

Feuerwehr Pinneberg kämpft gegen Fake News nach Großbrand in Barmstedt

Die Feuerwehr Schenefeld klärt Fake News über einen Atompilz auf und stärkt ihre Medienarbeit in sozialen Netzwerken.

Im digitalen Zeitalter ist die Verbreitung von Informationen blitzschnell. Dies wird besonders deutlich, wenn zufällige Beobachtungen in den sozialen Medien geteilt werden. Kürzlich postete ein Facebook-Nutzer, er habe einen Atompilz über Schenefeld gesehen. Diese niederschwellige Falschmeldung sorgte für Aufregung und erregte die Aufmerksamkeit des Presseteams des Kreisfeuerwehrverbandes (KFV) Pinneberg. Der Fachwart und Leiter des Medienteams, Dennis Renk, erklärte, dass man Falschmeldungen wie diese schnell aufdecken wolle, um eine weitere Verbreitung zu verhindern.

Laut Renk handelte es sich in der Tat um ein großes Feuer, das eine hohe Rauchsäule verursachte – ein völlig normales Großfeuer, das jedoch durch die ungenauen Berichterstattungen in sozialen Medien ins Gerede kam. Der Trend, dass offensichtliche Falschinformationen in sozialen Netzwerken umlaufen, ist nicht neu, doch Renk ist optimistisch: „Es sind weniger geworden.“ Dies mag darauf hindeuten, dass die Sensibilisierung für solche Themen zunimmt.

Medienarbeit als Teamarbeit

Der Umgang mit Medien hat sich beim KFV in den letzten Jahren erheblich gewandelt. Früher war Michael Bunk der einzige Ansprechpartner für die Medien. Doch angesichts der steigenden

Anzahl von Veranstaltungen und Berichterstattungsanfragen stellte man fest, dass es nicht mehr möglich war, alles allein zu bewältigen. Der Vollzugsdruck hat zugenommen, da nicht nur lokale Medien, sondern auch überregionale Kanäle und Kamerateams den KfV im Blick haben. „Die Berichterstattung ist viel schneller geworden“, kommentiert Renk.

Um der zunehmenden Komplexität gerecht zu werden, hat der KfV ein Team von Pressesprechern aufgebaut. Bei größeren Ereignissen sind alle acht Pressesprecher im Einsatz, wobei bis zu fünf direkt vor Ort arbeiten. Diese Spezialisten sammeln Informationen und koordinieren sich eng mit der Einsatzleitung. Wenn lokale Feuerwehren Pressesprecher haben, arbeiten alle Teams zusammen, um die Informationen genau zu erheben und rasch weiterzugeben.

Ein entscheidender Schlüsselmoment für die Medienarbeit war ein Großbrand in der Barmstedter Meierei, der durch einen technischen Defekt ausgelöst wurde. Während der Nacht gab es einen erneuten Sirenenalarm, um Feuerwehrleute abzulösen. Allerdings sorgte dieser Alarm in den sozialen Medien für ein massives Durcheinander an Spekulationen und Berichten, wie Renk anmerkt. „Die Facebook-Gruppen überliefen vor Aufregung.“ Viele Bürger packten bereits ihre Koffer, überzeugt von einer bevorstehenden Evakuierung. „Es lag nie eine Gefährdung von Menschen vor“, stellt er klar, was auch die Dringlichkeit klar macht, rasch Informationen zu verbreiten.

Schulung für den neuen Umgang mit sozialen Medien

Um dieser neuen Herausforderung gewachsen zu sein, hat der KfV spezielle Schulungen für die Pressesprecher organisiert, um sie für den Umgang mit sozialen Medien zu schulen. Der Landesfeuerwehrverband unterstützt diese Bemühungen ebenfalls. Renk hebt hervor: „Unser Anspruch ist es, es gut zu machen.“ Dabei ist die Reflexion über die eigene Arbeit von großer Bedeutung, um sich kontinuierlich anzupassen.

Der Wandel in den sozialen Medien macht deutlich, dass Plattformen wie Facebook möglicherweise nicht mehr dem aktuellen Trend entsprechen. Instagram und TikTok sind dagegen sehr angesagt. Die Pressesprecher des KfV diskutieren derzeit, ob sie auch diese neueren Social-Media-Kanäle ansprechen sollten. Bereits gibt es interessante Ansätze von Kameraden, die gerne in einer eigenen Social-Media-Gruppe gemeinsam arbeiten würden.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de