens beeinträchtigt oder gefährdet werden könnte
 - b. Vorschriften über Geheimhaltung oder Amtsverschwiegenheit entgegenstehen
 - c. ein überwiegend öffentliches oder schutzwürdiges privates Interesse verletzt würde

Pressekodex (Auszüge des Deutschen Presserates)

- bei Unglücksfällen und Katastrophen beachtet die Presse, dass Rettungsmaßnahmen für Opfer und Gefährdete Vorrang vor dem Informationsanspruch der Öffentlichkeit haben
- Opfer von Unglücksfällen oder von Straftaten haben Anspruch auf besonderen Schutz ihres Namens
- die Berichterstattung über Suizide gebietet Zurückhaltung – insbesondere in Bezug auf Namen und Schilderung näherer Umstände

Recht am eigenen Bild

- geregelt wird das Recht am eigenen Bild im Gesetz zum Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und Photographien (KUG)
- Bildnisveröffentlichungen ohne Einwilligung des Abgebildeten sind unzulässig
- Ausgenommen sind „Personen als Beiwerk“ und „absolute und relative Personen der Zeitgeschichte“ - also z.B. Mitglieder von Königshäusern, Politiker, Wirtschaftsmagnaten, Sportler, Schauspieler, Straftäter, Prozessbeteiligte - oder Beteiligte spektakulärer Unfälle, Katastrophen etc. → Der Retter an der Unfallstelle ist eine „relative Person der Zeitgeschichte“!

Verhalten der Einsatzkräfte gegenüber der Presse

- Medien an einem Punkt am Rande der inneren Absperrung konzentrieren
- vor der Presse Klarheit schaffen: Wer ist der Pressesprecher (nur einer!)?
- deutliche Zeit- und Standortansagen für Interviews und deren Einhaltung, Mitteilung der Termine an andere Organisationen (Berufsfeuerwehr etc.)
- Mitgefühl für die Situation zeigen
- Spekulationen vermeiden
- keine Abkürzungen oder Fremdworte verwenden
- Fachleute als Interviewpartner anbieten
- mehr Informationen im Hinterkopf haben als offiziell mitteilen
- bei Kamera-O-Tönen auf Augenhöhe mit dem Kameramann und nicht mit dem Rücken zum Unglücksort stehen

sonstige Möglichkeiten der Einsatzkräfte (Marketing)

- Sprecher und Vermittler nach innen und außen

- Nutzung des bereits bestehenden positive Image der Retter
- z.B.: Präsentation der Jahresbilanz, Tag der offenen Tür, Teddys auf NAW, Internetauftritt, externe Veranstaltungen, Exklusivreportagen, Service-Tipps

Krisenmanagement

- weniger als die Hälfte von Deutschlands 400 größten Unternehmen hat ein funktionierendes Krisenmanagement
- **Vorgehen im Krisenmanagement:**
 - Schaffung interner Krisenstrukturen
 - Es gilt: der Leitsatz „Ruhe bewahren, freundlich bleiben; Türen auf, Hosen runter!“
 - keine Fehler vertuschen, aktives Handeln zeigen
 - nur eine Person ist fester Ansprechpartner
 - rasche Verfügbarkeit dieses Ansprechpartners

Bernhard/Gries
Klinik für Anaesthesiologie
11.04.2002