



FF Hofheim

Über Zwei-Millionen-Klicks

Öffentlichkeitsarbeit ist schon längst Standard bei den meisten Feuerwehren. Kaum eine präsentiert sich nicht in den Sozialen Medien. Denn Facebook, Instagram oder TikTok erleichtern die Kommunikation mit Interessierten und potentiellen neuen Ehrenamtlichen. Das macht natürlich viel Arbeit, kann aber auch zu großem Erfolg führen: Besonders aktiv im Internet ist die unterfränkische Feuerwehr Hofheim – so ernteten sie beispielsweise für ein Video über 2,6 Millionen Klicks. VON ANJA BISCHOF

Zuerst hört man nur einen Motor blubbern. Dann schiebt sich die Fahrerkabine eines TLF mit rotierendem Blaulicht ins Bild. Der Fahrer stoppt und ruft gegen den Motorenlärm aus dem Fenster in die Kamera: „Habt ihr schon von unserem Tag der offenen Tür gehört?“ Er fährt einen Meter weiter, stoppt und im Video erscheint der nächste Kamerad auf dem Rücksitz: „Das ist am 06.07.“, erneut fährt das Tanklöschfahrzeug einen Meter weiter und der Rollladen wird hochgeschoben. „Hier bei uns, bei der Feuerwehr Hofheim“, ruft ein weiterer Feuerwehrmann.

Das 2,6-Millionen-Klicks-Video: die Übung einer Rettungsmethode



5,2 Tsd.

Noch zwei Kameraden auf der Leiter und auf dem Dach des Fahrzeugs rufen ihren kurzen Text in die Kamera, dann ist der Clip vorbei und das TLF aus dem Bild gefahren. Für solche Videos, die bei Facebook auch Reels heißen, ist die Feuerwehr Hofheim bekannt. Eines hat sogar 2,6 Millionen Klicks erreicht.

„Die Leute sollen wissen, was wir tun“

Bei *Nina Eiring* laufen die Fäden der PR-Aktivitäten zusammen. Dabei hat die Feuerwehrfrau vorher mit Social Media gar nicht viel am Hut gehabt. Seit etwa einem Jahr pflegt sie intensiv den Auftritt der Feuerwehr Hofheim in Unterfranken auf der Homepage, bei Facebook und Instagram – gemeinsam mit den Kameradinnen und Kameraden. „Es hat damit angefangen, dass jemand mich fragte, ob ich nicht ein Foto machen könne“, erzählt Nina Eiring. Konnte sie – und fing Feuer, arbeitete sich ein. „Die Leute sollen wissen, was wir tun“, erklärt Nina Eiring das Engagement. „Sie sehen und hören

die Feuerwehr durch den Ort fahren und sind neugierig.“ Wenig später können sie dann in den sozialen Kanälen lesen und sehen, um welche Art von Einsatz es sich gehandelt hat.

Oft ist Nina Eiring bei Einsätzen mit dabei, als Unterstützung des Einsatzleiters. Dabei hat sie Gelegenheit, Fotos oder Videos zu machen. In anderen Fällen lässt sie sich welche von Kameraden schicken. Abends sitzt sie dann auf dem Sofa, sortiert die Fotos, wählt passende aus und schreibt einen Post. „Man muss aktuell bleiben“, betont die Feuerwehrfrau.

Klick-Erfolg „Kettenrettung Oslo Methode“

Auch zum Beispiel mit Übungen kann man Aufmerksamkeit erregen. Ein Video einer Übung der Hofheimer ist tatsächlich viral gegangen und wurde bis August 2,6 Millionen Mal angeklickt. Das erfolgreiche Reel heißt „Kettenrettung



Bei diesem Feldbrand arbeiteten Feuerwehr und Landwirte Hand in Hand

brandwacht 5/2024

Oslo Methode“. Als die Feuerwehr Hofheim diese Variante zur Rettung eingeklemmter Personen bei Verkehrsunfällen übte, ließ jemand eine Kamera mitlaufen. Auf dem Video sieht man eine dicke Stahlkette, die um den vorderen Teil eines Autos geschlungen ist. Nicht im Bild zu sehen ist eine Winde, die wohl an einem Einsatzfahrzeug befestigt ist. Langsam spannt sich die Kette und das Unfallauto wird ein Stück weit auseinandergerissen. Das Video dauert nur eine halbe Minute, stieß aber im Netz auf großes Interesse. „Warum das so war, wissen wir auch nicht“, wundert sich der Stellvertretende Kommandant der Feuerwehr Hofheim noch heute. *Holger Eiring* freut sich aber über die Kommentare unter dem Video, in denen viel gefachsimpelt und lebhaft diskutiert wird.

Social Media: der Kommunikations-Einsatz

Hinter den Posts auf Social Media und den Texten für die örtliche Zeitung vom „Social Team“ der Feuerwehr Hofheim geht es – natürlich – auch darum, Nachwuchs für die Feuerwehr zu begeistern, das wäre zumindest ein schöner Nebeneffekt. „Die Jugend hängt am Handy“, weiß Nina Eiring, selbst Mutter zweier Teenager. Und sie weiß auch, welche Plattformen von welcher Altersgruppe besucht werden: „Die Jugendlichen nutzen Facebook überhaupt nicht, sie sind auf Instagram unterwegs.“ Nina Eiring schießt auch auf TikTok, eine weitere beliebte Plattform für Jugendliche. „Das wäre eine schöne Aufgabe für unsere Jugendfeuerwehr“, lacht sie. „Man kommt um Social Media einfach nicht herum“, bekräftigt ihr Ehemann Holger. Für den Stellvertretenden Kommandanten der



FW Hofheim Einsatz im Dunkeln: Die Feuerwehr Hofheim teilt solche Einsatzfotos in Social Media



Das Social-Team der Feuerwehr dokumentiert und teilt die Einsätze im Netz

Feuerwehr Hofheim ist das Posten auf den unterschiedlichen sozialen Kanälen auch ein Weg, mit den Bürgerinnen und Bürgern in Kontakt zu treten und Botschaften zu senden.

Posts mit Lob und Kritik

Am 9. Juli 2023 war im Einsatzgebiet der Feuerwehr Hofheim ein Feld in Brand geraten und griff in kürzester Zeit auf den Wald über. Viele Landwirte seien zur Hilfe geeilt, berichtet *Holger Eiring*. Für die gemeinsame Löschaktion hat er später einen Brief verfasst, in dem sich die Feuerwehr für die Unterstützung bedankt. Die Zeilen wurden auch auf sozialen Kanälen weiterverbreitet und seien sehr gut angekommen, meint *Eiring*. „Wir können aber auch mal kritisieren“, ergänzt seine Frau Nina und erwähnt einen Absperr-Einsatz, wo es zu Problemen gekommen war. Die Jugendfeuerwehr postet eigene Berichte über Übungen, Fortbildungen und Feste. Die meisten Posts – oft sind es mehrere in der Woche – informieren aber über die alltägliche Arbeit der 45 aktiven ehrenamtlichen Kameradinnen und Kameraden aus Hofheim. Zum Beispiel über Unwettereinsätze im Sommer. „An einem Tag mit Sturm und Überschwemmungen waren wir zehn Stunden im Einsatz“, blickt *Holger Eiring* zurück. „Ich möchte, dass die Bevölkerung weiß, was das für uns bedeutet.“

Luftige Internetseite

Der Relaunch der Internetseite www.hofheim-feuerwehr.de befindet sich gerade auf der Zielgeraden. „Ein Mammutprojekt“, stöhnt Nina Eiring: „Die Seite ist komplett überarbeitet und völlig neu programmiert worden.“ Ideen und Inhalte kommen von der „Social-Media-Truppe“ der Feuerwehr, die Programmierung

wird von Profis gemacht. Die neue Seite soll eine gute Struktur haben, schnell zum Ziel führen und die Einsätze niveauvoll präsentieren, meint *Holger Eiring*. „Schön, leicht, luftig, transparent und ansprechend“, formuliert Nina Eiring ihren Anspruch. Ganz wichtig ist beiden eine gute Fotoqualität. Dafür hat die Feuerwehr Hofheim ein hochwertiges Mobiltelefon angeschafft, das bei Einsätzen mitgeführt wird.

Nina Eiring weiß: „Irgendwann hört man auf zu lesen, deshalb müssen die Texte verständlich und kurz sein – und ohne Fehler.“ Alle Texte werden vor der Veröffentlichung mindestens zweifach auf Richtigkeit und Rechtschreibung gecheckt. „Alleine schafft das keiner“, resümiert Nina Eiring, während ihr Handy „ping“ macht und den Eingang eines neuen Einsatzfotos anzeigt. □

