

#TwitterGewitter

Jeder vierte Deutsche kennt die Notrufnummer 112 nicht, und knapp 60 Prozent haben keine Ahnung, dass die 112 in ganz Europa gilt. Deshalb haben bundesweit 41 Berufsfeuerwehren bei der Aktion #TwitterGewitter mitgemacht und am europäischen Tag des Notrufs am 11. Februar 2019 von morgens bis abends Meldungen in dem sozialen Netzwerk Twitter gepostet.

Dabei gaben sie einen Einblick in den Dienstalltag, von Ausbildung über Einsätze bis Technik. In Bayern beteiligten sich die drei Berufsfeuerwehren Augsburg, Fürth und München und schickten nicht nur Tweets, sondern auch Fotos und Videos unter #Augsburg112, #wirfueraugsburg, #Fürth112, #München112, #112live und #berufsfeuerwehr.

Entstanden war die Idee im vergangenen Jahr im Netzwerk der Pressesprecher/innen der Berufsfeuerwehren zusammen mit dem Deutschen Feuerwehrverband (DFV).

Ein Interview mit Anselm Brieger vom Presseteam der BF Augsburg, Christian Gußner, Leiter der BF Fürth und Stefan Kießkalt vom Presseteam der BF München.

Welches Fazit ziehen Sie nach dem #TwitterGewitter?

Kießkalt / BF München: Wir haben 294 Tweets an dem Tag abgesetzt mit einer Reichweite von 1,3 Millionen Impressionen. Außerdem konnten wir neue Follower gewinnen und die Zahl von 25 800 auf 27 250 steigern, das sind 5 Prozent mehr, womit wir sehr zufrieden sind. Weiter waren wir nicht nur auf Twitter aktiv, sondern haben auch die Sozialen Netzwerke Facebook und Instagram für Aktionen genutzt. Drei Facebook-live-Videos zu den Themen Ausbildung, Leitstelle und Notruf, bei denen wir mehr als 60.000 Personen erreicht haben, sind sehr gut bei unseren mehr als 52.000 Nutzern angekommen. Auf Instagram haben wir noch eine Frage- und Antwortstunde zur Ausbildung und Karriere bei der Berufsfeuerwehr mit einer Kollegin aus der Personalabteilung

angeboten. Allein dadurch hatten wir 120 000 Impressionen.

Gußner/ BF Fürth: Wir waren völlig überrascht von der medialen Resonanz und den vielen Medienanfragen sowie vielen positiven Kommentaren aus der Öffentlichkeit. Außerdem haben wir die Zahl der Follower auf Twitter verdoppelt von 267 auf über 500, wobei wir nicht ständig auf dem Social-Media-Kanal aktiv sind. Allerdings posten wir große Einsätze auf Facebook, Twitter und Instagram, beispielsweise haben wir kürzlich den Evakuierungsradius bei dem Bombenfund an der Stadtgrenze von Nürnberg und Fürth über diese Kanäle verbreitet. Die Nachrichten werden dann über unsere 4500 Facebook-Fans schnell verbreitet.

Brieger/BF Augsburg: Wir haben bei der Berufsfeuerwehr keinen eigenen Twitter-Account, so dass wir an dem Tag unsere Tweets über die

Stadt Augsburg gepostet haben unter #Augsburg112 #wirfueraugsburg. Dafür hatten wir eine Art Regieplan entwickelt, also wann wir über die Ausbildung und wann über den Notruf berichten. Die Stadt hat durch unsere Aktion über hundert neue Follower bekommen, genauer gesagt eine Steigerung um 3,5 Prozent auf 3734 Follower sowie 80 300 Impressionen, also viele Tausend, die unsere Posts und Fotos geklickt haben.

Was hat die Aktion #TwitterGewitter bewirkt?

Gußner/ BF Fürth: Schwerpunkt war es, dass wir den Alltag in einer Berufsfeuerwehr zeigen. Die meisten Menschen kennen ja eine Feuerwache nur von außen und sie wissen nicht, was wir über die Einsätze hinaus noch alles leisten, von der Ausbildung über Gerätewartung bis Verwaltung. Eigentlich wollten

wir noch mehr über Aufnahmetests und Eignungsprüfungen berichten, aber das haben wir dann zeitlich nicht mehr geschafft, weil wir so viele Anfragen beantworten mussten.

Brieger/BF Augsburg: Generell ist es eine gute Möglichkeit, die Bürgerinnen und Bürger über unsere Arbeit zu informieren und auch zu vermitteln, dass wir alles zu ihrem Wohle tun. Darüber hinaus bieten die sozialen Netzwerke die Chance, potentielle Bewerber für unsere Ausbildung zu interessieren. Außerdem haben viele klassische Medien über unsere Aktion berichtet, unter anderem Augsburg TV, BR und Sat1 Bayern. Dadurch ist sowohl der Notruf 112 als auch unsere Arbeit wieder einmal in das Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt worden.

Wie groß ist der Aufwand für diesen Tag gewesen?

Kießkalt / BF München: Wir haben im Vorfeld schon sehr viel vorbereitet, von Grafiken über ein Konzept bis zu einem Ablaufplan. An dem Tag selber waren fünf Social Media-Kollegen an den Bildschirmen gesessen und nochmal zwei, die die Presseteams der klassischen Medien wie Abendzeitung, BR, dpa, München TV, Radio Charivari, Radio Arabella und Süddeutsche Zeitung betreut haben. Es war sicherlich sehr personalintensiv, weil beispielsweise einer die Einsätze getwittert und ein anderer die deutschlandweiten Tweets gefiltert hat. Was sehr gut ankam, war unser Mundart-Special, als wir eine halbe Stunde auf oberbay-

erisch getwittert haben. Insgesamt war das #TwitterGewitter eine sehr erfolgreiche Aktion. Wir sind mit den Zahlen und Ergebnissen sehr zufrieden.

Gußner/ BF Fürth: Die Planungen haben schon einige Zeit in Anspruch genommen. An dem Tag selber ist dann unser Kamerad Marcus Weier von der FF Vach bei jedem Einsatz samt Laptop mitgefahren. Das begann um kurz vor 9 Uhr mit einem Kaminbrand, ging dann weiter mit einer Türöffnung und endete später mit einem Küchenbrand. Von unterwegs hat er die Tweets und Bilder online gestellt und zwischendrin beispielsweise noch den Tauchlehrgang der BF im Schwimmbad hochgeladen. Außerdem haben wir viele Interviews für die Presse gegeben – von der Live-Übertragung bis zum Studiogespräch im BR Fernsehen.

Wie haben die Kollegen und Kolleginnen das #TwitterGewitter wahrgenommen?

Brieger/BF Augsburg: Manche waren etwas skeptisch und haben gefragt, warum nehmt »ihr« daran teil, warum nicht »wir«? Doch nachdem die Hintergründe wie der Internationale Tag des Notrufs, Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchsgewinnung für die Feuerwehren erklärt wurden, fanden eigentlich fast alle, dass es eine Super-Idee ist, wenn man mit einem Zwei- oder Dreizeiler eine breite Masse erreichen kann. Viele aus den eigenen Reihen sind ja auch in den sozialen Netzwerken unterwegs und bedauern, dass wir

nicht mehr machen (können).

Kießkalt / BF München: Wir wurden von den Mitarbeitern der Leitstelle und der Technik-Crew wieder super unterstützt. Wir haben sehr viele positive Rückmeldungen von den Kollegen erhalten.

Gußner/ BF Fürth: Die Aktion ist bei den Kollegen gut angekommen und seitdem bringt auch öfters jemand ein Foto vorbei oder hat eine Idee, die wir posten können. Das ist gut.

Ein Blick in die Zukunft: Planen Sie ähnliche Aktionen?

Kießkalt / BF München: Wir haben ja schon zum vierten Mal einen Twitter-Tag gemacht und werden dies sicherlich wiederholen. Wir nutzen unsere Präsenz in den sozialen Medien beispielsweise auch als Jobbörse, stellen dort Stellenangebote rein und bekommen dadurch mehr Bewerbungen.

Brieger/BF Augsburg: Gerne machen wir wieder bei einer punktuellen Aktion mit. Einen eigenen, dauerhaften Twitter-Kanal zu etablieren, ist aktuell nicht vorgesehen. Ab März wird es einen »Feuerwehr-Freitag« geben, an dem wir eine feuerwehrspezifische Sache über den städtischen Twitter-Kanal teilen werden und so die Augsburger an unserer Arbeit teilhaben lassen.

Gußner/ BF Fürth: Wenn die Aktion im kommenden Jahr wiederholt werden sollte, dann sind wir auf jeden Fall wieder dabei. Dann stocken wir allerdings unser Personal auf und bereiten noch mehr vor. □



Stefan Kießkalt



Christian Gußner



Anselm Brieger