



Aktives Vorbild statt billiges Abbild

Wer unter dem Stichwort »Feuerwehrfrau« in den sozialen Medien oder im Internet sucht, stößt auf viel Unseriöses: knapp bekleidete Pin-up-Girls in Hosenträgern statt gestandene Feuerwehrfrauen im Einsatz. Das entspricht weder der Realität noch dem Bild, das die Kameradinnen, der Landesfeuerwehrverband Bayern und das Bayerische Innenministerium vermitteln wollen. Deshalb setzen sechzig bayerische Feuerwehrfrauen mit einem Fotoshooting neue Akzente. | Von Ulrike Nikola

Aufnahmen:
HAIX

Adele Drotleff hält eine Rettungsschere in der Hand und Andrea Fürstberger ein Hohlstrahlrohr. Kathrin Seif ist am Funkgerät zu sehen, während Yasemin Kabasakal eine Axt präsentiert. Mit diesen Motiven haben sie sich bei einem professionellen Fotoshooting ablichten lassen und diese Fotos in den sozialen Medien geteilt – wie rund 60 weitere bayerische Feuerwehrfrauen, die an einem professionellen Fototermin in Einsatzkleidung teilgenommen haben. Damit wollen sie ein Gegengewicht schaffen zu gängigen Darstellungen in sozialen Medien, in denen unter den Stichworten »Feuerwehr« und »Frauen« mitunter pornographische Bilder zu sehen sind. »Wir waren regelrecht schockiert, was auf »Instagram« und »Snapchat« gepostet wird und haben beschlossen, dem aktiv etwas entgegen zu setzen«, berichtet Andrea Fürstberger, die

Landesfrauenbeauftragte des LFV Bayern. Denn bei einem Treffen der bayerischen Stadt-, Kreis- und Bezirksfrauenbeauftragten an der Feuerwehrschule Regensburg hatte die Soziologin Prof. Doris Rosenkranz von der TH Nürnberg entsprechende Such-Ergebnisse vorgestellt: »Die Begriffe »Feuerwehr« und »Frauen« sind in den sozialen Medien sehr oft von Externen belegt. Es präsentieren sich dort oft Frauen, die gar nichts mit dem aktiven Dienst in den Feuerwehren zu tun haben, sich aber beispielsweise leicht bekleidet mit Atemschutzmaske über einer nackten Brust ablichten lassen.« Bei den Recherchen der TH Nürnberg im Zuge der Projektarbeit »Wer löscht morgen« für das Bayerische Innenministerium hat Prof. Rosenkranz gemeinsam mit Studierenden die Social-Media-Kanäle »Instagram«, »Facebook«, »Snapchat« und »YouTube« systematisch ausgewertet. Dabei

haben sie die Sichtweise von jungen Menschen eingenommen, die sich über diese Plattformen über die Feuerwehr informieren möchten. »Die Frage ist doch, was die auf Social-Media gefundenen Bilder von »Feuerwehrfrauen«, die beispielsweise erotisch posieren, bei jungen Frauen auslösen? Soziologisch spricht man von einer Reaktanz, wenn bei einer Person ein innerer Widerstand entsteht. Also in diesem Fall zunächst die Überraschung, dass die Fotos und Inhalte ganz anders sind als erwartet. Das kann Ablehnung erzeugen, so dass das Interesse, weiter nach Informationen über die Feuerwehr zu suchen, zurückgeht«, erklärt Prof. Doris Rosenkranz von der TH Nürnberg. Diese extern eingebrachten Darstellungen schaden den Feuerwehren eher, als dass sie für Zulauf von jungen Frauen sorgen würden, vermutet die Professorin. Verhindern lassen sich solche Fo-



tos nicht. Aber man kann durchaus aktiv eigene Bilder und Inhalte dagegen setzen. Grundlegend resultiert daraus die Frage: Wie möchten aktive Feuerwehrfrauen selbst in der Öffentlichkeit und bei Social-Media wahrgenommen werden?

Zeichen setzen und Vorbild sein

Wenn beispielsweise Presse-Fotos während eines Feuerwehreinsatzes geschossen werden, sieht man meistens nicht, ob es sich um eine Feuerwehrfrau oder einen Feuerwehrmann handelt. Das ist auch in Ordnung, denn letztlich übernehmen alle die gleichen Aufgaben. »Meistens machen wir eher Fotos in Uniform bei festlichen Anlässen«, sagt Andrea Fürstberger, »doch wir möchten auch öffentlich zeigen, dass wir im Einsatz genauso vorne in der ersten Reihe retten, löschen, bergen, schützen.« Zusammen mit Julia Simon aus der Presseabteilung der Firma Haix kam sie daher auf die Idee, einen Fototermin für Feuerwehrfrauen anzubieten. Gesagt, getan: Im Frühjahr organisierten sie ein Treffen von rund 60 bayerischen Stadt-, Kreis- und Bezirksfrauenbeauftragten bei der Freiwilligen Feuerwehr Brunnenreuth in Ingolstadt.

Dort portraitierte der Profi-Fotograf Hanno Weber der Firma HAIX in drei Stunden alle Teilnehmerinnen einzeln. »Das war eine tolle Aktion von HAIX, die alle Kosten übernommen hat. Der Fotograf hat jede von uns sehr treffend in Einsatzkleidung abgelichtet,« sagt Fürstberger rückblickend. Gleichzeitig haben die Teilnehmerinnen, die sich bereits gut auf Instagram und Co. auskennen, den anderen gezeigt, wie sie ihre Bilder dort posten können. Diese erste Aktion soll ein Zeichen setzen und Vorbild sein. Die LFV-Bezirksfrauenbeauftragte Adele Drotleff aus Schwaben findet, dass das Fotoshooting eine gute Sache gewesen ist. Denn bei Instagram sehe man sonst vor allem Feuerwehrfrauen in knappen Shirts und Hosenträgern. »Vielleicht stellen sich das manche so vor, aber das entspricht natürlich nicht dem Alltag. Als Atemschutzträgerin unterscheidet mich äußerlich nicht viel von den männlichen Kameraden und im Einsatz bin ich konzentriert und vielleicht verschwitzt, aber sicherlich nicht knapp bekleidet, geschminkt und gestylt.«

Soziale Medien besser nutzen

In dem Studienseminar haben die Soziologie-Professorin Doris Rosenkranz und die Teilnehmenden noch andere grundlegende Aspekte erarbeitet. »Uns ist aufgefallen, dass es keinen durchgängigen Auftritt der bayerischen Freiwilligen Feuerwehren in den sozialen Medien gibt. Es liegt offenbar jeweils an dem Engagement einzelner Feuerwehrmitglieder, dass Social-Media bespielt und Feuerwehrinhalte geteilt werden«, so Prof. Rosenkranz. Darüber hinaus ist bei der Analyse aufgefallen, dass die Präsenz der Feuerwehren auf Facebook am größten ist. »Doch wenn die Feuerwehren vor allem junge Menschen erreichen wollen, müssen sie auch Instagram und Snapchat nutzen. Denn das Durchschnittsalter der Facebook-Nutzerinnen und -Nutzer ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich nach oben gegangen.« Die Studierenden an der TH Nürnberg haben übrigens auch nach den Stichworten »Feuerwehr« und »Männer« in sozialen Medien gesucht und überwiegend homogene Treffer gehabt. Zu sehen sind meist aktive Feuerwehrkameraden im Einsatz oder in Uniform, häufig stereotype Gruppenbilder anlässlich von Ehrungen. »Der Frauenanteil in bayerischen Feuerwehren wächst

und das sollte sich auch entsprechend widerspiegeln, auch bei Fotos und in den sozialen Medien«, sagt Prof. Doris Rosenkranz. Dabei gehe es nicht darum zu zeigen, dass eine Frau eine Rettungsschere in den Händen halten kann, sondern es gehe auch um Sehgewohnheiten: »In der Soziologie sprechen wir von Habitualisierungen. Wir sind oft daran gewöhnt, einen bestimmten Beruf oder ein Ehrenamt über bestimmte Bilder zu identifizieren. Sie prägen

unsere Wahrnehmung und unsere Sicht auf die Welt.« Insofern liegt es im Gesamtinteresse der bayerischen Feuerwehren, dass sie adäquat von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden – und das geschieht heutzutage auch über die sozialen Medien. Das Bayerische Innenministerium bietet dazu in Kooperation mit der Bayerischen Verwaltungsakademie über die Feuerweherschule Regensburg Workshops zur Nutzung von Social-Media für die Freiwilligen

Feuerwehren in ganz Bayern an.

Fürstberger resümiert: »Die Rückmeldungen der Teilnehmerinnen zu dem Fotoshooting waren durchweg positiv und auch die Reaktionen in den sozialen Medien haben uns recht gegeben: Feuerwehrfrauen stehen für mehr, als nur halbnacktes Posen. Wir müssen ja keine Influencerinnen werden, aber es ist wichtig, die sozialen Medien zu nutzen, um für die Feuerwehren im positiven Sinne zu werben.« □