

Sachbericht und Evaluation der Kampagnen „Teil 1 bis Teil 3“ zur Nachwuchs- und Mitgliedergewinnung für die bayerischen Feuerwehren.

Allgemeines:

Die Öffentlichkeit für die Arbeit der Freiwilligen Feuerwehr sensibilisieren und neue Mitglieder akquirieren – das waren die Ziele der auf drei Jahre angelegten Imagekampagne des Landesfeuerwehrverbandes Bayern e.V. (LFV). Den Auftakt zu der bayernweiten Aktion gab der Bayerische Innenminister Joachim Herrmann am 17. September 2011 in Frauenau im Landkreis Regen.

Eine Kampagne ist nur gut, wenn Sie auch an die Öffentlichkeit gelangt.

Die Feuerwehren haben dabei die Feuerwehraktionswochen ganz gezielt für Veranstaltungen in den Feuerwehren vor Ort genutzt und die zur Verfügung gestellten Werbemittel für die Mitgliederwerbung gezielt eingesetzt. Alle Materialien sind zeitunabhängig, planen Sie auch nach der Feuerwehraktionswoche Aktionen, um neue Mitglieder für Ihre Feuerwehr zu gewinnen.

Dafür hat der LFV Bayern mit dem Start der Kampagne an seine Untergliederungen geworben.

Die vergangenen drei Jahre haben gezeigt, dass sowohl unsere Kameradinnen und Kameraden als auch die Angestellten in den kommunalen Verwaltungen ideenreich, hilfsbereit und aufgeschlossen sind, wenn es um die Akquise neuer Ehrenamtlicher geht.

Demographischer Wandel am Beispiel der Feuerwehren:

Für eine nachhaltige und dauerhafte Aufrechterhaltung unseres flächendeckenden Hilfeleistungssystems müssen wir frühzeitig dem demographischen Trend massiv gegensteuern. Dies bedeutet, dass wir konsequent und zielgerichtet Mitgliedergewinnung und -erhaltung betreiben müssen – sowohl bei Jugendlichen, als auch bei den Erwachsenen, bei Mädeln und Frauen, bei Quereinsteigern ebenso wie bei Migranten. Nur dann wird es uns gelingen, auch zukünftig ausreichend Aktive Feuerwehrdienstleistende für den Feuerwehrdienst vorhalten zu können!

Ist dem wirklich so oder ist es nur Panikmache?

Dies wollte der LFV Bayern genauer wissen, und hat zur Klärung dieser Frage eine Studentin gewinnen können, die in 2011 ihre Masterarbeit geschrieben hat zum Thema:

„Die Zukunft der Freiwilligen Feuerwehren Bayerns im Demographischen Wandel – Demographische Überlegungen zur Sicherung des Ehrenamts in Bayern am Beispiel Freiwillige Feuerwehr“.

Mit dieser Masterarbeit waren wir auf der Bundesebene führend unterwegs, denn so detailliert hat kein anderes Bundesland eine Erhebung zu diesem Thema durchgeführt. Insgesamt haben sich dabei 511 Feuerwehren mit 27.860 Mitgliedern aus 273 Gemeinden beteiligt.

Und das Ergebnis erfüllt zum einen unsere Erwartungen **aber auch unsere Befürchtungen!**

Wenn wir alle zusammen nur abwarten und nichts dagegen tun, wird sich nach der Modellberechnung die Mitgliederzahl der Freiwilligen Feuerwehr Bayerns sukzessive in den nächsten 20 Jahren von derzeit über 370.000 (320.000 Aktive und 49.000 Jugendliche) um über 50.000 Personen (die Jugendlichen eingerechnet) verringern, ein Rückgang von fast 15 Prozent in den nächsten 20 Jahren.

Besonders ausgeprägt ist der Rückgang dabei an Feuerwehranwärtern bis 2030. Auf Landesebene würde nach der Modellberechnung ihre Zahl im Vergleich zum Jahr 2011 um insgesamt 19 Prozent zurückgehen, wenn wir hier nicht weiterhin massiv Werbung in dieser Altersgruppe betreiben.

(siehe Anlage – Auszug aus der Masterarbeit)

Aus den Überlegungen der Masterarbeit bedeutet dies für den Staat, die Kommunen, die Bayerische Wirtschaft mit ihren Unternehmern und uns:

- Wir müssen dauerhaft für das Ehrenamt Feuerwehr werben.
- Die Verantwortlichen der Feuerwehren müssen vor Ort die zu Bewerbenden direkt ansprechen.
- Die Schulen müssen viel stärker mit eingebunden werden
- Jugend muss auf "**Vielfalt**" ausgeweitet werden.
- Personen im erwerbsfähigen Alter, sog. „Quereinsteiger“ müssen verstärkt gewonnen werden.
- Frauen müssen stärker beworben werden.
- Die Altersgrenzen für den ehrenamtlichen aktiven Feuerwehrdienst müssen ausgeweitet werden.
- Die Frage, wie kann man Feuerwehrdienstleistende länger im Engagementbereich Feuerwehr halten kann, muss geklärt werden.
- Und wir brauchen die Unterstützung durch Kooperationen mit Unternehmen. Die bayerische Wirtschaft und ihre Firmen müssen für das Ehrenamt gewonnen werden, ihre Mitarbeiter dabei zu unterstützen, sich ehrenamtlich in der Freiwilligen Feuerwehr einzubringen.

Die langfristige Perspektive sollte demnach: **„Eine Feuerwehr für alle Bevölkerungsgruppen und in allen Lebensphasen sein“**, die offen ist für alle Menschen jeder Bevölkerungsgruppe und jeder Generation in Bayern.

Wir, der LFV Bayern haben dies schon vor Jahren erkannt und eben **gerade darum**, die Initiative zu unserer Kampagne ergriffen, **um Vorsorge zu betreiben und die Zukunft zu sichern**.

Wichtig ist nun weiterhin, die Politik auf der Länderebene, die Kommunalpolitik und die Bayerische Wirtschaft zu überzeugen, diesen Weg mit uns weiter zu gehen.

Zu den Kampagnen:

Teil 1:

Stell dir vor, du drückst und alle drücken sich - Keine Ausreden! MITMACHEN!



**Stell dir vor,
du drückst und
alle drücken
sich.**

**Keine Ausreden!
MITMACHEN!**

www.ich-will-zur-feuerwehr.de

Freiwillige Feuerwehr
Unsere Freizeit für Ihre Sicherheit

Feuerwehr-Aktionswoche und Start der 3-jährigen Kampagne zur Nachwuchs- und Mitgliedergewinnung für die bayerischen Feuerwehren im September 2011.

„Wir müssen gemeinsam heute die Weichen für morgen stellen, damit wir auch die Aufgaben von Übermorgen noch bewältigen können.“

Das war der Aufruf bei der Vorstellung der neuen dreijährigen Imagekampagne mit dem diesjährigen Thema „**Stell dir vor, es brennt und keiner kommt - Keine Ausreden! MITMACHEN!**“ sollten die Bürger zum Mitmachen in der Freiwilligen Feuerwehr animiert werden.

Innenminister Joachim Herrmann: "Wichtige Maßnahme zur Nachwuchsgewinnung – Freistaat Bayern beteiligt sich an Nachwuchskampagne mit über 800.000 Euro ."

Über 219 'Werbebusse' wurden mit der Kampagnenbeklebung versehen, waren und sind teilweise noch Bayernweit in allen Landkreisen und kreisfreien Städten unterwegs.

Die 'Werbebusse' sind Teil einer vom Landesfeuerwehrverband im September 2011 beginnenden, auf drei Jahre angelegten 'Kampagne zur Nachwuchsgewinnung bei den Freiwilligen Feuerwehren. Die Werbebusse sind dabei eine der wichtigsten Maßnahmen. Mit ihnen erhielt die Werbung für unsere Feuerwehren einen festen Platz im Straßenbild.

Alle Veröffentlichungen sind nachzulesen unter:

<http://www.lfv-bayern.de/aktuelles/veranstaltungen-termine/aktionswochen/2011/2011-aktionen-vor-ort.html>

Teil 2:

Ich bin dabei. Wo bleibst du?



Zeitgleich mit der Feuerwehraktionswoche 2012 startete am 15. September 2012 in Fürstenfeldbruck der zweite Teil der groß angelegten Imagekampagne des LFV Bayern. Sie wurde unterstützt durch das Bayerische Staatsministerium des Innern und steht unter dem Motto: „Ich bin dabei. Wo bleibst Du?“

Mit rund 4.900 Jugendfeuerwehrgruppen und 49.400 aktiven Jugendlichen im Jahr 2011 – davon rund 11.500 Mädchen – stellt Bayern den bundesweit stärksten Jugendverband. All diese Jugendlichen sichern dank ihres Engagements sowie der fundierten Ausbildung durch unsere Jugendwarte die Zukunft des Brand- und Katastrophenschutzes in unseren Städten

und Gemeinden. Zugleich spiegeln sie auch die Herausforderungen unserer Gesellschaft wieder – sei es beim Thema Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund oder auch bei der Gleichberechtigung von Jungen und Mädchen.

Die Jugendfeuerwehr garantiert verlässlichen Halt in einer festen und strukturierten Gemeinschaft, sie lehrt mit Erfolg und Niederlagen zurechtzukommen und füreinander dazu sein. Unsere Jugendfeuerwehren sind also heute mehr denn je Garant für eine sinnvolle und zuverlässige Freizeitgestaltung unserer Jugendlichen – egal ob in den ländlich geprägten Regionen oder den Städten des Freistaats.

Doch der demographische Trend gibt Anlass zur Sorge:

Auch in Bayern ist ein Geburtenrückgang zu verzeichnen. Dadurch stehen zukünftig immer weniger junge Menschen für das Ehrenamt bei den Feuerwehren zur Verfügung.

Und diese weniger werdenden Jugendlichen stehen natürlich im Fokus aller anderen Hilfsorganisationen im Freistaat. Doch für den Staat und vor allem die Kommunen ist ein Fortbestand der Freiwilligen Feuerwehren essentiell:

Auch in den kommenden Jahrzehnten müssen der Brandschutz und die technische Hilfeleistung uneingeschränkt sichergestellt sein.

Der Landesfeuerwehrverband Bayern und die Jugendfeuerwehr Bayern haben Aktivitäten geschaffen, die von den Kindern und Jugendlichen wahrgenommen wurden und die deren Bedürfnisse erfüllten.

Um die Jugendlichen aus einer passiven Rolle zur aktiven Mitarbeit in den Feuerwehren zu bewegen, mussten unsere Aktionen vielfältig und interessant sein. Die zweite Stufe unserer Imagekampagne war ein wichtiger Schritt zur Gewinnung neuer ehrenamtlicher Helfer. Sie richtet sich gezielt an die 12- bis 18-Jährigen, und bedient sich dabei deren Bild- und Umgangssprache.

„Ich bin dabei. Wo bleibst Du?“, lautete die Frage, die ab Herbst 2012 über ein ganzes Jahr Bayernweit in unseren Dörfern und Städten gestellt wurde – ob auf Großflächenplakaten oder Postern, auf Bussen, Bauzaunbannern, Litfasssäulen oder im Internet.

Die Jugend ist die Zukunft – sowohl die unseres Landes als auch die unserer „Freiwilligen Feuerwehren“, die als einzigartiges Sicherheitssystem rund um die Uhr zur Sicherheit der Bürger unseres Landes bereitstehen.

„Wer die Jugend hat, hat die Zukunft.“

Kurzfilmwettbewerb zur Jugendkampagne mit dem Motto:

"Ich bin dabei / Wir sind dabei - Wo bleibst du?"

„Wie kommen eigentlich Kinder und Jugendliche zur Freiwilligen Feuerwehr, und was bewegt sie dazu, sich dort dauerhaft zu engagieren?“

Diese und weitere Fragen beantwortete die erste repräsentative Umfrage unter den Mitgliedern bayerischer Jugendfeuerwehren. Erhoben wurden die Daten vom Landesfeuerwehrverband Bayern gemeinsam mit der Jugendfeuerwehr Bayern.

Die Verbände haben die Erkenntnisse genutzt, um ihre Kinder- und Jugendarbeit noch gezielter auf die Bedürfnisse und Wünsche der Aktiven auszurichten und neue Mitglieder zu gewinnen.

Insgesamt nahmen über 3.000 Kinder und Jugendliche zwischen 12 und 18 Jahren an der Umfrage teil.

Alle Veröffentlichungen sind nachzulesen unter:

[http://www.lfv-bayern.de/aktuelles/veranstaltungen-terminen/aktionswochen/2012/2012-aktionen-vor-ort.html](http://www.lfv-bayern.de/aktuelles/veranstaltungen-termine/aktionswochen/2012/2012-aktionen-vor-ort.html)

Teil 3:

Ehrensache! Mach mit - Ehrenamt ist Ehrensache!



BRÄNDE
LÖSCHEN.

MENSCHEN
RETTEN.

TECHNISCHE
HILFE LEISTEN.

JEDERZEIT.
BAYERNWEIT.

EHRENSACHE!

MACH MIT!

Die Freiwilligen Feuerwehren
Unsere Freizeit für Ihre Sicherheit

112

www.lfv-bayern.de

Ehrenamtliches Engagement fühlt sich gut an - das kann jeder bestätigen, der sich in seiner Freizeit unentgeltlich für andere einsetzt. An diejenigen, die sich dazu bisher noch nicht entschließen konnten, richtete sich der dritte Teil unserer Bayernweiten Imagekampagne. Unter dem Motto "Ehrensache. Jederzeit. Bayernweit." sprachen wir erneut die komplette Bandbreite der Bevölkerung an und hoffen, so möglichst viele neue Mitglieder zu generieren.

Wie auch in den vergangenen beiden Jahren basieren die Kampagnen-Motive auf einer klaren, plakativen und dadurch leicht verständlichen Bildsprache. Die abgebildeten Ausrüstungsgegenstände und Arbeitsmittel sowie die Botschaft "Ehrensache: Mach mit!" standen auf einem leicht wieder erkennbaren roten Hintergrund.

So stand im Focus der neuen Kampagne plakativ der Begriff „EHRENSACHE“: ein Versprechen von höchstem Gut in Zeiten unserer schnelllebigen Konsumgesellschaft, ein ehrliches Bekenntnis zum uneigennützigem Engagement für das Gemeinwohl. Wir besinnen uns der Bedeutung des Wortes EHRE und greifen es auf als zentralen Bestandteil unserer Kommunikation, die sowohl nach Innen als auch nach Außen gerichtet Wirkung zeigen wird.

Untermauert wird der zentrale Begriff "EHRENSACHE" mit konkreten Zahlen und Fakten der täglichen Arbeit unserer Feuerwehren, welche die Leistung der Bayernweit über 320.000 ehrenamtlichen Feuerwehrmänner und -frauen auf plakative Weise deutlich machen.

Mit den bisherigen Motiven wurden sehr gute Erfolge erzielt, die sich auch in konkreten Zahlen niedergeschlagen haben. Besonders hervorzuheben ist die Steigerung im Bereich der Jugendfeuerwehren. Waren es zum 01.01.2012 insgesamt 49.344 Jugendliche, konnte 2013 wieder die über „Fünzigtausend“ mit insgesamt 50.134 Jugendlichen übersprungen werden. Setzt man den sonst eintretenden Rückgang mit der Steigerung an, entspricht dies einer Steigerung um 2,5 Prozent!

Alle Veröffentlichungen sind nachzulesen unter:

<http://www.lfv-bayern.de/aktuelles/veranstaltungen-termine/aktionswochen/2013/2013-aktionen-vor-ort.html>

Werbemittel für die Kreis- Stadt- und Bezirksfeuerwehrverbände. Ebenso für die Jugendfeuerwehr und die Feuerwehren vor Ort:

- Buswerbung über drei Jahre in allen Landkreisen und kreisfreien Städten
- Banden-Transparente
- Kampagnen-Aufkleber
- Bauzaunbanner
- Großflächenwerbung bei Einkaufsmärkten
- Radiowerbung
- Videoclips zu allen drei Kampagnen
- Themenhefte für die Feuerwehren zur Umsetzung
- Flyer
- Plakate
- Roll-Up`s
- Eigener Internetauftritt zu den jeweiligen Kampagnen
- Facebook und Youtube

Fazit – Zahlen - Fakten:

Wir haben die Anregungen aus der Masterarbeit zur demographischen Entwicklung der Feuerwehren aufgegriffen und bereits im Teil 1 bis Teil 3 der Kampagnen umgesetzt. Der Freistaat Bayern, die kommunalen Spitzenverbände, wie auch die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft unterstützen unsere Kampagnen.

Von Seiten der Kreis- und Stadtfeuerwehrverbände, der Jugendgruppen und der Freiwilligen Feuerwehren haben wir stets positive Resonanzen erhalten.

Allein die vielen Nachbestellungen von Werbematerial durch die Feuerwehren haben eindeutig aufgezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Diesen Weg gilt es uneingeschränkt in den nächsten Jahren weiter zu verfolgen und dauerhaft aktiv Werbung für den Beitritt zur Freiwilligen Feuerwehr zu betreiben.

Nur so können für die flächendeckende Präsenz der 7.700 Freiwilligen Feuerwehren sichern.

Auszüge bezüglich Anzahl der zur Verfügung gestellten Werbematerialien zum Teil 1 bis Teil 3 der Kampagnen:

	<u>Anzahl:</u>
- Plakate /A2 / A3	348.400
- Flyer	1.320.000
- Busbeklebung	219
- Bauzaunbanner	918
- Roll-Up`s	748
- Werbung an Großflächentafeln	1.500

Nachfolgend ein Auszug der Zahlen von 1993 bis 2015.

Freiwilligen Aktive davon weiblich in % Jugendliche davon Jugend- Kind
Feuerwehren Weiblich gruppen Feuerwehren

Datum	Aktive	davon weiblich	in %	Jugendliche	davon Weiblich	Jugendgruppen	Kind Feuerwehren
01.01.1993	346.429						
01.01.1997	332.226						
01.01.2003	323.783	18.636	6 %	51.745	10.729	4.603	
01.01.2011	320.564	21.909	7%	50.550	11.588	4.983	
01.01.2012	322.182	23.441	7%	49.344	11.527	4.937	634
01.01.2013	320.457	24.013	7%	50.134	11.908	5.023	1.307
01.01.2014	319.468	25.012	8%	49.891	11.882	5.084	1.975
01.01.2015	319.431	26.107	8%	49.657	12.305	5.172	2.804

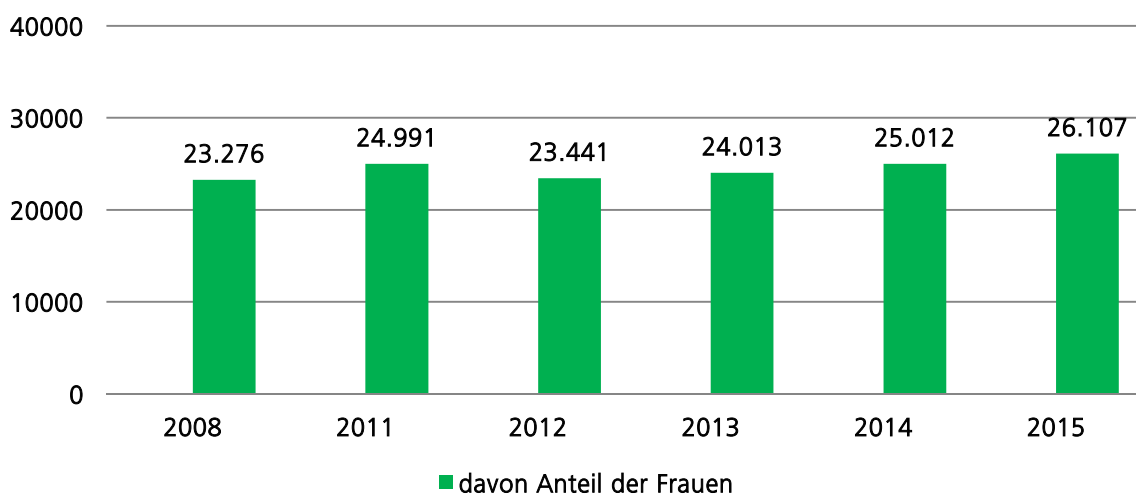
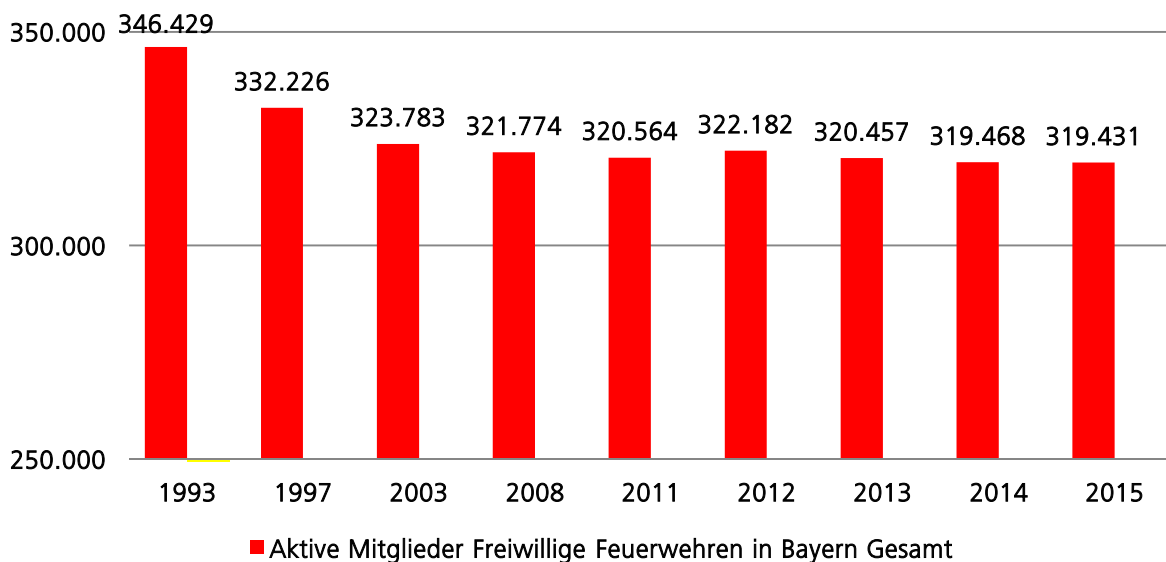
Daraus ist ersichtlich, dass im Bereich der Aktiven ehrenamtlichen Feuerwehrdienstleistenden die Gesamtzahl in den letzten Jahren insgesamt gehalten werden konnte.

Ebenfalls konnte die Zahl der Jugendlichen auf dem Stand von rund 50.000 Jugendlichen (12 bis 18 Jahre) gehalten werden.

Besonders hervorzuheben ist die hohe Steigerung der Zahl der Kinderfeuerwehren in Bayern.

Nachfolgend noch eine Zusammenfassung über die Entwicklung seit 1993, soweit uns hierzu Zahlen vorlagen. Dabei ist ein klarer Rückgang der Aktiven Fw-Dlt. von 1993 auf 2011 erkennbar.

Seit 2011 konnten die Zahlen sehr stabil bei rund 320.000 Aktiven Feuerwehrdienstleistenden bei den Freiwilligen Feuerwehren gehalten werden.



Der Anteil der Frauen in den Feuerwehren ist allein in den Jahren 2008 bis 2015 um rund 12 % gesteigert.

Daraus ist auch ersichtlich, dass wir 1993 insgesamt rund 346.500 Aktive in den Freiwilligen Feuerwehren hatten und hier bis 2011 ein Rückgang auf 320.000, also um rund 8 % zu verzeichnen war. Dies war u.a. auch Anlass zu den Kampagnen zur Mitgliedergewinnung, um den weiteren Rückgang der Zahlen der Aktiven Feuerwehrdienstleistenden entgegen der Modellberechnung der Masterarbeit (bis 2030 um rund 50.000 weniger) entgegen zu wirken und zu minimieren.

Für 2014 bis 2016:

In 2014/15 wurden verstärkt Personen im erwerbsfähigen Alter, sog. „Quereinsteiger“ mit der „Emotion“ ihrer Kinder beworben.

In 2015/16 werben wir verstärkt für die Gewinnung von Frauen zur Feuerwehr.

2014/15 Kampagne Quereinsteiger

2015/16 Kampagne Gewinnung von Frauen



Weitere notwendige Maßnahmen.

- Aufnahme der Kinderfeuerwehren in das Feuerwehrgesetz mit dem entsprechenden Versicherungsschutz
- Anhebung der Altersgrenze bei den Freiwilligen Feuerwehren (derzeit endet der aktive Feuerwehrdienst mit dem 63. Lebensjahr).
- Fortführung gezielter Kampagnen zur Gewinnung von Jugendlichen, Frauen und Männern aller Altersschichten und Nationalitäten.

Anlagen:

- Jeweils eine Kurzpräsentation zu den Kampagnen Teil 1; Teil 2 und Teil 3
- Umfrageaktion Auswertung Jugendfeuerwehr zum Teil 2
- Auszug aus der Masterarbeit – Zukunft der Freiwilligen Feuerwehren Bayerns im Demographischen Wandel
- Strategiepapier Nachwuchsgewinnung Feuerwehr bis 2031

Gez.

Weinzierl, Vorsitzender LFV Bayern

04.05.2015