

## **Vortrag Medienpräsenz und Information bei Großeinsätzen des Bergrettungsdienstes**

Auf Grund der raschen Weiterverbreitung von Unfallsmeldungen ist man heutzutage, wie der Lawinenunfall im Mühlbachtal und die Brandkatastrophe im Kitzsteinhorntunnel gezeigt haben, innerhalb kürzester Zeit mit einer massiven Präsenz aller Art von Medien konfrontiert.

Wegen des immer stärker werdenden Konkurrenzkampfes auf dem Mediensektor – man denke nur an die vielen privaten Fernseh- und Radiostationen – sind die Vertreter dieser Medien natürlich um möglichst rasche und sensationswirksame Weitergabe der Informationen bemüht. Je schneller und spektakulärer der Bericht erfolgen kann, desto höher sind die Einschaltzahlen und damit das wirtschaftliche Ergebnis.

Bei entsprechend groß angelegten Einsätzen werden daher die Mitglieder von Organisationen und Rettungskräften mit einer derartigen Vehemenz befragt, dass zum Teil eine erhebliche Behinderung des Einsatzablaufes stattfindet.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Medien selbstverständlich ein Recht darauf haben, über Geschehnisse von allgemeinem Interesse entsprechend zu berichten. Ein Ausklammern der Berichterstatte ist nicht sinnvoll und auch nicht möglich.

Dabei hängt es sehr stark von den einzelnen Personen ab, inwieweit die Darstellungen zum Unfallgeschehen der Wahrheit entsprechen oder nur mehr in Richtung möglichst höher Einschaltziffern oder Verkaufszahlen gehen. Es ist daher sehr wichtig allen Medienvertretern die gleichen Informationen zukommen zu lassen.

Um dies sicherzustellen ist es unbedingt erforderlich, einige Grundprinzipien einzuhalten:

### 1. Absperren des Einsatzbereiches

Es ist bei Einsätzen der Bergrettung relativ einfach, den Großteil der Medien von der Einsatzstelle fernzuhalten, da sich diese meist in schwer zugänglichen Gelände befindet. Es muß daher in erster Linie darauf geachtet werden, dass eventuell vorhandene Zufahrtswege in Zusammenarbeit mit der Alpingendarmerie so weit gesperrt werden, dass ein Vordringen bis zur Unfallstelle nicht möglich ist.

Bei größeren Einsätzen hat sich jedoch heraus gestellt, dass Medienvertreter mit angemieteten Helicoptern bis zur Unfallstelle vordringen. Wie bei den beiden Anfangs erwähnten Unglücken praktiziert, ist von der Behörde in solchen Fällen ein sofortiges Flugverbot für die betroffenen Täler zu verhängen. Dies ist auch deshalb erforderlich, da sich die bei der Rettung

beteiligten Helicopterpiloten die An- und Abflugkorridore untereinander absprechen und durch nicht informierte Piloten heikle Situationen hervorgerufen werden.

## 2. Räumliche Konzentration der Medien

Bei Großeinsätzen ist in der Regel eine Einsatzzentrale, wo die Einsatzleiter der einzelnen Organisationen zusammentreffen, unerlässlich. Im Bereich dieser Einsatzzentrale muss ein entsprechender Raum für die Berichtersteller geschaffen werden, um diesen Informationen aus erster Hand weitergeben zu können.

Die Weitergabe der Information sollte möglichst durch einen presse- und medienvertrauten Vertreter der Einsatzleitung erfolgen. Im Normalfall ist dies ein Vertreter der jeweiligen Bezirkshauptmannschaft. Damit dieser Vertreter auch über entsprechende Informationen verfügt, haben die Einsatzleiter vor Ort die Aufgabe, diesen in regelmäßigen Abständen die aktuelle Lage mitzuteilen. In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass eine Information via Funktelefon nicht so leicht abgehört werden kann wie die Funkfrequenzen der Rettungsorganisationen.

Es ist bekannt, dass mit entsprechenden Scannern die Frequenzen der Feuerwehr, Bergrettung, Gendarmerie, Rotes Kreuz u.dgl. von den Journalisten mitgehört werden. Ist eine Information nur über Funkgeräte möglich, sollte man Angaben über den Zustand von geborgenen Personen (tot, verletzt) oder die Identität von Personen nicht weitergeben. Ebenso müssen Angaben über vermutete Unfallursachen oder Schuldzuweisungen unterbleiben. Auch Aussagen über unzureichende Ausrüstung von Verunfallten oder schlechte Vorbereitung von Unternehmungen sowie generell Einschätzungen der Ursachen zum Unfallhergang müssen unbedingt unterbleiben.

## 3. Schulung der Auskunftsperson.

Gerade auf die oben angeführten Fragen versuchen Medienvertreter durch gezielte Fragestellung Antwort zu erhalten. Es ist daher unumgänglich, dass Personen, die interviewt werden, geschult sind, und auch wissen, wie einzelne Medien die Antworten aus dem Zusammenhang gerissen wiedergeben.

## 4. Keine widersprüchlichen Aussagen

Weiters muss gewährleistet sein, dass von sämtlichen an dem Einsatz beteiligten Organisationen keine widersprüchlichen Darstellungen des Unfallgeschehens gegeben werden. Dabei sind die Einsatzleiter relativ leicht zu koordinieren. Schwieriger ist die Koordination der am Einsatz direkt beteiligten Einsatzkräfte. Auch hier soll vorab in Schulungen darauf hingewie-

sen werden, dass für Informationen an Medien nur der Einsatzleiter bzw. Pressesprecher der Behörde zuständig ist.

#### 5.Nachbearbeitung durch die Medien

Man muss auch Tage nach einem Unglück damit rechnen, dass Einsatzleiter einem entsprechenden Medieninteresse ausgesetzt sind. Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass es unmöglich ist, dem großen Druck der Presse zu entkommen. Selbst Privatadressen und Telefonnummern sind rasch bekannt und auch die Familie wird in die Geschehnisse involviert.

Auch im eigenen Interesse der einzelnen Einsatzorganisationen, muss deren Vertreter den Medien für Auskünfte zur Verfügung stehen. Die Präsenz in den Medien trägt zur Bekanntheit der einzelnen Organisationen bei. Das ist von großer Bedeutung für die Erhaltung und Finanzierung der einzelnen Einheiten.

Es ist daher unumgänglich für entsprechende Nachberichterstattung zur Verfügung zu stehen. Auch hier gilt die Beschränkung der Aussagen auf objektive Fakten. Beurteilungen und Ratschläge sind zu unterlassen.

Abschließend wird festgestellt, dass in unserer Informationsgesellschaft die Medien eine wesentliche Rolle spielen. Jede Einsatzorganisation ist daher gut beraten, sich für diese Fälle eine entsprechend geschulte Person bereits im Vorhinein auszuwählen.

Weiters muß vorab abgesprochen werden welche Organisation jeweils für die Betreuung der Medien zuständig ist.

Grundsätzlich verläuft zwar jeder Einsatz anders, aber mit der Festlegung eines Grundkonzeptes in Bezug auf „WER, WAS, WANN“ den Medien mitteilt wird man der Situation und dem Wunsch der Medien nach Information gerecht.

## **Media Presence and Information on Large-scale Mountain Rescue Missions**

As both the avalanche incident in the Muehlebachtal and the fire catastrophe in the Kitzsteinhorntunnel have shown, rescue personnel has to deal with a massive presence of all kinds of media representatives that show up within no time due to the rapid dissemination of accident reports nowadays.

Due to the growing competition in the media sector – just think about all the private TV and radio stations – these media representatives are interested in getting audience-catching information out as quick as possible. The faster and more dramatic coverage can be, the higher the number of spectators and therefore the better the economical bottom line.

On large missions rescue personnel are often questioned so vigorously to the extent where the rescue operation is actually being hindered.

It must be said that the media have a right to inform about incidents of public interest. It would not make sense nor would it be possible to exclude the reporters.

It depends very much on the individuals involved whether the information about an incident is accurate or whether it is geared towards high numbers of spectators or readers. Therefore it is very important that all the media representatives receive the same information.

To make sure this happens certain fundamental principles must be followed:

1. Restrict access to the area

In mountain rescue it is fairly easy to keep the majority of the media representatives away from the incident site as it is almost always in difficult terrain. Access roads must be blocked together with law enforcement to control access to the accident site.

On large incidents reporters will often fly the scene in rented helicopters. As was the case on the two previously mentioned missions, the air space above the site must be restricted immediately in such events. This is also very important, because pilots of rescue helicopters will agree on flight paths to and from the site. Uninformed third party pilots in the area could cause hazardous situations.

2. Create a media area

On large missions involving multiple organizations you will have a command post with an incident commander. It is advisable to create a public information area for the media in a room close to the command post, so that first hand information can be passed on here. A trained public information officer who is part of the command staff should give information. Normally this is also a representative of the local authorities. In order for the public information officer to be able to do his job the incident commander must brief him on the current situation in regular time intervals. To that end let me remind you that information passed on by phone is less prone to be intercepted than the radio frequencies of the rescue organizations.

It is common practice for reporters to scan the frequencies of fire departments, mountain rescue, law enforcement, Red Cross and so on. If communication is only possible via radio, information about the subject's medical condition (death, injuries) or about the person's identity should not be transmitted. Speculations about the cause of the accident or accusations of fault must also be omitted. Comments on lacking equipment or bad trip preparation may not be made either.

### 3. Train the public information officer

Media representatives will try to elicit the critical information discussed above by asking specific questions. It is therefore absolutely necessary, that people being interviewed are trained and that they are aware that pieces of information they share are sometimes taken out of context.

### 4. Do not make contradicting statements

It is further necessary to make sure that the different organizations involved in the mission do not make contradictory statements regarding the incident. It is fairly easy to coordinate the command staff in this respect. All the rescue personnel must be trained to refer media representatives to the incident commander or the public information officer for all information regarding the incident.

### 5. Follow-up by the media

You have to be aware that even days after an accident the incident commander may still be target of media interest. Our experience has shown that it is impossible to avoid the pressure of the media. Even private addresses and phone numbers become publicly available quickly and even family members get involved in the incident.

It is, however, in each rescue organization's own interest, that the public information officer be available to the media at all times. The presence in the media contributes to the public

image of the rescue organization. This is important for the continuity and the financing of the individual organizations. It is therefore paramount that the incident commander or public information officer be available for follow-up information. Here again it is important to limit the information to the objective facts. General comments or tips are out of place.

In conclusion, it is a fact that the media play an important role in our information society. Each rescue organization should have a trained public information officer assigned ahead of time. Which organization is responsible for taking care of the media should also be defined ahead of time in case of multi-agency missions.

Each mission is unique, but sticking to a basic concept based on „Who, what, when, where“ will take care of the situation and the information needs of the media.