

3. Grundlegende Handlungsansätze

Im vorherigen Kapitel haben wir die Zielgruppen mit ihren Interessen sowie Möglichkeiten zu ihrer erfolversprechenden Ansprache dargestellt. Damit Sie an die jeweiligen Zielgruppen herankommen und diese für die Feuerwehr gewinnen können, sind insbesondere folgende Schritte notwendig:

- **Eine aktive und wirksame Öffentlichkeitsarbeit**
- **Die Entwicklung einer Willkommenskultur für Einsteiger und einer Anerkennungskultur für alle Mitglieder der Feuerwehren**
- **Die Öffnung für Veränderungen durch Umdenken und Flexibilisierung der Strukturen der Feuerwehren**
- **Die Gewinnung von Partnern für die Mitgliederwerbung und -bindung**

Nur wenn die Feuerwehr in der Öffentlichkeit als lohnendes Betätigungsfeld wahrgenommen wird und in ihrem Umfeld ein positives Bild vermittelt, werden Interessenten über eine Mitgliedschaft nachdenken. Ist das Interesse geweckt, sollten Sie dieses Interesse verstärken und die „Neuen“ willkommen heißen. Umso leichter ihnen der Einstieg gemacht wird, umso größer ist die Erfolgswahrscheinlichkeit. Wenn sich die persönlichen Erwartungen an die Mitgliedschaft erfüllen und die neuen Kameraden ein Teil der Gemeinschaft geworden sind, sind die wesentlichen Grundlagen für die Bindung gelegt.

Mit der Zeit steigt überhaupt bei allen Mitgliedern der Wunsch nach Anerkennung für das Geleistete. Anerkennung müssen deshalb alle Feuerwehrangehörigen erfahren – sowohl untereinander als auch von außen. Deswegen führen hier nur dauerhafte beziehungsweise regelmäßig stattfindende Maßnahmen zum Erfolg und nicht einzelne Aktionen.

3.1 Öffentlichkeitsarbeit

„Tue Gutes und sprich darüber!“

Diesen Leitsatz beherzigen bisher nur die wenigsten Feuerwehren. Viele von ihnen nehmen nur geringen oder teils gar keinen Einfluss auf die Berichterstattung über das öffentliche Bild von ihrer Arbeit. Doch genau das müssen alle, die sich nach außen präsentieren, tun. Vielfach treten die Feuerwehren heute sogar in einen Wettbewerb mit anderen Trägern und Anbietern um Aufmerksamkeit, Wertschätzung und sogar um Finanzmittel.

Nicht selten sind es zum Beispiel Polizisten, die über die Rettung von Menschen aus einem brennenden Haus vor der Kamera berichten. Oder Fernsehbilder erwecken den Eindruck, dass Bundeswehr und THW mit Unterstützung einiger Feuerwehrleute einen Hochwassereinsatz meistern. Ohne den Einsatz dieser Helfer schmälern zu wollen: Auf jeden THW-Helfer und jeden Soldaten kommt ein Vielfaches an Feuerwehrleuten (beim Hochwasser 2013 waren in Thüringen ca. 7.000 Feuerwehrangehörige und lediglich ca. 800 sonstige Einsatzkräfte im Einsatz).

Schwerwiegender jedoch ist die begrenzte öffentliche Wertschätzung, welche das Engagement der freiwilligen Feuerwehrleute mancherorts erfährt. Die Feuerwehr wird in einem Atemzug mit Sport- und Heimatvereinen genannt oder als etwas Selbstverständliches betrachtet. Dabei ist der Feuerwehrdienst etwas ganz Besonderes. Ehrenamtliche sichern den Brandschutz und die allgemeine Hilfe in der Gemeinde, setzen sich dabei Gefahren für Leib und Leben aus und erhalten hierfür keinerlei Vergütung. Deshalb sollten sie auch eine besondere Würdigung erfahren.

Die Öffentlichkeitsarbeit dient daher vor allem der Imagepflege der Feuerwehr und bietet die Möglichkeit, Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und das eigene Bild in der Öffentlichkeit zu beeinflussen. Zur Öffentlichkeitsarbeit gehören insbesondere die Presse-/Medienarbeit, die Werbung, das Sponsoring und die direkte Kommunikation mit den Bürgern sowie in Teilen auch die Brand-schutzerziehung und -aufklärung.

10 Tipps für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit

1

Wer macht was?

Benennt einen Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit (es muss nicht immer gleich ein Pressesprecher sein), der die Wehrführung in diesem Bereich unterstützt und entlastet! Nutzt hierfür Fortbildungsmöglichkeiten (z. B. des Thüringer Feuerwehr-Verbandes), um geeignete Kameraden zu qualifizieren. Und auch hier macht die Übung den Meister.

2

Freie Kapazitäten?

Prüft auch die Möglichkeit, ob ggf. ein Angehöriger der Alters- und Ehrenabteilung oder ein Außenstehender bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen kann (z. B. Personen, die regelmäßig für Zeitungen schreiben, Deutschlehrer o. Ä.).

3

Netzwerken ist Trumpf

Baut ein vertrauensvolles Verhältnis zu Eurem lokalen Medien auf. Informiert diese auch regelmäßig über Einsätze, ladet sie regelmäßig ein und unterstützt ihre Arbeit.

4

Mundgerechte Häppchen

Erkundigt Euch vor Veröffentlichung eines Artikels bei der Redaktion über die üblichen Standards und macht den Journalisten Eure Artikel durch gute Vorbereitung „schmackhaft“. Damit steigert Ihr die Chance, dass dieser auch veröffentlicht wird.

5

Soziale Medien

Nutzt soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Google+ usw. für kurze Informationen über Einsätze und Eure Veranstaltungen, aber auch im Vorfeld für Einladungen. Mit der Zeit erreicht Ihr auf diese Weise sehr einfach viele Menschen. Im Gegensatz zu einer eigenen Webseite spart Ihr viel Zeit und benötigt kein spezielles Wissen.

6

Die jungen Wilden

Bindet bei der Öffentlichkeitsarbeit auch Jugendliche der Jugendfeuerwehr mit ein. Diese haben meist Erfahrung mit den sozialen Netzwerken und kennen sich dort sehr gut aus.

7

Lächeln, bitte!

Fertigt möglichst bei jeder Aktion, Veranstaltung oder Übung der Feuerwehr Bilder und Videoclips an und veröffentlicht regelmäßig die besonders gelungenen in den sozialen Netzwerken. Bilder und Clips ziehen dort die meiste Aufmerksamkeit auf sich, verfasst daher lieber kürzere Texte!

8

Was haben wir noch zu bieten?

Achtet bei der Außendarstellung darauf, dass neben Einsätzen und Übungen auch die anderen Aktivitäten (Veranstaltungen, Feiern, Persönliches etc.) der Feuerwehr nicht zu kurz kommen. Denn diese wirken besonders anziehend auf Außenstehende, die über eine Mitgliedschaft nachdenken.

9

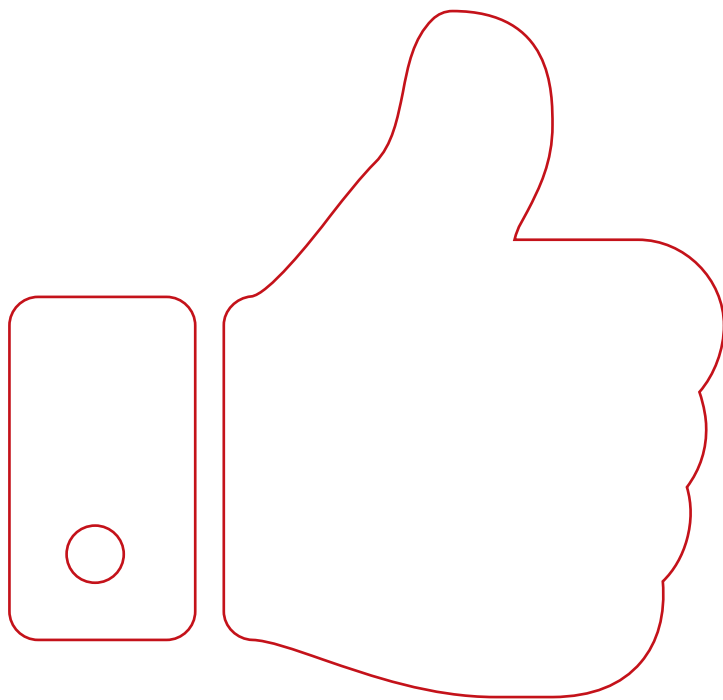
Schluss mit Klischees!

Vermeidet unbedingt, dass das Klischee der Feuerwehr als „Saufverein“ Nahrung erhält. Bei Feiern im öffentlichen Raum sollte ggf. auf die Uniform verzichtet werden und auf Bildern keine Bierwerbung o. Ä. zu sehen sein. Genauso sollte auch mit dem Rauchen verfahren werden.

10

Wir sind für Dich da!

Nutzt die Flyer, Plakatvorlagen, Textbausteine und anderen Materialien des Thüringer Feuerwehr-Verbandes (erhältlich u. a. über die Kreis-/Stadtfeuerwehrverbände, die Internetplattform www.wir-sind-dabei-112.de und direkt über den Thüringer Feuerwehr-Verband).



3.2 Entwicklung einer Willkommens- und Anerkennungskultur

Für Außenstehende bedarf es immer einer gewissen Überwindung, um den Schritt in die Feuerwehr zu wagen. Am schwersten fällt es Interessenten, wenn sie noch niemanden in der Gruppe kennen. Umso intensivere Verbindungen bereits bestehen, desto geringer ist normalerweise diese Hürde. Das ist nichts Ungewöhnliches und kommt auch bei anderen Organisationen vor.

Insgesamt hängt sehr viel davon ab, wie die Feuerwehr nach außen auftritt beziehungsweise wie sie wahrgenommen wird. So wie die Kameradschaft innerhalb der Feuerwehr als Bindung und identitätsstiftend wirkt, kann sie nach außen auch abschreckend sein. Das ist dann der Fall, wenn Interessenten den Eindruck haben, dass ihnen eine eingeschworene Gruppe gegenübersteht, die Neue und Neues nicht zulässt oder Vorurteile hat (z. B. gegenüber behinderten Menschen, Frauen, Migranten, Erwerbslosen o. Ä.).

„Willkommen heißen“ bedeutet daher vor allem offen zu sein und Möglichkeiten zu schaffen, die Feuerwehr und ihre Mitglieder erst einmal kennenzulernen. Dazu tragen in erster Linie unverbindliche Angebote, die direkte Ansprache und die Unterstützung oder Begleitung beim Einstieg bei. Wer sich ausprobieren kann, verliert schneller die Angst davor, was ihn in der Feuerwehr erwarten wird, als jemand, der sich mit einem Schlag entscheiden muss.

5 Tipps zur Entwicklung einer Willkommenskultur in der Feuerwehr

1

Gesicht zeigen

Legt einen Ansprechpartner innerhalb der Feuerwehr für Interessenten fest und kommuniziert dessen Kontaktdaten!

2

Wir lassen uns in die Karten schauen

Bietet Interessenten – wann immer möglich – einen Blick hinter die Kulissen der Feuerwehr (z. B. Schnupperticket zur Teilnahme an einem Dienstabend oder einer Übung, Mitmach-Aktionen bei Veranstaltungen).

3

Mentoren

Stellt jedem neuen Mitglied einen erfahrenen Feuerwehrkameraden als Paten zur Seite.

4

Mitgliedschaft auf Probe

Räumt neuen Mitgliedern eine Probezeit ein, in der diese zunächst prüfen können, ob die Mitgliedschaft in der Feuerwehr das Richtige für sie ist.

5

1/3

Mit offenen Armen

Öffnet die Feuerwehr für jeden Interessenten und lehnt nicht von vornherein bestimmte Menschen (z. B. mit Behinderungen, Migrationshintergrund) ab. Hürden wie körperliche Einschränkungen oder eine andere Sprache sollten überwunden werden und nicht ausgrenzen. Jeder Mensch strebt nach Anerkennung – durch seine Familie, seine Freunde und Bekannten, bei der Arbeit und vor allem auch im Rahmen seines ehrenamtlichen Engagements. In gewisser Weise ist Anerkennung eine Art „Lohnersatz“. Denn wer sich einbringt, einen beträchtlichen Teil seiner Zeit und Kraft investiert, der möchte auch etwas zurückbekommen. Eine enge Bindung entsteht daher vor allem dann, wenn sich die Kameraden in der Feuerwehr wohlfühlen, als Teil der Gemeinschaft verstehen und etwas durch ihre Tätigkeit zurückbekommen.

5

2/3

Dabei kann die Anerkennung sehr unterschiedlich ausgedrückt werden: Vom Zuspruch („Das machst Du wirklich gut! Wir brauchen Dich!“) und der Anteilnahme am persönlichen Leben (z. B. bei der Geburt eines Kindes, aber auch bei einem Todesfall in der Familie), über die Ermutigung (z. B. eine Führungsaufgabe zu übernehmen) und die spürbare Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit, bis hin zu Auszeichnungen und Ehrungen – jede Form von Anerkennung hat ihren Platz und in der Gesamtheit erzielen alle Maßnahmen eine anhaltende Wirkung.

Wichtig ist es, Anerkennung als einen fortwährenden Prozess zu begreifen. Ein ermunterndes Wort oder eine Auszeichnung alle paar Jahre reichen nicht.

Vielmehr ist Anerkennung auf Dauer angelegt und angemessen zu dosieren:

Eine Selbstverständlichkeit?

Mit einem „Dankeschön“ oder mit ermunternden Worten sollte nie gegeizt werden. Viel zu oft werden Dinge nämlich zur Selbstverständlichkeit. Mit der Zeit wirkt sich dies negativ auf die Motivation der Kameraden aus.

Lob

Belobigungen in einem öffentlichen Rahmen eignen sich vor allem zur Anerkennung von besonderen Handlungen (z. B. wenn sich ein Kamerad oder eine Gruppe beim Umbau des Feuerwehrhauses hervorgetan hat).

Gleiche Chancen für alle

Auszeichnungen sollten die Anerkennung für ein langjähriges Engagement zum Ausdruck bringen. Hier kommt es besonders auf die „Dosis“ an. Während sich einige Kameraden „hochdekoriert“ mit einer Vielzahl von Auszeichnungen an der Uniform schmücken können, werden andere teils über Jahre vergessen oder übergangen. Es empfiehlt sich, in regelmäßigen Abständen die Auszeichnungen zu überprüfen und mit ihnen gezielt Anreize zu setzen. Verleiht nicht erst eine Auszeichnung, wenn die Tätigkeit nach X Jahren endet!

Happy Birthday

Geburtstage sind ein guter Zeitpunkt, um dem betreffenden Kameraden für seinen Dienst und seine Freundschaft zu danken. Ein kleines Präsent unterstützt dies zusätzlich.

Der richtige Rahmen

Egal ob Dankeschön, Belobigung oder Auszeichnung – die Ehrungen sollten an besonderer Stelle erfolgen. Nicht immer muss es die Jahreshauptversammlung sein. Besser geeignet wären z. B. der Neujahrsempfang beim Bürgermeister, ein großes Fest im Ort o. Ä. Der öffentliche Raum verstärkt die Wirkung und unterstreicht den Wert, welcher der Ehrung beigemessen wird.

5

3/3

Anerkennung von außen

Gut sichtbar

Die Feuerwehr sollte bei Umzügen und Festen einen festen Platz erhalten und nicht eine bloße sichernde Randerscheinung sein.

Verdientermaßen

Bürgermeister und Gemeinde sollten zum Umdenken gebracht werden und die Übergabe von Mitteln oder Ausrüstung nicht als freundliche Spende, sondern als anerkennende Unterstützung des geleisteten Dienstes präsentieren.

Ehre, wem Ehre gebührt

Dorf und Stadtteilgemeinschaften sollten dazu angehalten werden, selbst regelmäßig ihre Anerkennung zu zeigen.

Ganz im Bilde

Eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit schafft Anerkennung, wenn die Kameraden etwas über sich in der Zeitung lesen oder im Fernsehen anschauen können.

Eigene Kanäle

Über die Webseite und die Sozialen Medien bringt die Veröffentlichung der eigenen Taten (gern auch mit der Nennung der teilnehmenden Kameraden) zusätzliche Aufmerksamkeit und damit Anerkennung.

Auf höchster Ebene

Meldungen von persönlichen Bestleistungen in allen möglichen Bereichen sollten dem Thüringer Feuerwehr-Verband mitgeteilt werden. Dieser zollt gern zusätzliche Anerkennung.

3.3 Umdenken und Flexibilisierung von Strukturen

Mit Stolz können die Feuerwehren auf eine lange Tradition zurückblicken. Über einen Zeitraum von mehr als 150 Jahren haben sich schlagkräftige, gut organisierte und stets einsatzbereite Freiwillige Feuerwehren entwickelt. Vieles funktioniert sehr gut bei uns, doch es gibt auch einige Bereiche, die wir den sich ändernden äußeren Bedingungen anpassen müssen und die teilweise Interessenten abschrecken:

Die Zeiten für und die Form der Ausbildung müssen sich stärker an den Freiräumen der Feuerwehrleute ausrichten. Arbeitnehmer sind heutzutage viel häufiger im Schichtdienst und am Wochenende eingebunden. Daher müssen die Angebote entsprechend flexibler gestaltet werden (z. B. durch modulare Ausbildung). Bei Quereinsteigern sollte, wann immer möglich, fachliches Vorwissen berücksichtigt werden. So lässt sich gegebenenfalls die Ausbildungszeit reduzieren.

Klare Zuordnungen und Unterstellungsverhältnisse sind im Einsatz unabdingbar – daher gibt es bei den Feuerwehren entsprechende hierarchische Strukturen. Dennoch sollten alle Kameraden die Möglichkeit haben, sich und ihre Fähigkeiten in die Feuerwehr einzubringen. Kameradschaft funktioniert nur auf Augenhöhe. Insbesondere den aus der Jugendfeuerwehr in die Einsatzabteilungen wechselnden jungen Kameraden ist es wichtig, sich selbst mit einbringen zu können. Hier haben sich die Ansichten stark gewandelt. Der Ausspruch „Lehrjahre sind keine Herrenjahre“ gilt heute in dieser Form nicht mehr.

Aufgaben sollten in der Feuerwehr immer auf mehrere Schultern verteilt werden, um die Wehrführung zu entlasten und so viele Kameraden wie möglich zu aktivieren. Ein Wehrführer muss auch nicht jeden Einsatz selber leiten. Hierfür haben Sie ausgebildete Führungskräfte, die auch ihre praktischen Erfahrungen machen müssen. Daher heißt es: Verantwortung abgeben und andere einbinden lernen!

Bei der Feuerwehr gibt es viele Möglichkeiten sich zu engagieren. Wenn auch nicht jeder Interessent für jeden Bereich geeignet ist, so gibt es doch einen geeigneten Platz für jeden (z. B. Kinder-/Jugendbetreuung, Logistik, FEZ usw.).

Holt Euch Experten in die Feuerwehr – sei es Pädagogen für die Jugendfeuerwehr, einen Arzt oder Notfallsanitäter für die Erste-Hilfe-Ausbildung oder einen Chemiker, Ingenieur o. Ä. als Fachberater. Diese müssen nicht zwangsweise eine feuerwehrtechnische Ausbildung absolvieren, können Euch aber eine wertvolle Unterstützung sein.

Die Zusammenarbeit spielt eine immer wichtigere Rolle. Und hier sind kaum Grenzen gesetzt: Von der gemeinsamen Jugendfeuerwehr, über eine gemeinsame Ausbildung, bis zur gemeinsamen Mitgliedergewinnung. In der Teamarbeit steckt enormes Potenzial. Dabei muss das „Kirchturmdenken“ (dein/mein Feuer/Auto usw.) endgültig abgelegt werden.

3.4 Gewinnung von Partnern

Allein fällt alles schwerer – auch die Mitgliedergewinnung. Deswegen sollte sich jede Feuerwehr Partner suchen, welche sie hierbei tatkräftig unterstützen. Erster und wichtigster Partner sollte immer die Gemeinde sein, schließlich ist diese als Aufgabenträger auch für den Personalbestand der Feuerwehr zuständig. Die Gemeinden können Anreize setzen (z. B. ermäßigte oder kostenfreie Eintritte, Beteiligung für Kosten im Fitnesscenter o. Ä.) und auch die Feuerwehr bei konkreten Werbemaßnahmen nachhaltig unterstützen. Weitere mögliche Partner sind:

- **Der Kreis-/Stadtfeuerwehrverband**
- **Andere Ortsfeuerwehren**
- **Sport-/Heimatvereine**
- **Ortsansässige Firmen/Unternehmen (insbesondere Handwerksbetriebe)**
- **Industrie- und Handels- sowie Handwerkskammern**
- **Die Agenturen für Arbeit bzw. die Jobcenter**
- **Soziale Träger**
- **Die lokalen Medien (Presse, Rundfunk)**
- **Kirchgemeinden**

5 Tipps zum Aufbau von fruchtbaren Kooperationen

1

Und wieder: Netzwerken!

Sucht Euch Partner, mit denen Euch gemeinsame Interessen verbinden. So kann ein Sportverein auch auf neue Mitglieder angewiesen sein. Durch sinnvolle zeitliche Absprachen könnt Ihr Möglichkeiten schaffen, dass sich beide Interessen ergänzen anstatt sich zu behindern.

2

Was wir zu bieten haben

Stellt die große Bedeutung der Freiwilligen Feuerwehr stets heraus. Durch ihre Rettungstätigkeit ist die Feuerwehr ein guter Werbepartner, den sich lokale Betriebe unter Umständen gern an die Seite stellen. Im Gegenzug erfahrt Ihr Unterstützung.

3

Immer dabei

Seid offen für die Ideen anderer! Die Feuerwehr wird nicht zwangsweise bei gemeinsamen Aktionen die Hauptrolle spielen. Oft ist es jedoch sinnvoller aktiv zu unterstützen, als sich zu distanzieren.

4

Wir sind kreativ

Neue Kooperationen können aus den unterschiedlichsten Gründen und Richtungen zustande kommen. Hier heißt es, stets offen zu sein und auch ungewöhnliche Wege in Betracht zu ziehen.

5

Das Wichtigste zum Schluss

Sprecht mögliche Partner aktiv an und wartet nicht darauf, dass diese zu Euch kommen!