



Aktionsbeschreibung zur Imagekampagne der Niedersächsischen Feuerwehren

Nds. Ministerium für Inneres und Sport
Referat B 23 – Brandschutz -

Lavesallee 6
30169 Hannover

Telefon: 0511/ 120-6322
Fax: 0511/ 120-6590

E-Mail: Irena.Weissner@mi.niedersachsen.de



Grußwort



GRUSSWORT DES LANDESFEUERWEHR- VERBANDES NIEDERSACHSEN E.V. – SPITZENVERBAND DER FEUERWEHREN IN NIEDERSACHSEN

Rückläufige Mitgliederzahlen in den Einsatzabteilungen der Freiwilligen Feuerwehren machen die Umsetzung neuer Ideen für die Gewinnung von Mitgliedern zwangsläufig erforderlich.

Damit die Einsatzbereitschaft sowie die Leistungsfähigkeit und damit letztendlich die Zukunftsfähigkeit des ehrenamtlich geprägten niedersächsischen Feuerwehrwesens auch zukünftig sichergestellt werden kann, hat der Landesfeuerwehrverband Niedersachsen bereits anlässlich seiner 99. Verbandsversammlung am 29. Mai 2010 in Nordhorn das aus sieben Einzelbroschüren bestehende Zukunftspapier „Perspektiven 2020“, welches detaillierte Vorschläge sowie einen umfangreichen Maßnahmenkatalog mit Anregungen und Hilfestellungen u.a. zur Mitgliedergewinnung für die Feuerwehren vor Ort enthält, veröffentlicht.

Darüber hinaus hat sich der Landesfeuerwehrverband Niedersachsen gemeinsam mit der Niedersächsischen Jugendfeuerwehr zwischenzeitlich auch maßgeblich an der Erarbeitung eines „Leitfadens zur Gewinnung und Stärkung von Freiwilligen für die Feuerwehren in Niedersachsen“ des Niedersächsischen Ministeriums für Inneres und Sport beteiligt.

Sowohl im Zukunftspapier „Perspektiven 2020“ des Landesfeuerwehrverbandes Niedersachsen als auch im benannten Leitfaden des Landes wurde die Notwendigkeit einer weitergehenden Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Arbeit der Freiwilligen Feuerwehren im Lande und darüber hinaus der Gewinnung neuer Mitglieder durch eine Intensivierung der Öffentlichkeitsarbeit festgestellt.

Die vorliegende Imagekampagne des Landes wird selbstverständlich sehr gern von uns unterstützt. Damit wird ein wichtiger Beitrag zur Erreichung der gemeinsamen Ziele geleistet und sicher eine Vielzahl an Bürgerinnen und Bürgern für den ehrenamtlichen Dienst im Feuerwehrwesen begeistert. Diese Begleitung ist für die kommunalen Träger wichtig.

Neben Plakaten, Flyern, Bauzaun-Transparenten und einer speziellen Internet-Homepage werden im Rahmen der Kampagne auch mobile Werbeträger zum Einsatz kommen. So sollen in den Landkreisen und kreisfreien Städten Linienbusse auf das Anliegen des Landes und der Feuerwehren im Hinblick auf die Gewinnung von engagierten Menschen für den zeitintensiven ehrenamtlichen Feuerwehrdienst aufmerksam machen.

Auch ist vorgesehen, dass die Einsatzfahrzeuge der Feuerwehren mittels Klebefolien als „rollende Botschafter“ genutzt werden. Zudem werden in allen niedersächsischen Kinos entsprechende Werbespots gezeigt.

Darüber hinaus ist beabsichtigt, dass die örtlichen Feuerwehren „ihre“ Bürgerinnen und Bürger im Rahmen der Aktion, z.B. in Form von „Tagen der offenen Tür“, über die Aufgaben, die entsprechende Ausrüstung und die notwendige Ausbildung der Feuerwehr informieren.

Mein ganz besonderer Dank gilt all jenen, die sich mit großem Engagement an der Konzeption und Realisation der Imagekampagne beteiligt haben. Besonders hervorheben möchte ich dabei die beteiligten Mitglieder des Landesfeuerwehrverbandes, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der kommunalen Spitzenverbände, des Brandschutzreferates im Niedersächsischen Ministerium für Inneres und Sport und die mitwirkenden Damen und Herren der Polizeidirektion Hannover.

Es ist mir zudem ein großes Bedürfnis, an dieser Stelle auch allen Feuerwehrekameradinnen und Feuerwehrekameraden in Niedersachsen, die durch ihren im Wesentlichen ehrenamtlichen persönlichen Einsatz tagtäglich dazu beitragen, dass Sicherheit und Hilfe bei Bränden und Notlagen im schönsten Bundesland der Welt noch immer flächendeckend gewährleistet sind, für ihr aufgezeigtes Engagement sehr herzlich zu danken.

Ich bin mir sicher, dass die betreffende Imagekampagne maßgeblich dazu beitragen wird, dass das hervorragende System der Freiwilligen Feuerwehren im Lande Niedersachsen, trotz des bereits einsetzenden demografischen und sozialen Wandels, auch zukünftig in bewährter Art und Weise für die kommunalen Träger Bestand hat.

Hannover, im November 2012

Hans Graulich
Regierungsbrandmeister
Präsident des LFV-NDS

Zielsetzung



GRUSSWORT DES NIEDERSÄCHSISCHEN LANDESBRANDDIREKTORS JÖRG SCHALL- HORN

„Wir werden weniger, grauer, vereinzelter, bunter.“

Dieser Satz, der im Zuge des Projektes „Sicherstellung des Brandschutzes in Niedersachsen unter besonderer Berücksichtigung des demografischen Wandels“ aufgegriffen wurde, fasst die Entwicklung der Bevölkerung in Nieder-

sachsen für die nächsten Jahre (Jahrzehnte) zusammen.

Niedersachsens Bevölkerung verändert sich, wird immer älter, einsamer, hat einen zunehmenden Migrationshintergrund und wird im Zuge der sich verändernden Arbeitswelt mobiler. Damit wird die Frage, wie die Gesellschaft sich mit einer zahlenmäßig geringer werdenden Jugend organisiert, für viele wichtige gesellschaftliche Bereiche erstmals zielführend zu klären sein. Ohne den jugendlichen Nachwuchs und auch längerfristig verfügbare menschliche Ressourcen können viele Strukturen nicht mehr in gewohnter Weise fortgeführt werden bzw. nicht mehr verlässlich funktionieren. Dieses gilt entsprechend auch für die Feuerwehren Niedersachsens.

Die Feuerwehren waren schon immer ein Abbild des Bevölkerungsquerschnittes. Sie werden es auch bei einem geänderten Querschnitt sein. Übertragen auf den Bereich der Niedersächsischen Feuerwehren bedeutet der Wandel mit Blick auf die Mitglieder- bzw. Bewerberzahlen im Einzelnen: Weniger Kinder, Jugendliche und junge Menschen werden für die ehrenamtliche oder auch die hauptberufliche Tätigkeit zur Verfügung stehen („weniger“). Das Durchschnittsalter der Angehörigen der Feuerwehren wird steigen („grauer“). Die sozialen Strukturen verändern sich. Partnerschaft und Familie erhalten eine andere Wertigkeit. Single-Haushalte werden zunehmen („vereinzelter“). Die Gemeinschaft – insbesondere der Freiwilligen Feuerwehren mit ihrem bürgerschaftlichen Engagement – wird an Bedeutung gewinnen. Mit der Internationalisierung der Bevölkerung, der Integration der Bevölkerungsgruppe mit Migrationshintergrund und deren relativ junger Altersstruktur wird die Personalstruktur der Feuerwehren vielfältiger („bunter“).

Insofern müssen die Feuerwehren in einen Wettbewerb um Nachwuchs dahingehend eintreten, sich zu präsentieren, einen großen Querschnitt der Bevölkerung anzusprechen und für die Mitwirkung bei der Feuerwehr zu gewinnen.

Dazu wurde im Abschlussbericht des Demografieprojektes eine nachhaltige mehrjährige Imagekampagne für die Niedersächsischen Feuerwehren als ein Baustein zur Förderung des Ehrenamtes und der Nachwuchsgewinnung herausgearbeitet.

Ich ermuntere dazu, die in dieser Aktionsbeschreibung aufgeführten vielfältigen Möglichkeiten zu nutzen, um Mitbürgerinnen und Mitbürger für den Dienst in der Feuerwehr zu begeistern.

Die Ausgestaltung dieser Imagekampagne sowie die konkrete Umsetzung erfolgte unter intensiver Einbindung der unterschiedlichsten Gremien in den Entstehungsprozess. Mein Dank gilt allen an der Realisierung der Imagekampagne Beteiligten, insbesondere den kommunalen Spitzenverbänden, dem Landesfeuerwehrverband Niedersachsen e.V. und der Polizeidirektion Hannover.

Hannover, im November 2012

Jörg Schallhorn
Landesbranddirektor

Die Kampagne

HINTERGRÜNDE

Im Zuge des Projektes des Niedersächsischen Ministeriums für Inneres und Sport zur „Sicherstellung des Brandschutzes unter besonderer Berücksichtigung des demografischen Wandels in Niedersachsen“ wurden mehrere Maßnahmen herausgearbeitet, um dem demografischen Wandel und seinen Folgen für die Feuerwehr zu begegnen. Eine dieser Maßnahmen ist eine nachhaltige mehrjährige Imagekampagne für die Niedersächsischen Feuerwehren zur Förderung des Ehrenamtes und der Nachwuchsgewinnung.

Zu Beginn der Entwicklung der Kampagne stand zunächst eine Bestandsaufnahme. Es konnte festgestellt werden, dass es auf lokaler Ebene vielschichtige Aktionen zur Mitgliederwerbung gibt. Bundesweit betrachtet haben bisher wenige Länder die Initiative ergriffen und nachhaltige landesweite Imagekampagnen ins Leben gerufen. Eines dieser Länder ist Bayern, dort wurde im Jahr 2011 eine Kampagne gestartet, die großen Zuspruch erzielte. Aufgrund der positiven Resonanz orientiert sich Niedersachsen an dieser Kampagne.

Zielsetzung der niedersächsischen Kampagne ist zum einen der Öffentlichkeit das weite Tätigkeitsfeld der Feuerwehr näherzubringen und zum anderen neue Mitglieder zu gewinnen. Der Ansatz der Imagekampagne basiert in der Bildsprache auf bekannten und damit leicht erkennbaren Gegenständen, die den Bezug zur Feuerwehr herstellen. Auf Motive wie Löschfahrzeuge oder brennende Gebäude sowie Eigenlob und Heroisierung der Arbeit wurde bewusst verzichtet. Die Werbemotive sollen im Kopf des Betrachters eigene Bilder schaffen und zum Nachdenken anregen, nicht aber mit erhobenem Zeigefinger belehren. Gezielt wurde eine direkte und kompromisslose Sprache gewählt: „Keine Ausreden! MITMACHEN!“

Alle Werbemittel und Maßnahmen wurden so angelegt, dass sie über einen langen Zeitraum hinweg eingesetzt werden können und sich nicht an zeitlich beschränkten Aktionen orientieren müssen. Die Werbemittel können über die Kampagnen-Website www.ja-zur-feuerwehr.de bestellt werden.

AUFTAKT DER KAMPAGNE

Im November 2012 startet die Kampagne in Niedersachsen. Einen ersten Impuls soll dabei die landesweite Ausstrahlung eines Kinowerbespots zur Kampagne vom 29.11.2012 bis 02.01.2013 geben. Noch in 2012 werden unterschiedlich zusammengestellte Starterpakete an die Ortsfeuerwehren, Gemeinden, kreisfreien Städte und Landkreise verteilt werden. Diese Starterpakete enthalten Werbemittel und sollen zur Auseinandersetzung mit und Unterstützung der Kampagne motivieren.

Für das erste Halbjahr 2013 ist außerdem eine groß angelegte Werbung mit Großflächenplakaten vorgesehen, die den Bekanntheitsgrad der Kampagne im ganzen Land steigern soll.

AKTIONEN VOR ORT

Eine Imagekampagne kann nur Denkanstöße geben. Die Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehren vor Ort bleibt unerlässlich. Öffentlichkeitsarbeit fängt schon beim Aushang der Kontaktdaten der Wehr an. Auf der Kampagnen-Website können Sie Hinweistafeln herunterladen und durch einen Aushang am Feuerwehrhaus allen potenziellen Interessenten einen Ansprechpartner bieten.

Die zur Verfügung stehenden Werbemittel eignen sich gut zum Einsatz an einem Tag der offenen Tür. Es bietet sich auch an, das Thema bei Presseterminen aufzugreifen.

Hilfestellung zur Durchführung von Presseterminen und auch von Veranstaltungen wie einem Tag der offenen Tür soll die Handreichung „Hinweise zur Gewinnung und Stärkung von Freiwilligen für die Feuerwehren in Niedersachsen“ geben, die zeitgleich zum Start der Imagekampagne veröffentlicht wird. In dieser findet sich eine Vielzahl von Anregungen zur Organisation und Gestaltung solcher Termine.

Die Motive

Die Kampagne bedient sich vier unterschiedlicher Motive, das Hauptmotiv stellt dabei der eingeschlagene Handdruckmelder dar. Dieser kommt auf allen Medien zum Einsatz, die anderen drei Motive sind darüber hinaus als Plakat-, Poster- und Bannermotive verfügbar.



Stell dir vor, du drückst und alle drücken sich.

Keine Ausreden! MITMACHEN!

www.ja-zur-feuerwehr.de

Freiwillige Feuerwehr
Unsere Freizeit für Ihre Sicherheit

Logo: Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport
Logo: Landesfeuerwehrverband Niedersachsen
Logo: VGH
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: CE



Stell dir vor, es brennt und keiner löscht.

Keine Ausreden! MITMACHEN!

www.ja-zur-feuerwehr.de

Freiwillige Feuerwehr
Unsere Freizeit für Ihre Sicherheit

Logo: Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport
Logo: Landesfeuerwehrverband Niedersachsen
Logo: VGH
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: CE

Posterformate: DIN A 1 = 840 x 594 mm, DIN A 2 = 594 x 420 mm, DIN A 3 = 420 x 297 mm



Stell dir vor, es brennt und keiner kommt.

Keine Ausreden! MITMACHEN!

www.ja-zur-feuerwehr.de

Freiwillige Feuerwehr
Unsere Freizeit für Ihre Sicherheit

Logo: Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport
Logo: Landesfeuerwehrverband Niedersachsen
Logo: VGH
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: CE



Stell dir vor, es brennt und keiner löscht.

Keine Ausreden! MITMACHEN!

www.ja-zur-feuerwehr.de

Freiwillige Feuerwehr
Unsere Freizeit für Ihre Sicherheit

Logo: Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport
Logo: Landesfeuerwehrverband Niedersachsen
Logo: VGH
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: ÖFFENTLICHE
Logo: CE

Unsere Werbemittel

GROSSFLÄCHENPLAKATE

Großflächenplakate sind optimale Werbemittel und haben eine hohe Reichweite, gerade in einem Flächenland wie Niedersachsen eine wichtige Eigenschaft, da die Botschaft sowohl in den ländlichen als auch in städtischen Bereichen ankommen soll.

Für das erste Halbjahr 2013 ist eine groß angelegte Werbung mit Großflächenplakaten vorgesehen, die den Bekanntheitsgrad der Kampagne im ganzen Land steigern soll. Für zehn Tage wird die Kampagne an vielen Orten Niedersachsens auf Plakatflächen beworben.

Auch auf eigene Initiative haben die Feuerwehren die Möglichkeit, Großflächenplakate zu nutzen. Auf der Kampagnen-Website können voraussichtlich ab Ende des ersten Halbjahres 2013 Großflächenplakate mit den Maßen 3560 x 2520 mm bestellt werden. Die Feuerwehr hat also selber Gelegenheit, die Plakate an den sinnvollsten Plätzen bei sich vor Ort zu platzieren. Sollte keine reguläre Plakatfläche zur Verfügung stehen, ist es für die Feuerwehr sicher auch ein Leichtes, eine entsprechende Konstruktion zur Präsentation des Plakats herzustellen.



Großflächenplakate gedruckt aus Papier: 3560 x 2520 mm

GERÄTERAUMBEBLEBUNG FÜR LÖSCHFAHRZEUGE

Feuerwehrfahrzeuge wecken immer das Interesse der Mitbürger, unabhängig vom jeweiligen Grund, aus dem sie auf der Straße unterwegs sind. Dieses Interesse kann für die Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchsgewinnung genutzt werden, indem auf einem oder mehreren Fahrzeugen Spezialfolien auf den Rollos der Geräteräume geklebt werden. Die Beklebung erfordert kein Spezialwissen und kann durch die Wehren in Eigenregie vorgenommen werden. Somit werden die Fahrzeuge Werbeträger in eigener Sache.

In den kostenfreien Starterpaketen der Gemeinde, kreisfreien Städte und Landkreise ist jeweils eine Löschfahrzeugbeklebung mit den Maßen 1300 x 1400 mm enthalten. Weitere Beklebungen in unterschiedlicher Größe können über die Kampagnen-Website bestellt werden.



BUSBEKLEBUNG

Im Alltag noch öfter auf der Straße unterwegs als Feuerwehrfahrzeuge sind Busse. Sie werden vielfältig eingesetzt und sind gerade im ländlichen Bereich ein wichtiges Transportmittel. Werbung auf Verkehrsmitteln ist daher immer präsent und hat einen hohen Wirkungsgrad. Aus diesem Grund wird jedem Landkreis bzw. jeder kreisfreien Stadt in Niedersachsen im Jahr 2013 die Möglichkeit gegeben, kostenfrei eine Beklebung für beide Seiten und das Heck eines Busses zu bestellen, inkl. der Dienstleistungen Montage und Entfernung.

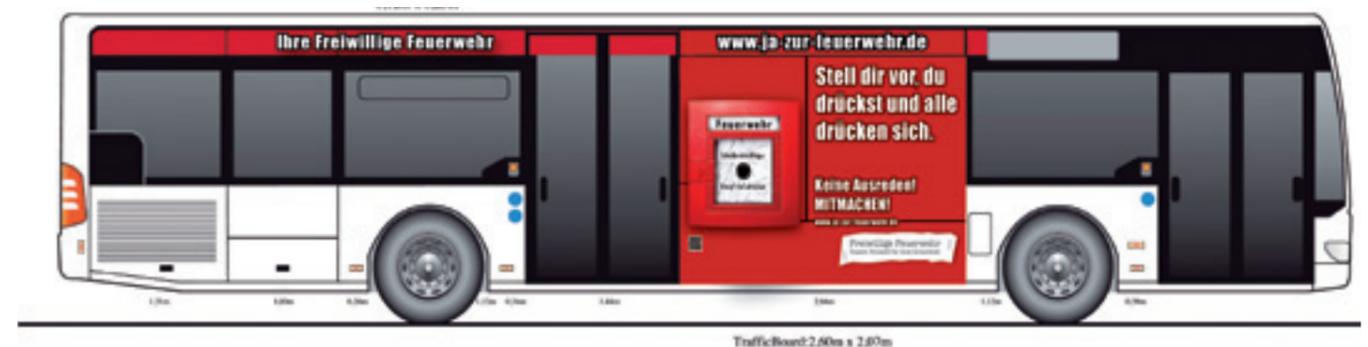
Hierzu verhandelt die Feuerwehr vor Ort zusammen mit ihrem Landkreis/ihrer kreisfreien Stadt mit den lokalen Busunternehmen. Erklärt sich ein Busunternehmer bereit, die Außenflächen eines seiner Busse für einen bestimmten Zeitraum für Werbung zur Verfügung zu stellen, werden die Maße des Busses an den Dienstleister übermittelt, der dann angepasste Klebefolien für den Bus herstellt. Montage und auch die spätere Entfernung sind im Leistungsspektrum des Dienstleisters enthalten.

Über diese eine Beklebung hinaus sind dann auch weitere Beklebung verfügbar, für die Kosten dieser Beklebung muss allerdings der jeweilige Landkreis/die kreisfreie Stadt selbst aufkommen.

Selbstverständlich müssen nicht beide Seiten und das Heck beklebt werden, es ist auch denkbar, nur beide Seiten des Busses ohne das Heck zu bekleben oder aber nur das Heck.

Die Einsatzmöglichkeiten solcher Folien gehen außerdem weit über Busse hinaus. Auch andere glatte Flächen von Verkehrsmitteln, angefangen bei LKW-Planen bis hin zu Waggons von Privatbahnen, können mit solchen Folien beklebt werden. Sollte dies gewünscht sein, kann eine individuelle Beratung durch den Dienstleister erfolgen.

Weitere Informationen zur Busbeklebung finden Sie auf der Kampagnen-Website www.ja-zur-feuerwehr.de.



BAUZAUNBANNER

Zwar nicht ganz so groß wie ein Großflächenplakat, aber mit den Maßen 3400 x 1750 mm dennoch groß genug, um Aufmerksamkeit zu erregen, sind Bauzaunbanner. Sie können klassischerweise an örtlichen Bauzäunen eingesetzt werden, aber mit gewissen Vorkehrungen auch am Feuerwehrhaus montiert werden.

In den Starterpaketen ist pro Gemeinde, kreisfreier Stadt und Landkreis ein Bauzaunbanner mit dem Hauptmotiv der Kampagne enthalten. Weitere Banner mit allen Kampagnenmotiven können über die Kampagnen-Website bestellt werden.



Bauzaun-Banner wetterfest mit Spann-Ösen: 3400 x 1750 mm

ROLL-UPS

Für den Einsatz in Räumlichkeiten ideal sind Roll-Ups, sie wirken edel und sind vielfältig einsetzbar, beispielsweise in Schulen, Rathäusern oder auf Messen.

Ab Ende des ersten Halbjahres 2013 können die Roll-Ups mit allen vier Motiven über die Kampagnen-Website bestellt werden. Zum gleichen Zeitpunkt werden die Gemeinden, Landkreise und kreisfreien Städte jeweils ein Roll-Up mit dem Hauptmotiv der Kampagne kostenfrei zugesandt bekommen.



INFO-FLYER

Alle Starterpakete enthalten den Kampagnenflyer in unterschiedlichen Stückzahlen. Er soll die Öffentlichkeit ansprechen und ihr einen Überblick über das große Tätigkeitsfeld der Feuerwehr geben. Feuerwehrleute sind mehr als nur „Feuerlöscher“, sie leisten viel mehr – doch oftmals ist dies den Mitbürgern nicht bewusst.

Der Flyer soll nicht nur Aufklärungsarbeit leisten, sondern auch den potenziellen Interessenten ansprechen. Aus diesem Grund wird der Leser aufgefordert, zu überlegen, weshalb er noch kein Feuerwehrmitglied ist. Bei Interesse kann er die auf der Rückseite des Flyers angegebenen Daten nutzen, um einen ersten Kontakt zur Feuerwehr herzustellen.

Über das Starterpaket hinausgehende Flyerstückzahlen können kostengünstig über die Kampagnen-Website bestellt werden.

KINOSPOT

Zu Beginn der Kampagne, im Zeitraum vom 29.11.2012 bis 02.01.2013, wird in ganz Niedersachsen der Kinospot zur Kampagne ausgestrahlt. Er ist knapp eine halbe Minute lang und kann auf der Kampagnen-Website heruntergeladen werden.

Mit diesem Spot können die Feuerwehren auf Kinos vor Ort zugehen und diese bitten, den Spot zu Beginn der ein oder anderen Vorstellung abzuspielen.



HINWEISTAFEL

Die auf der Kampagnen-Website herunterladbaren Hinweistafeln sollen dabei helfen, dem potenziellen Interessenten übersichtlich seine Ansprechpartner darzustellen. Es gibt zwei Varianten der Hinweistafel: eine für die Ortsfeuerwehr, die die Tafel beispielsweise am Feuerwehrhaus aushängen kann, die andere Variante ist für die Gemeindefeuerwehr gedacht und kann beispielsweise im Bürgeramt oder Rathaus ausgehängt werden.

WWW.JA-ZUR-FEUERWEHR.DE

Ohne eine Internetseite kommt heutzutage keine Kampagne aus. Auf der Website zur niedersächsischen Kampagne können sich die potenziellen Interessenten über die Feuerwehr informieren. Den Feuerwehrangehörigen wiederum wird die Möglichkeit gegeben, sich ein Bild über die Kampagne zu verschaffen sowie Werbemittel zu bestellen.

Unabhängig davon hat die Website noch einen eigenen Bereich, in dem die im Zusammenhang mit der Kampagne stehenden Aktionen und Entwicklungen dargestellt werden. Berichte über erfolgreiche Aktionen vor Ort können hier im Nachgang eingesandt und über den Administrator der Homepage eingestellt werden.

Feuerwehr
Knopf tief drücken
NOTRUF 112

Ihre Ansprechpartner:

ORTSBRANDMEISTER(IN)
NAME: _____
TELEFON: _____
STV. ORTSBRANDMEISTER(IN)
NAME: _____
TELEFON: _____
HOME PAGE _____

Feuerwehr
Knopf tief drücken
NOTRUF 112

Ihre Ansprechpartner:

GEMEINDEBRANDMEISTER(IN)
NAME: _____
TELEFON: _____
STV. GEMEINDEBRANDMEISTER(IN)
NAME: _____
TELEFON: _____
HOME PAGE _____

