Martinshorn

Mitteilungsblatt der Feuerwehren und Jugendfeuerwehren im Landkreis Limburg-Weilburg

Jahrgang 25 Ausgabe 3 — SONDERAUSGABE Imagekampagne 24.12.2014

Themen in dieser Ausgabe:

- Wie kam es zur Kampagne
- Auftaktveranstaltung im Schloss Mengerskirchen
- Das Dialogtraining
- Die Pressearbeit
- Die Kinotrailer
- Internetauftritt „STEIG EIN“
- Nutzung der „Neuen Medien“
- Die Werbematerialien
- Die Aktionen vor Ort
- Feuerwehr-Aktionstag bei REWE in Elz
- 112 Prozent Feuerwehr in Hünfelden
- Impressionen von den Aktionen in Hünfelden
- Impressionen Aktionstag in Villmar
- Impressionen Aktionstag in Weilmünster
- 24 Stunden Übung mit Mitmachtag in Runkel
- Es geht um die Wurst in Niederselters
- Imagekampagne der FF Obertiefenbach
- Umsetzung der Kampagne in Weilburg
- Impressionen Großübung Weilburg
- Impressionen Aktionstag in Weilburg
- Merenberger Burg-Run
- Impressionen Aktionstag in Elbtal
- Ergebnis / Fazit / Dank
- Frohe Weihnachten
- Termine

Sonderausgabe zur Imagekampagne „STEIG EIN“

An einem kalten und regnerischen Abend am 18. November 2013 trafen sich Thomas Schmidt, Bernd Rompel, Roland Schmidt und Franz-Josef Sehr um zu überlegen, wie man mit den Werbemitteln des Landesfeuerwehrverbandes und des Landes Hessen umgehen sollte.

Man stellte sich folgende Fragen:

- Bringt das was, wenn man die Werbemittel einfach verteilt und ins Land hinaus streut?
- Sollte man die Gelegenheit besser nutzen, um Nachwuchs für die Feuerwehren zu generieren?
- Und wenn ja, wie stellen wir das an und welche Maßnahmen sind erforderlich?

So entstand die Idee, dass etwas Neuartiges entwickelt und angeboten werden muss. Damals ahnten die Beteiligten nicht, was daraus entstehen würde.

Die „Imagekampagne des Kreisfeuerwehrverbandes Limburg-Weilburg und der Feuerwehren des Landkreises“ war geboren und musste nun mit Leben gefüllt werden: Tagungen, Konzepterstellung, griffige Begriffe und Texte, ein Slogan, Presseberichte, ein Webauftritt für die Kampagne und vieles mehr …

Unter dem Slogan **„Steig ein“** wurde eine große Kampagne initiiert.



Wie kam es zur Kampagne und was ist dafür alles erforderlich ?

TOLL, FANTASTISCH, KLASSE, EINMALIG .... Dies sind die euphorischen Beschreibungen der Verantwortlichen des Kreisfeuerwehrverbandes Limburg-Weilburg des einstweiligen Ergebnisses der vom 18.09.2014 bis 28.09.2014 durchgeführten Imagekampagne. „Wir haben es immer gehofft, jedoch nie auszusprechen gewagt, dass wir mit unserer gemeinsamen Werbewoche so viele Menschen neu für die Feuerwehren interessieren können!“, resümiert dessen Vorsitzender Thomas Schmidt.

Wie kam es dazu?

Alles begann auf dem Hessentag des vergangenen Jahres in Kassel. Der Präsident des Landesfeuerwehrverbandes Dr. Ralf Ackermann und Hessens damaliger Innenminister Boris Rhein stellen eine neue Imagekampagne zur Nachwuchswerbung in den Einsatzabteilungen der Feuerwehren vor. Griffiger Slogan, tolle Plakate, bunte Bilder und jede Menge Materialien, die den Landkreisen und Kreisfeuerwehrverbänden im Herbst 2013 zur Verfügung gestellt wurden.

Was nun? Für eine aus diesem Anlass am 18.11.2013 einberufene Ad-hoc-Arbeitsgruppe des Kreisfeuerwehrverbandes war schnell klar, dass diese Imagekampagne regional anders umgesetzt werden sollte, als bei vorherigen Kampagnen. Keine Gießkanne raus und diese Materialen unkommentiert und proportional auf alle Feuerwehren verteilen und fertig. So hatte es bei vorherigen Aktionen schon nicht funktioniert und für Frust bei den Akteuren gesorgt. Es entstand die Idee, dass alle Feuerwehren koordiniert und instruiert in einer gemeinsamen Aktion zur gleichen Zeit das Gleiche tun. Dabei sollte den Feuerwehren nicht aufgeben werden, ob und was sie unternehmen; jede sollte sich ungezwungen und eigenverantwortlich entscheiden, was vor Ort das Beste ist.

Der Arbeitsgruppe war klar, dass eine auf örtlicher Ebene breit anlegte Kampagne viel Energie und Zeit kostet. Sie sollte aber die dortigen Funktionsträger— Wehrführer/-innen, Stadt- und Gemeindebrandinspektoren— möglichst wenig zusätzlich belasten. Letztere wurden deshalb am 03.12.2013 gebeten, eine Vertreterin bzw. einen Vertreter in eine kreisweite Projektgruppe „Imagekampagne“ zu entsenden.

Diese traf sich erstmalig am 11.02.2014 im Feuerwehrhaus Merenberg. Hierbei wurden in vier Workshops viele Ideen entwickelt und gemeinschaftlich wegweisende Beschlüsse für die Umsetzung der Kampagne gefasst:

- Aktionszeitraum: 18.09.2014 bis 28.09.2014
- Örtliche Umsetzung der Kampagne durch persönliche Ansprache „von Mensch zu Mensch“
- Fokus auf Nachwuchswerbung für die Einsatzabteilungen
- Feuerwehrverbände leisten umfassende Unterstützung.

Folgender Bedarf besteht:

- Gemeinsame Auftaktveranstaltung unter Beteiligung von Politik und Gesellschaft
- Umfassende Medienbegleitung:
  - Presse, evtl. Rundfunk und Fernsehen
  - Spezieller Internetauftritt
  - Soziale Netzwerke
  - Kinotrailer
- Dialogtraining incl. Aufstellung einer inhaltlichen Argumentationshilfe
- KFV-Flyer ggf. mit kommunenbezogenen Adressen
- Werbung auf Nahverkehrsbussen
- Werbung auf Bäckertüten
- Auswertung / Nachbetrachtung der Kampagne

Nachdem dieser gemeinsame Weg gefunden und allseits akzeptiert wurde, ging es an die Umsetzung dieses Masterplans. Vor Ort wurden kleine Teams zusammengestellt, um die örtlichen Aktivitäten zu planen. Der Kreisfeuerwehrverband fasste in seiner Verbandsausschusssitzung am 09.04.2014 seine Unterstützungsleistungen zusammen und ordnete diese den einzelnen Fachbereichen und Arbeitskreisen zu. Hierbei zeigte sich, dass eine ausschließlich fachliche Zuordnung nicht ausreichend ist. Die umfassenden von den Vertretern der Feuerwehren gewünschten Unterstützungsleistungen waren nur dann umzusetzen, wenn die gesamte Breite der verbandlichen Struktur genutzt wird und sich alle Gremien – ob fachlich zuständig oder nicht – an dieser Imagekampagne beteiligen.

Monatlich wurde sich fortan in der großen Projektgruppe „Imagekampagne“ getroffen. Sowohl die Vertreter der Feuerwehren, als auch die der verbandlichen Gremien berichteten über die Fortschritte der jeweiligen Planungen und die Zwischenergebnisse. Durch diesen Austausch wurden die Resultate der ursprünglichen Planungen gefestigt oder feiner ausgerichtet. Teilweise ergaben sich auch neue Ideen, die beispielgebend für weitere örtliche Aktivitäten waren.

Kreisfeuerwehrverband Limburg-Weilburg e.V.
Kreisjugendfeuerwehr Limburg-Weilburg

Die Auftaktveranstaltung im Schloss Mengerskirchen

Um die Aktion zu starten und vorzustellen, wurde am Donnerstag, 18. September 2014, um 19:00 Uhr im Schloss Mengerskirchen eine Auftaktveranstaltung durchgeführt. Diese wurde vom Fachbereich Brandschutzerziehung/-aufklärung unter Holger Thiel geplant und organisiert. Über 100 Personen aus Politik, Wirtschaft und der Führungsspitze der Feuerwehren waren gekommen. Als Ehrengäste konnte KFV-Vorsitzender Thomas Schmidt begrüßen: Landrat Manfred Michel, den Brechener Bürgermeister und Kreisvorsitzenden des Hessischen Städte- und Gemeindebundes Werner Schlenz, den Ersten Kreisbeigeordneten Helmut Jung, die Bürgermeister Michael Franz (Beselich), Silvia Scheu-Menzer (Hünfelden), Thomas Scholz (Mengerskirchen), Peter Blum (Waldbrunn), Manfred Heep (Weilmünster) sowie den Beigeordneten Volker Weiner (Selters/Ts.), als auch den Landtagsabgeordneten Andreas Hofmeister, den Bundestagsabgeordneten Markus Koob und Vertreter der Sponsoren.



Die Intension, die Werbemittel und die Aktionen der Feuerwehren wurden ausführlich vorgestellt. Auch konnte der erste mit dem „Steig-ein“-Logo versehene Bus der Fa. Medenbach bestaunt werden. Was die Mitarbeit in der Jugendfeuerwehr auszeichnet, stellten Laureen Schneider (Elbtal), Nina Lückel (Laubuseschbach), Corinna Sattler (Obershausen), Matthias Heidl (Laubuseschbach) und Jona Schmitter (Oberselters) vor: Freundschaft, Toleranz, Spaß, Vielfalt und Offenheit.

Als Einstieg hatte der KFV eine kleine Filmszene in der Aufmachung der „Star Wars“-Filme erstellt. Die Teilnehmer lasen aufmerksam den ablaufenden Text mit: *„Wir schreiben das Jahr 2034. Der Urenkel des ehemaligen Frankfurter Branddirektors Achilles hat das Feuerwehrwesen in Deutschland revolutioniert. Seine Erfindung wandelt örtlich begrenzt mit einem elektromagnetischen Impuls den Luftsauerstoff in Stickstoff um, sodass jeder Brand sofort erlischt. Ausgelöst wird dieser Impuls durch eine Drohne, die die Leitstelle des neuen Regierungsbezirkes AtLAHNium zum Brandort entsandt hat.“*

„Zum Glück“, so KFV-Verbandsvorsitzender Thomas Schmidt, „ist dies eine Utopie und so soll es auch bleiben, denn Brandbekämpfung wird auch in Zukunft nicht ohne Menschen stattfinden. Wir brauchen den Menschen in der Feuerwehr. Er ist der Mittelpunkt einer jeden Wehr, er und nicht das Einsatzmittel entscheidet, ob Feuerwehr gut oder schlecht ist.“

Die Arbeit in einer Feuerwehr sei ein wichtiger ehrenamtlicher Beitrag für das Gemeinwohl, bereite viel Spaß und wirke sich auch positiv auf die Entwicklung der Persönlichkeit aus. Mit „Energie im System Feuerwehr“ sei monatelang fieberhaft daran gearbeitet worden, neue Wege zu finden, um Menschen für die Einsatzabteilungen der Feuerwehren vor Ort zu gewinnen, so Schmidt.

Die einzelnen Maßnahmen in der kreisweiten Umsetzung der Imagekampagne wurden vor- und die Kernbotschaft aller Aktivitäten herausgestellt:

„Mitgliedgewinnung funktioniert nur im Dialog von Mensch zu Mensch!“



Das Dialogtraining

Wo komme ich in Kontakt mit Menschen und wie kann ich sie ansprechen, damit ein gutes Gespräch daraus wird, so die Fragen einiger Beteiligter. Im Steuerungskreis wurde diese Anforderung sehr ernst genommen und offen darüber diskutiert: **Das Dialogtraining war geboren.** Allerdings konnte der Kreisfeuerwehrverband auf keinerlei Erfahrungen aus anderen Verbänden zurückgreifen. Es gibt bundesweit schlichtweg noch keine derartige Idee. Also bildete sich ein sechsköpfiges Trainerteam des KFV und entwickelte ein Konzept. Es wurde Pionierarbeit geleistet! Alles musste auf die Bedürfnisse von Feuerwehrleuten abgestimmt sein.



Somit galt es für den Kreisfeuerwehrverband dieses Training konzeptionell und personell von Grund auf zu planen. Es sind bundesweit keine vergleichbaren Trainings von Feuerwehren oder Feuerwehrverbänden bekannt, so dass nicht auf deren Erfahrungen zurückgegriffen werden konnte. Unter der Leitung des Sprechers des Fachbereiches Feuerwehrvereine, Roland Schmidt, bildete sich ein sechsköpfiges Trainerteam (Franz-Josef Sehr, Marc Schäfer, Bernd Rompel, Stephan Heidl und Thomas Schmidt) und entwickelte ein Konzept, das strukturell und inhaltlich auf die Bedürfnisse von Feuerwehrleuten abgestimmt wurde. Es wurde Pionierarbeit geleistet!

Mitte Juli wurden dann die Trainings durchgeführt. In drei Veranstaltungen machten sich über 30 Feuerwehrmänner und -frauen fit für den "Dialog" mit den Bürgern. Im ersten Teil des rund dreistündigen Programms ging es um die Grundidee von Dialog und Sprache. Anschließend sammelten die Teilnehmer Aspekte, die ein gutes Gespräch ausmachen, um dann in ein lockeres Training zu gehen. Dabei bildeten sich Gruppen von maximal fünf Personen, die dann unterschiedlichste Situationen durchspielten. Ging es in einem Fall beispielsweise um einen ehemaligen Feuerwehrmann, der wieder für den Einsatzdienst reaktiviert werden sollte, so war in einem anderen Fall eine junge Frau als Jugendbetreuerin zu begeistern. Die drei Stunden vergingen wie im Fluge, oft wurde der Zeitplan überzogen und Niemanden störte das — ganz im Gegenteil. Beim anschließenden Feedback äußerten die Teilnehmer unisono große Dankbarkeit, sich auf dieses neuartige Training eingelassen zu haben, gepaart mit dem vielfachen Wunsch auf Fortsetzung. Auch das Trainerteam war hellauf begeistert, welche Eigendynamik während der Trainings entstand und mit welchem Stolz die Teilnehmer die Mittage beendeten.

Mittlerweile sind Anfragen mehrerer Feuerwehren auf separate Einzeltermine für Ihre Leute eingegangen, die zum Teil auch schon vor Ort durchgeführt wurden. Auf vielfachen Wunsch wird das Training zukünftig fester Bestandteil des KFV-Seminarangebotes.

Die Kampagne hat nunmehr auch auf Landes- und Bundesebene Aufmerksamkeit hervorgerufen. Sowohl der Deutsche Feuerwehrverband, als auch der Landesfeuerwehrverband Hessen sind auf das Dialogtraining aufmerksam geworden.

Der Landesfeuerwehrverband Hessen plant aktuell im kommenden Jahr die Feuerwehren in Hessen in ähnlicher Weise zu schulen.

Kreisfeuerwehrverband Limburg-Weilburg e.V.
Kreisjugendfeuerwehr Limburg-Weilburg

Die Pressearbeit


Groß, rot, laut – das Feuerwehrauto

Damit die Kampagne und die Aktionen auch bekannt und registriert werden, wurde durch den Pressesprecher des Kreisfeuerwehrverbandes Limburg-Weilburg, Bernd Rompel, bereits frühzeitig Kontakt mit den Redaktionen der heimischen Presse aufgenommen.

Ziel war zum einen, in der Aktionswoche die Feuerwehren und deren vielfachen Facetten (Kinder-, Jugendfeuerwehre, Einsatzabteilung, Ehren– und Altersabteilung sowie auch die Musikgruppen) vorzustellen. Andererseits sollte aber auch über einzelne Aktionen berichtet werden.

Die Redaktionen der heimischen Presse — Nassauische Neue Presse (NNP) und Weilburger Tageblatt (WT) — haben die Kampagne so durch eine Vielzahl von Artikeln unterstützt:

- 17.09.2014 WT:
  Heute etwas für die Wehren tun
- 18.09.2014 NNP:
  Feuerwehr bei der Arbeit
- 19.09.2014 WT:
  Werben für die "heiße Sache"
- 20.09.2014 NNP:
  Feuerwehren kämpfen für Nachwuchs
- 21.09.2014 WT:
  Groß! Rot! Laut! - Das Feuerwehrauto
- 22.09.2014 NNP:
  Steig ein bei der Feuerwehr
- 22.09.2014 WT:
  Gut gerüstet für den Ernstfall
- 23.09.2014 NNP:
  Feuerwehren laden zu Aktionstagen ein
- 23.09.2014 NNP:
  Kraftakt für mehr Feuerwehr-Nachwuchs
- 23.09.2014 NNP:
  Mitmachtag der Jugendfeuerwehr
- 24.09.2014 WT:
  Eine Kiste voller Spiele
- 25.09.2014 NNP:
  Einsatzabteilung und Ausbildung
- 25.09.2014 NNP:
  Mit „Feuereifer“ bei der Sache
- 25.09.2014 WT:
  1168 Mal ausgerückt
- 26.09.2014 NNP:
  „Jeder wird akzeptiert“
- 26.09.2014 NNP:
  Feuerwehrfahrzeuge mit Technik beladen
- 27.09.2014 NNP:
  Mini-Feuerwehr und Löschtiger sichern die Zukunft
- 28.09.2014 WT:
  36 Kinderfeuerwehren im Kreis leisten Nachwuchsarbeit
- 01.10.2014 WT:
  Feuerwehr liegt ihr in den Genen
- 03.10.2014 WT:
  Der Spaß steht an oberster Stelle
- 03.10.2014 WT:
  Jugend zeigt ihr Können
- 05.10.2014 WT:
  Dieser Weg wird kein leichter sein

Außerdem haben die Feuerwehren auch für ihre örtlichen Aktionen in den entsprechenden Stadt- oder Gemeindeinfo-Zeitschriften die Aktionen beworben. Auch im Nachgang zur Kampagne kam es noch vereinzelt zu entsprechenden Presseberichten.


Einsatzabteilung und Ausbildung

Imagekampagne www.steig-ein.info der Feuerwehren im Landkreis

Die freiwilligen Feuerwehren im Landkreis haben am Wochenende eine Imagekampagne gestartet, um ihre vielfältigen Aufgaben und Möglichkeiten zu präsentieren und vor allem Nachwuchs zu gewinnen. Das Motto lautet: „Alle brauchen die Feuerwehr – die Feuerwehr braucht Dich!“ Mitmachen kann jeder, egal ob in einer Kinder- oder Jugendfeuerwehr, in einer Einsatzabteilung, in einer Feuerwehr-Musikgruppe oder im Förderverein.

Limburg-Weilburg. Die Einsatzabteilung, eine von mehreren Abteilungen einer Feuerwehr, ist die wichtigste und am meisten gefor-

Mehr als Feuer löschen

Weitere Kursbeispiele

Gute Ausbildung

Die Kinotrailer

Die Idee hatte das Jugendforum der Kreisjugendfeuerwehr Limburg-Weilburg am 03.11.2013. Schon im nächsten Jugendforum am 22.12.2013 wurde von den Jugendlichen ein Drehbuch erstellt sowie von einer Arbeitsgruppe eine To-Do Liste mit zu erledigenden Punkten verfasst:

- Woher bekommen wir entsprechende Kameras und Filmausrüstung?
- Wie und wo soll der Film veröffentlicht werden?
- Wann und wo werden die Dreharbeiten stattfinden?
- Wer schneidet die Trailer?
- Wie schaut es aus mit Bildrechten, Copyright & Co.?
- Was kostet die Erstellung der Trailer überhaupt und wie finanzieren wir das Ganze?

Nach und nach wurden immer mehr Details klar. Geeignete Drehorte waren schnell gefunden, Kameras und Ausstattung sowie eine professionelle Betreuung inklusive einer Kameraschulung über den „Offenen Kanal“ in Gießen umgesetzt.

Da das Projektergebnis nicht nur in den sozialen Netzwerken im Web 2.0 und auf YouTube zu sehen sein sollte, sondern auch eine Vorführung in den heimischen Kinos geplant war, entstand die Idee für drei kurze Spots.

Beim nächsten Jugendforum am 16.03.2014 fanden die erste Probe sowie die finale Besetzung der Rollen statt. Standorte für Kameras wurden genauso gefunden wie geeignete Hintergründe und Umgebungen. Gedreht wurde am 22.03.2014 in Runkel und am 26.04.2014 in Weilmünster-Laubuseschbach.

Nach dem Dreh wurde nach und nach das aufgenommene Filmmaterial gesichtet, die Jugendlichen wählten die Szenen aus, die zum Film zusammengeschnitten werden sollten und im Schnitt, den auch ein Jugendlicher umsetzte, wurden die kleinen Bruchstücke zu einem großen Ganzen. Bis kurz vor dem geplanten Tag der Erstausstrahlung blieb es spannend, ob die Filme rechtzeitig fertig werden. Doch rechtzeitig zur Auftaktveranstaltung der Imagekampagne wurden die Trailer fertig und dort unter Beifall des Publikums „uraufgeführt“.



Videodreh im Feuerwehrhaus Runkel+Schadeck

Inzwischen sind die Trailer auf YouTube und in Facebook zu sehen und erfreuen sich großer Beliebtheit.

- Rettung: http://www.youtube.com/watch?v=LEXl2MFX9vk
- Zeltlager: http://www.youtube.com/watch?v=OQea2ZBm8es
- Übung: http://www.youtube.com/watch?v=8MbRov1V10A

Der Internetauftritt „STEIG EIN“

In Gemeinschaftsproduktion des AK Öffentlichkeitsarbeit und des FB EDV des KFV wurde eine sogenannte Internet-„Landing Page“ unter www.steig-ein.info geschaffen, von der aus Interessierte zu weiteren Seiten geführt werden.

Die Seite ging am 12.09.2014 online und wurde bis zum Ende des Aktionszeitraums am 28.09.2014 fast 2.100-mal aufgerufen, was einer Quote von ca. 130 Aufrufen pro Tag entspricht. Ein QR-Code auf allen Werbemitteln dient als direkter Zugriff auf diese Seite.



Diese Imagekampagne-Seite ist auch über andere Domains erreichbar, wie:

- www.alle-brauchen-dich.com
- www.alle-brauchen-dich.de
- www.allebrauchendich.de
- www.alle-brauchen-die-feuerwehr.de
- www.allebrauchendiefeuerwehr.de
- www.die-feuerwehren.de
- www.fire-fighters.de

Nutzung der „Neuen Medien“



Auch neue Medien, hier die KFV „Community-Seite“ auf Facebook unter LW112, wurden und werden in die Kampagne einbezogen. Florian Lenk, Maurice Kahlheber und Roland Schmidt sorgten dafür, dass die Infos auch über dieses Medium an möglichst viele verteilt werden. Hier wurden unzählige Berichte und Bilder gepostet.



Am 24.07.2014 lagen die „Gefällt mir“-Angaben für die Seite noch bei 500. Dies steigerte sich besonders während des Aktionszeitraums auf 719 bis zum 28.09.2014. Viele Dinge wurden mit anderen geteilt, so dass die Beitragsreichweite während der Aktion zum Teil auf über 16.000 hochschnellte! So erreichte der erste Imagetrailer der KJF Limburg-Weilburg „Rettung“ über 3.000, der Artikel des Weilburger Tageblatts vom 17.09.2014 „Heute etwas für die Wehren tun“ über 2.800 und die „Fotos von der Eröffnungsveranstaltung“ mehr als 2.200 Klicks.

Die Werbematerialien



Das vom Innenministerium und dem Landesfeuerwehrverband Hessen (LFV) vorgegebene Motto „Alle brauchen die Feuerwehr – die Feuerwehr braucht Dich!“ wurde aufgegriffen. Als Hauptaussage wurde sich auf den Spruch „***STEIG EIN***“ geeinigt, der sich durch die Kampagne ziehen soll. Bei der Erstellung der Werbematerialien wurden zudem die in den Workshops erarbeiteten Ideen berücksichtigt.



Flyer

Im AK Öffentlichkeitsarbeit (ÖA) des KFV wurde unter der Leitung seines Sprechers Franz-Josef Sehr und mit Unterstützung des Kameraden Simon Kopta die Broschüre „***STEIG EIN!***“ entworfen. Hierfür wurden u. a. vom Kameraden Peter Göbbels unterstützt, Bilder gemacht und Logos erstellt. Über **20.000** der Flyer zum Teil mit individuellen Informationen zu den Feuerwehren im Kreis wurden vom KFV zum Druck in Auftrag gegeben.

Bäckertüten

Weiterhin wurde vom AK ÖA eine Druck-Vorlage für Bäckertüten erstellt, von denen die Bäckereien Simon aus Ellar und Laux aus Villmar auf eigene Kosten über **100.000 Stück** drucken lassen. Diese sollen unter dem Motto „***Heiße Sache! Heißer als die Backstube: die Feuerwehr***“ Interessierte ansprechen und ab Dezember 2014 an die Mitgliederwerbeaktion erinnern.

Am 09.12.2014 konnte Walter Geis vom KFV-Fachbereich Musik die ersten zwei von ca. 60.000 Brötchentüten der Bäckerei Laux in den Händen halten.



Buswerbung

Als „Riesenblickfang“ organisierte Kreisstabführer Walter Geis vom Fachbereich Musik die Buswerbung. **Fünf Busse** werden mit Werbebannern beklebt sein und Werbung für die Feuerwehr machen. Beteiligt daran sind die Busunternehmen Schermuly (Mengerskirchen) und Medenbach (Weilburg-Hirschhausen), sowie die Verkehrsgesellschaft Lahn-Dill-Weil, die die Werbeflächen auf den Bussen für ein Jahr kostenlos zur Verfügung gestellt haben. Dank den heimischen Sparkassen konnte die Beklebung für die Busse annähernd kostenneutral gestaltet werden.

Die große Anzahl der beklebten Busse konnte auch dadurch erzielt werden, weil sich die Nachbar-Feuerwehrverbände Dillkreis und Wetzlar an der Buswerbung beteiligten. Aktuell sind derzeit drei von insgesamt fünf Bussen beklebt.



Die Aktionen vor Ort

Gelebt hat die Kampagne jedoch erst von den Gesprächen vor Ort mit interessierten Bürgerinnen und Bürgern. Nur durch diese direkte Ansprache werden solche Nachwuchswerbemaßnahmen zum Erfolg. Hier waren die Feuerwehren ebenfalls sehr erfindungsreich und kreativ. Vom Infostand (meist bei einem der Supermärkte und hier unterstützte REWE sehr häufig), über Schauübungen, 24-Stunden-Übungen, Feuerwehr-Aktionstagen mit verschiedenen Vorführungen, Darstellung der Aufgaben, Rauchmelder-Aktionen, Fahrzeugausstellungen, Feuerwehr in der Schule, bis hin zum RESCUE-DAY und Burg-Run war alles dabei. Auch viele eigene Großflächenplakate, die auf die Aktionen hinweisen, wurden erstellt. Das wohl umfangreichste Programm hatten die Feuerwehren aus der Gemeinde Hünfelden zusammengestellt. Die Einzelaktionen werden auf den nachfolgenden Seiten beschrieben.

In den Feuerwehren vor Ort wurden weitere **individuelle Infomaterialien, Plakate, Banner und Aufsteller** mit sehr großer Kreativität entwickelt und erstellt. So z. B.:

- **Selters/Ts.:**
  „ Es geht um die Wurst“
- **Hünfelden:**
  „112 Prozent Einsatz … Feuerwehr Hünfelden … sei mit dabei!“
- **Villmar:**
  „Selbstverständlich“ Du und ich. Gemeinsam für den Marktflecken Villmar!“ oder das „Geschlossen“ Transparent vor den Feuerwehrhäusern, welches sicherlich viel Aufmerksamkeit erregt hat.
- **Waldbrunn:**
  „Quereinsteiger werden? Es ist ein Versuch wert!“
- **Weilburg:**
  „Warum eine Feuerwehr im eigenen Ort?“
- **Weilmünster:**
  Voller und leerer Feuerwehrspind mit der Aufschrift „Wir haben den Platz … Wir haben die Ausrüstung … Was uns fehlt bist >>DU<< ... Komm und mach mit bei deiner Feuerwehr!“

















Feuerwehr-Aktionstag bei REWE in Elz

„Viele interessierte Bürger, gute Gespräche und viel Lob für unsere Arbeit“, so fasst Wehrführer Hilmar von Schenck die Reaktionen der Besucher beim ersten Feuerwehr-Aktionstag der Feuerwehr Elz im Rahmen der kreisweiten Mitglieder-Werbeaktion zusammen.

Die Aktiven der Wehr hatten ein buntes „Action-Programm“ aus ihrem Einsatz-Repertoire zusammengestellt: brennende Flüssigkeiten, die mit Löschschaum gelöscht wurden, die Rettung eingeklemmter Unfallopfer mit hydraulischen Rettungsgeräten, sowie die Rettung einer verletzten Person vom Dach des REWE Marktes Kauferstein mit der Drehleiter.



Die bei den Übungen eingesetzten Einsatzfahrzeuge samt ihrer Ausrüstung standen nicht nur zum Anschauen bereit. So nutzten viele Bürger die Gelegenheit, unser Dorf einmal aus 30 Metern Höhe — vom Korb der neuen Drehleiter aus — zu betrachten, während andere vom Gewicht der hydraulischen Rettungsgeräte überrascht waren.

Unterlegt wurde das Einsatz-Programm mit vielfältigen Informationen des „Arbeitskreis Brandschutzaufklärung“ der Elzer Wehr. Hier konnte das richtige Löschen eines Feuers mit Übungs-Feuerlöschern trainiert werden, als auch aktuelle Informationen zum Schutz der eigenen Gesundheit mit Rauchmeldern in Wohnungen eingeholt werden. Dazu gab es auch sehr anschauliche Beispiele, wie z. B. der Zerknall einer haushaltsüblichen Spraydose bei Überhitzung und die schlimmen Folgen, wenn man versucht, einen Fritteusen-Brand mit Wasser zu löschen. Von der Höhe der Stichflamme und der schlagartigen Brandausbreitung waren die Zuschauer jedenfalls völlig überrascht.

Viele Bürger und vor allem zahlreiche Eltern mit ihren Kindern hatten sich sogar extra aufgemacht, um sich über die Arbeit ihrer Feuerwehr aus erster Hand zu informieren. Die Kunden des REWE-Marktes Kauferstein, die eher zufällig vorbei kamen, waren vom Leistungsspektrum der Elzer Wehr überrascht und blieben interessiert stehen.

Vor diesem Hintergrund war der Aktionstag — auch Dank der tollen Unterstützung durch Marktleiter Nicolai Kauferstein sowie der Runkeler Autoverwertung RAV — ein toller Erfolg.

Viele Besucher waren übrigens erstaunt, dass bei der Elzer Wehr ausschließlich Ehrenamtler den Feuerwehrdienst versehen und keineswegs eine hauptberufliche Einsatzmannschaft in der Feuerwache stationiert ist.



Wer Interesse an der Feuerwehrarbeit hat, sollte einfach einmal ganz unverbindlich bei der Feuerwehr im Sandweg 39 vorbei kommen. Dort treffen sich die Aktiven der Wehr jeden Mittwoch um 20 Uhr zur Übung.

Kinder ab 10 Jahren und Jugendliche können montags ab 18 Uhr zur Übungsstunde der Jugendfeuerwehr kommen.

Die Feuerwehr freut sich über jeden, der mitmacht oder sie unterstützt!

Übrigens: Auch durch eine Mitgliedschaft im Förderverein (Mindestbeitrag nur 7 Euro) kann man die Arbeit der Elzer Feuerwehr sinnvoll unterstützen.

Weitere Informationen gibt es im Internet unter www.feuerwehr-elz.de, oder bei ihrem Feuerwehrmann aus der Nachbarschaft.



112 Prozent Feuerwehr in Hünfelden

Die Aktionswoche Ende September hatte es in Hünfelden in sich. Kein Tag verging ohne eine Veranstaltung der sieben Feuerwehren Hünfeldens.

Eröffnungsveranstaltung

Am Montag wurde ein eigens erstelltes Banner feierlich und zeitgleich in allen Hünfeldener Ortsteilen enthüllt. Unter dem Motto „112 % Feuerwehr Hünfelden“ sind auf dem Banner sieben Mitglieder der sieben Ortsteile aus allen Abteilungen, der Einsatzabteilung, der Jugendfeuerwehr, der Kinderfeuerwehr und der Ehren- und Altersabteilung zu sehen, die für die Vielfalt und das Miteinander in der „Feuerwehr Hünfelden“ stehen.

ler des 7. Schuljahres der Freiherr-vom- Schule in Hünfelden-Dauborn. 24 Aktive aus den Feuerwehren aller Ortsteile Hünfeldens schlüpften in die Lehrerrolle und versuchten ihre Arbeit der Feuerwehr mit schulischen Inhalten zu verknüpfen und somit die Vielfalt der Tätigkeit in den Feuerwehren zu vermitteln. Dabei gab es fünf Stationen für die fünf Klassen des 7. Schuljahres. Nach Ende einer Unterrichtsstunde wurde gewechselt.

In der Sporthalle fanden sportbezogene Unterrichtseinheiten statt. Eine Station beschäftigte sich mit der körperlichen Belastung der Feuerwehrleute in einem Atemschutzeinsatz. Mit der schweren Einsatzkleidung und



Impressionen von der Eröffnungsveranstaltung mit der Enthüllung des Banners in Hünfelden

Übungen in allen Ortsteilen

In den folgenden Tagen fand in jedem Ortsteil eine Übung an einer exponierten Stelle im Ortsbereich statt, zu der mit Sirene alarmiert wurde. Zuschauer waren ausdrücklich willkommen und nahmen dann auch mancherorts regen Anteil am Übungsgeschehen. Auch die Jugendfeuerwehr beteiligte sich mit einer Großübung an der Aktionswoche.

Feuerwehr in der Schule

Einen Unterrichtstag besonderer Art erlebten die Schü-

einer Atemschutzmaske mussten die Jugendlichen einen sportlichen Parcours bewältigen. Hierbei waren Ausdauer und sportliche Fitness gefordert. Geschicklichkeit und Fingerfertigkeit mussten die Teilnehmer bei der Station Absturzsicherung, tragbare Leitern und Feuerwehrknoten unter Beweis stellen. Jeder musste bestimmte Feuerwehrknoten machen. Mit Seilen und im Auffanggurt gesichert, konnten alle erleben, wie es ich anfühlt, wenn die Einsatzkräfte bei Arbeiten in luftiger Höhe tätig werden oder eine tragbare Leiter der Feuerwehr bestiegen wird.

Auch der Chemiesaal der Schule wurde zum Feuerwehr-Schulungsraum. Unter dem Motto „Chemie in der Feuerwehr“ vermittelten die Ausbilder der Feuerwehr den Schülern, was sich auf chemisch-physikalischer Ebene beim Brand- und Löschvorgang tut. Das geschah aber nicht nur an der Tafel, sondern insbesondere mittels vieler Versuche und Experimente, natürlich mit so manchem Knalleffekt.



„Brennen und Löschen“ stand im Chemiesaal auf dem Programm

Eine weitere Station beschäftigte sich mit Physik in der Feuerwehr, insbesondere der Mechanik. Wie die Gerätschaften zum Heben und Ziehen von Lasten funktionieren und welche Kräfte hydraulische Rettungsgeräte oder Hebe- und Dichtkissen entwickeln, wurde von den Feuerwehrmitgliedern anschaulich vorgeführt, bevor dies jeder Schüler einmal selbst testen konnte.



Das Gefühl beim „Atemschutzeinsatz“ wurde durch das Anlegen von Maske und Schutzkleidung vermittelt

Die letzte Station wurde von den Wassermeistern der Gemeinde mitgestaltet. Mit den Feuerwehrfahrzeugen ging es zum nahegelegenen Hochbehälter. Hier wurde anschaulich, wo eigentlich unser Trinkwasser und das Löschwasser herkommen. Zurück an der Schule ging es zum Strahlrohrtraining, bei dem der richtige Umgang mit dem Hohlstrahlrohr geübt werden konnte.

Unterbrochen wurde die Veranstaltung durch eine Räumungsübung, an der die ganze Schule teilnehmen musste.

Räumungsübungen

In verschiedenen Ortsteilen fanden Räumungsübungen statt, so zum Beispiel auch in der Gemeindeverwaltung in Kirberg, in der Gesamtschule in Dauborn und im Pflegeheim Haus Iris in Kirberg. Hier nahmen alle 56 Bewohner und 50 Pflegekräfte teil.

Info-Stände

In verschiedenen Ortsteilen gab es Informationsstände mit Tipps zum häuslichen Brandschutz und zum Umgang mit dem Feuerlöscher, wie in Dauborn und in Nauheim sowie am Samstag an einem zentralen Stand am Rewe-Markt in Kirberg.



Beim REWE in Kirberg konnten viele Hundert Kunden erreicht werden

Rescue-Day zum Abschluss

Die Neuauflage des „Rescue-Day“ bildet den Abschluss der Woche. Hier beteiligen sich neben der Freiwilligen Feuerwehr Hünfelden die Hilfsorganisationen DRK Hünfelden, DLRG Kirberg sowie die Gruppe „Sicher in Hünfelden“. Auf dem Le-Thillay-Platz und im Kirberger Schwimmbad bieten die Einsatzkräfte einen ganzen Tag lang ein vielfältiges Programm mit Vorführungen, Übungen, Kinderaktionen und vielen Stationen zum Mitmachen. Eine Übung mit DRK, DLRG und den Feuerwehren mit anschließender „Wasserwand“ aus rund 30 Strahlrohren bildet den Höhepunkt des Spektakels.

Rund dreihundert Besucher hatten den ganzen Tag lang den Rettungsorganisationen nicht nur bei ihren Vorführungen zugeschaut, sondern selbst mitgemacht. Vor allem für Kinder war es faszinierend, einmal mit einem Feuerlöscher einen echten Brand zu löschen, Herz-Lungen-Wiederbelebung zu lernen oder die stabile Seitenlage am Papa zu üben, der sich als Verletzter zur Verfügung stellte. Man konnte sich außerdem an den Infoständen über den häuslichen Brandschutz, Wasserrettung und Erste Hilfe informieren und sich sogar Rettungskarten für den eigenen PKW ausdrucken lassen, die bei einem Unfall den Feuerwehren wertvolle technische Informationen liefern können. Eine Spielstraße für Kinder und Jugendliche sorgte mit zahlreichen Objekten für gute Unterhaltung.



Mit einem Schlag zog sich das eigentlich stabile Fass völlig zusammen. „Das geschieht durch das rasche Abkühlen des zuvor erwärmten Inhalts durch das Löschwasser“, erklärte Arndt Preußer sein Großexperiment

DRK Hünfelden, DLRG Kirberg, Notfallseelsorge Limburg-Weilburg und die Projektgruppe „Sicher in Hünfelden“ der Jugendfeuerwehr Kirberg hatten unter Federführung der Freiwilligen Feuerwehr Kirberg diesen Tag auf die Beine gestellt. Besondere Aufmerksamkeit bekamen die Rettungsorganisationen bei ihren Vorführungen. So zeigten Feuerwehr und DRK, wie sie bei einem Verkehrsunfall Hand in Hand arbeiten, um die Verletzten so schonend wie möglich und dabei doch so schnell wie nötig aus einem Unfallfahrzeug zu retten. Bei einer Großübung im Schwimmbad wurde anschließend ein Chlorgasaustritt simuliert.

Höhepunkt des Tages war die Wasserwand im Schwimmbad, bei der Mitglieder der Einsatzabteilung und Jugendfeuerwehren aus jedem der sieben Hünfeldener Ortsteile mit Hilfe ihrer Tragkraftspritzen und zahlreicher Schlauchleitungen je vier Strahlrohre vorbereitet hatten, so dass am Ende aus 28 Strahlrohren eine geschlossene Wasserwand entstand.

Impressionen von den Aktionen in Hünfelden

112 Prozent *Einsatz*

FEUERWEHR HÜNFELDEN

...sei mit dabei!

Samstag 20	10.00-13.00 Uhr	Infostand Feuerlöscher	
		FF Nauheim	Ortsbereich
Montag 22 SEP	19.00 Uhr	Enthüllung der Feuerwehr-Banner	
		in allen Orsteilen	
	19.30 Uhr	Alarmübungen	
		FF Dauborn	Ortsmitte
		FF Neesbach	Langgasse 41
		FF Heringen	Schulstraße
Dienstag 23	19.30 Uhr	Alarmübung	
		FF Kirberg	Hünfeldener Höhe
Mittwoch 24 SEP	09.00 Uhr	Räumungsübung	
		Projekttag Feuerwehr	
		FF Hünfelden	Freiherr-vom-Stein-Schule
	18.00 Uhr	Alarmübung	
		FF Nauheim	Kindergarten
	18.30 Uhr	Räumungsübung	
		FF Kirberg	Rathaus Kirberg
Freitag 26 SEP	10.00 Uhr	Räumungsübung	
		FF Kirberg	Haus Iris
	18.00 Uhr	Übung der Jugendfeuerwehren	
		JF Hünfelden	Altenheim Kirberg
	19.30 Uhr	Alarmübung	
		FF Mensfelden	ev. Gemeindehaus
Samstag 27 SEP	10.00 Uhr	Alarmübung	
		FF Ohren	Kindergarten
	09.00-18.30 Uhr	Informationsstand	
		FF Hünfelden	Rewe Kirberg
	10.00-15.00 Uhr	Infostand Feuerlöscher	
		FF Dauborn	Mühlstraße 5
Sonntag 28	11.00-17.00 Uhr	Rescue Day	
		FF Hünfelden	am Rathaus Kirberg
		DLRG, DRK	



Dauborn: Übung in der Ortsmitte



Ohren: Übung am Kindergarten



Im Hochbehälter erwartete die Siebtklässler eine Gewirr von Rohren und Leitungen



Im Rahmen der Räumungsübung im Pflegeheim „Haus Iris“ kam auch eine neue „Rettungsmatratze“ zum Einsatz



Mit 28 Strahlrohren zeigten die sieben Hünfeldener Ortsteilfeuerwehren eine beeindruckende Wasserwand im Kirberger Schwimmbad.

Impressionen Aktionstag in Villmar

























Impressionen Aktionstag in Weilmünster



24 Stunden Übung mit anschliessendem Mitmachtag in Runkel



Im Rahmen der Imagekampagne des Kreisfeuerwehrverbandes Limburg-Weilburg hat die Stadtjugendfeuerwehr Runkel mit allen Jugendfeuerwehren am letzten Septemberwochenende eine 24 Stunden Übung rund um das Feuerwehrhaus Runkel und Schadeck durchgeführt. Ziel der 24 Stunden Übung war es, die Mitglieder der Jugendfeuerwehr an die Aufgaben der Einsatzabteilung heranzuführen. In fünf Stationen konnten die Kinder und Jugendliche ihr bereits erlerntes Wissen anwenden, aber auch neue Erfahrungen dazu gewinnen. Sie mussten ihr Können unter anderem bei Stationen, wie der Menschenrettung aus unwegsamem Gelände, bei der Simulation eines Innenangriffs im Brandfall oder dem Aufstellen von Leitern anwenden. Am Abend wurde gegrillt und im Anschluss daran, brachen alle zur Nachtwanderung über den Lahnhöhenweg in Richtung Villmar auf. Auf der Hälfte es Weges erwartete die Jugendlichen eine kleine Stärkung, um die Wanderung fortsetzen zu können. Am Sonntagmorgen absolvierten alle Jugendlichen erfolgreich die Jugendflamme 1, die im Rahmen des Mitmachtages verliehen wurde. Um auf den Mitmachtag aufmerksam zu machen, besuchten Feuerwehrmitglieder die Grundschulen des Stadtgebietes und informierten die Kinder über diesen Tag und die Aufgaben der Feuerwehr. Der Mitmachtag fand für alle Kinder statt, die Interesse haben in die Jugendfeuerwehr einzutreten. Es gab eine Fahrzeugausstellung von Feuerwehrfahrzeugen und einen Rettungswagen des Malteser Hilfsdienstes zu sehen. Viel Freude bereiteten den Kindern auch das Kistenklettern und der Umgang mit der Kübelspritze. Auch die Eltern konnten sich bei den jeweiligen Jugendwarten rund um das Thema Jugendfeuerwehr informieren. Aufgrund des positiven Feedbacks innerhalb der Grundschulen wird es in der Zukunft einmal jährlich eine solche Informationsveranstaltung geben.



Es geht um die Wurst in Niederselters



Nach dem Aufruf des Kreisfeuerwehrverbandes , das sich die Feuerwehren des Landkreises Limburg-Weilburg an der gemeinsamen Imagekampagne beteiligen sollen, machten sich die Feuerwehr Selters/Ts. natürlich auch ihre Gedanken, wie sie Ihren Teil dazu beitragen kann.

Um den Ernst der Lage für die Öffentlichkeit klar darzustellen, kam man schnell auf den Slogan „Es geht um die Wurst“, mit dem Hintergrund auf einer Infoveranstaltung Würstchen zu verkaufen.

Es wurde ein Team gegründet und die Vorgehensweise abgesprochen. Man ging auf den örtlichen Rewe-Markt zu und fragte, ob dieser die Aktion unterstützen könne. In einem kurzen Gespräch wurde uns ganz schnell signalisiert, dass wir die volle Unterstützung zugesichert bekommen.

Dann wurde von den Kameraden noch schnell ein Dialogtraining absolviert, um ein sicheres Auftreten am Aktionstag zu haben.

Es wurde ein Bauzaun mit Banner aufgestellt, an dem die Tage bis zur Aktion heruntergezählt wurden, beginnend ab dem 9. Tag vor der Aktion.

Am Aktionstag selbst, wie sollte es auch anders sein, wunderbarstes Wetter, einen Top Platz direkt am Eingang des Rewe-Marktes und viele neugierige und auch hungrige Besucher. Neben Infos zu Rauchmelder wurden auch Fettbrände simuliert.

Alles in Allem konnten wir drei neue Mitglieder für die Einsatzabteilung, zwei Jugendfeuerwehr, sowie zwei für die Kinderfeuerwehr begeistern .



Impressionen Aktion in Niederselters









Erfolgreiche Imagekampagne der Feuerwehr Obertiefenbach



Mehr als zufrieden zeigten sich der Wehrführer der Obertiefenbacher Wehr, Dirk Tovornik, sowie der erste Vorsitzende Franz-Josef Sehr mit der Imagekampagne der Obertiefenbacher Feuerwehr am Samstag, 18.10.2014, auf dem Gelände des Edeka Parkplatzes in Obertiefenbach.

Nachdem bereits viele Feuerwehren im Landkreis Limburg-Weilburg verschiedenste Aktivitäten unter dem Motto „ALLE BRAUCHEN DIE FEUERWEHR BRAUCHT DICH“ durchgeführt hatten, bekamen die Beselicher Bürger (und darüber hinaus) die Möglichkeit, sich rund um die Themen „vorbeugender Brandschutz, Rauchmelder, Feuerlöscher, vor allem aber über die Kinder- und Jugendfeuerwehr Obertiefenbach zu informieren. Die Resonanz der Bürger war überwältigend. Bereits vor der offiziellen Eröffnung durch den 1. Vorsitzenden Franz-Josef Sehr strömten viele Besucher zum Platz der Obertiefenbacher Feuerwehr.

Viele nahmen das Löschgruppenfahrzeug LF 20/16 unter die Lupe und staunten über die vielen Ausrüstungsgegenstände, die hierin verladen sind. Großes Interesse weckten die Rettungsgeräte, die eindrucksvoll an einem verunfallten PKW auf dem Parkplatz zum Einsatz kamen.

Die Wehrführung unter Dirk Tovornik und Marco Stecker demonstrierte verschiedenste praktische Szenarien, u. a. eine Fettexplosion, den Brand eines Computers und vieles mehr. Viele Besucher nutzten die Gelegenheit, mit Hilfe eines Feuerlöschers einen simulierten Brand zu löschen.

Großes Interesse zeigten die Besucher zum Thema „vorbeugender Brandschutz“, insbesondere zum Thema „Rauchmelder“. An einem Brandhäuschen (Puppenhäuschen) wurde mit Hilfe von Disko-Nebel demonstriert, wie schnell sich der gefährliche Brandrauch in einem Haus verbreiten kann und wie wichtig ein frühzeitiger Alarm durch Rauchmelder ist.

Für die Kinder hatten die Obertiefenbacher Floriansjünger eine Hüpfburg aufgebaut.

Weiterhin konnten die Kinder am Maltisch das Logo der Obertiefenbacher Kinder- und Jugendfeuerwehr ausmalen sowie Feuerwehrfahrzeug basteln.

Den Wehrführer Dirk Tovornik und den 1. Vorsitzenden Franz-Josef Sehr freute es außerordentlich, dass dieser Infotag der Feuerwehr Obertiefenbach auf ein solches Interesse in der Bevölkerung stieß. Besonders die Tatsache, dass neue Mitglieder für die Kinder- und Jugendfeuerwehr Obertiefenbach gewonnen werden konnte, machte die Veranstaltung zum absoluten Erfolg. Beide waren sich sicher, dass dieser Infotag der Feuerwehr Obertiefenbach auf jeden Fall wiederholt wird.

Die Feuerwehr Obertiefenbach bedankt sich bei allen, die zum Gelingen dieses Infotages beigetragen haben. Vielen Dank an den Kreisfeuerwehrverbandsvorsitzenden Thomas Schmidt für seinen Besuch in Obertiefenbach. Ein ganz besonderer Dank geht an das Team des Edeka-Marktes Obertiefenbach für die hervorragende Zusammenarbeit.



Umsetzung der Kampagne in Weilburg

Auch die Feuerwehren der Stadt Weilburg haben sich mit Erfolg an der Imagekampagne des Kreisfeuerwehrverbandes Limburg Weilburg beteiligt.



Die Kameradinnen und Kameraden haben über eine Woche hinweg durch Plakate, Banner und Informationsstände an Einkaufs- und Baumärkten auf sich aufmerksam gemacht. Unterstützt wurden Sie hierbei nicht nur durch den Stadtbrandinspektor und dessen Stellvertretern sondern auch durch den Bürgermeister, der nur lobende Worte für die freiwillige Arbeit der Feuerwehrkameraden fand. Auch der Fanfarenzug sowie die Drehleiter der Feuerwehr Weilburg haben ihren Teil zum Erfolg der Kampagne beigetragen. Die Kameradinnen und Kameraden fuhren die verschiedenen Informationsstände an und sorgten hier für musikalische Highlights und präsentierten die Drehleiter.

Die Bilanz der Imagekampagne kann sich für die Feuerwehren der Stadt Weilburg mehr als sehen lassen. Insgesamt wurden für das Stadtgebiet 16 passive und fünf aktive Mitglieder geworben. Zudem haben sechs Mitglieder eine Beitrittserklärung für die Weilburger Sterbekasse unterzeichnet.

Dies war den Kameraden jedoch nicht genug. Sogar zwei passive und zwei aktive Mitglieder wurden für die Nachbargemeinde Löhnberg gewonnen.

Grossübung als Abschluss

Den krönenden Abschluss der Imagekampagne bildete die Großübung am 08.10.2014 im Stadtgebiet Weilburg. An diesem Tag waren mehr als 170 Einsatzkräfte von Feuerwehr, THW, DRK, DLRG sowie die Kameraden der Bundeswehrreservisten vor Ort und stellten ein realistisches Einsatzszenario eines Lahnhochwassers dar. Die Übung wurde ganztägig vom Team Weilburg-TV begleitet welches einen ausführlichen Bericht über die Feuerwehrarbeit ausstrahlte.

Fazit

Wir bleiben dran! Alle Beteiligten hatten viel Spaß und nutzen gerne die Gelegenheit die Bürger über die Arbeit der Freiwilligen Feuerwehren zu informieren. Trotz des enormen Erfolges ist jedoch allen klar dass noch viel Arbeit vor uns liegt um die Feuerwehrarbeit auch in der Zukunft durch junge Mitglieder zu stärken.



Impressionen Grossübung in Weilburg















Impressionen Aktionstag in Weilburg

















Impressionen Aktionstag in Weilburg-Waldhausen















Nr.	Läufer
1	Kevin Schwarze
3	Marco Spitzer
9	Jonas Schmidt
10	Nils Leichthammer
11	M. Losacker
19	Johannes Klein
20	Jannik Lehr
21	Maximilian Hertl
22	Florian Lüdecke
23	Patrick Metzemacher
24	Simon Kopta
25	Pascal Linn
26	Pascal Schlüter
27	Holger Kramer
28	Thomas Schmidt
29	Mario Leuninger
30	Martin Helber
31	Stefan Seelbach
32	Mark Schäfer
33	Dennis Wagner
34	Nils Bussweiler
35	Jens Bussweiler
36	Maik Meuser
37	Jens Vorländer
38	Sascha Wagenbach
39	Tobias Vogel
40	Florian Meuser
41	Jonas Beblik
42	Christoph Horz
43	Alexander Stuhl
44	Berhard Stein
45	Uwe Riepel
46	Kim Polanski
47	Andy Heumann
48	Christian Gros
49	Tassilo Meilinger
50	Julian Schnorr
51	Jan Schütz
52	Tim Abel
53	Michael Baytz
54	Nadine Gerhardt
55	Dominik Busch
56	Felix Ritter
57	Rinor Kazi
58	Simon Kopta
59	Kurt Reischl

1. Merenberger Burg-Run

In Merenberg endete am Samstag, 04.10.2014 die Imagekampagne der Feuerwehren des Landkreises Limburg-Weilburg mit einer noch nicht da gewesenen Veranstaltung: dem 1. Merenberger Burg-Run. Der spektakuläre Lauf fand bei bestem Wetter statt. Die Läufer, die einzeln oder als Team antreten konnten, mussten von dem Brunnen in der Kirchstraße über einen ausgewählten, teils befestigten, teils holprigen Weg bis auf das Plateau der Burgruine laufen.

Die Besonderheit an der ganzen Veranstaltung war jedoch, dass die Teamläufer im Wettbewerb 1 mit kompletter Feuerwehrmontur und Atemschutzgerät die steile Strecke mit einer Länge von 300 Metern und 60 Höhenmetern absolvieren mussten.

Wettbewerbe und Kleidung

Wettbewerb 1:
Feuerwehr-Teamlauf mit persönlicher Schutzkleidung und nicht angeschlossenem Atemschutzgerät.

Wettbewerb 2:
Hilfsorganisationen im Team mit persönlicher Schutzkleidung.

Wettbewerb 3:
Jedermannlauf in der Einzelwertung. Die Feuerwehrleute und Hilfsorganisationen starten in 4er Gruppen alle 30 Sekunden.

Ergebnisse

Das Team Waldhausen I siegte in der Zeit von 9:18 Minuten, dicht gefolgt von Obertiefenbach auf dem zweiten Platz. Mit 9:21 Minuten und lediglich drei Sekunden Rückstand musste sich die Mannschaft nur knapp geschlagen geben. Den dritten Rang belegte die Wehr aus Reichenborn, die 9:56 Minuten benötigte. Auf den weiteren Plätzen landeten Barig-Selbenhausen (9:58 Minuten), Waldernbach (10:06 Minuten), Waldhausen II (10:15 Minuten), Merenberg (10:26 Minuten), Mengerskirchen (11:06 Minuten) und Rückershausen (11:38 Minuten).

Einziges Nicht-Feuerwehrteam und damit quasi konkurrenzlos waren die Reservisten aus Merenberg, deren vier Starter den Merenberger “Burg Run” in einer Gesamtzeit von 5:55 Minuten bewältigten.

Wertung Feuerwehren		
Platz	**Team**	**Gesamtzeit**
1	Waldhausen 1	00:09:18
2	Obertiefenbach	00:09:21
3	Reichenborn	00:09:56
4	Barig-Selbenhausen	00:09:58
5	Waldernbach	00:10:06
6	Waldhausen 2	00:10:15
7	Merenberg	00:10:26
8	Mengerskirchen	00:11:06
9	Rückershausen	00:11:38

Wertung Hilfsorganisationen		
Platz	**Team**	**Gesamtzeit**
1	Reservisten Merenberg	00:05:55

Neben den Mannschaften waren auch sieben Einzelläufer am Start. Schnellster war Kurt Reischl, der für die Strecke eine Zeit von 1:10 Minuten benötigte, gefolgt von Michael Baytz (1:24 Minuten) und Simon Kopta (1:33 Minuten). Auf den weiteren Plätzen folgten Rinor Kazi (1:48 Minuten), Dominik Busch (1:51 Minuten), Felix Ritter (1:53 Minuten) und Nadine Gerhardt (2:34 Minuten).

Wertung Einzelläufer		
Platz	**Läufer**	**Zeit**
1	Kurt Reischl	00:01:10
2	Michael Baytz	00:01:24
3	Simon Kopta	00:01:33
4	Rinor Kazi	00:01:48
5	Dominik Busch	00:01:51
6	Felix Ritter	00:01:53
7	Nadine Gerhardt	00:02:34

Neben der Siegerehrung mit Urkunden und Pokalen konnte man sich anschließend noch mit kühlen Getränken und Gulaschsuppe aus der Feldküche, die von den Reservisten angeboten wurde, stärken.

Insgesamt war dies eine gelungene Auftaktveranstaltung zum Ende der Imagekampagne, sodass man überlegt, diesen Lauf im nächsten Jahr zu wiederholen.



Impressionen Aktionstag in Elbtal













Ergebnis / Fazit / Dank

Stand 27.11.2014	Kinderfeuerwehr		Jugend-feuerwehr		Einsatz-abteilung		Feuerwehr-verein		Sterbe-kasse	
	Neu	Interesse	Neu	Interesse	Neu	Interesse	Neu	Interesse	Neu	Interesse
Beselich	1	4	1	1	1		2			
Brechen										
Bad Camberg										
Dornburg										
Elbtal			3		2		4			
Elz		1	3	0	3		2			
Hadamar						1	1			
Hünfelden	3	2	6	1	4	1	17			
Limburg										
Löhnberg										
Mengerskirchen			3	1						
Merenberg						12				
Runkel			17		1					
Selters	2		2		3	5	1			
Villmar			2	4	3	1				
Waldbrunn			12	3	1	2				
Weilburg					11		15	5	6	2
Weilmünster										
Weinbach	1	0	7	0	1	0	2	0		
gesamt	7	7	56	10	30	22	44	5	6	2
zusammen	**189**									

Die Zahlen der Imagekampagne sprechen für sich. Sie machen mehr als deutlich, dass solche konzertierten und konzentrierten Aktionen deutlich erfolgversprechender sind, als einzelne punktuelle Ansätze, neue Mitglieder für die Feuerwehren zu gewinnen.

Sie zeigen aber auch, dass der hier vor Ort eingeschlagene Weg – den Menschen gezielt, persönlich und nachhaltig anzusprechen – der einzig erfolgversprechende ist. Dieser Weg zum Erfolg hat sich nun in den Köpfen derer, die intensiv mitgemacht haben, festgesetzt. Er bildet nun die Vorlage für weitere Aktivitäten.

Nun gilt es, den Erfolg dieser Imagekampagne zu konservieren. Neue Mitglieder müssen gehalten, Interessierte noch vollends überzeugt werden. Dies ist den örtlichen Verantwortlichen der Imagekampagne mehr als bewusst. Diese Imagekampagne wird insofern niemals abgeschlossen sein, sondern in einen laufenden Prozess überführt werden müssen.

Neben den blanken Zahlen gab es noch eine Reihe von unbeabsichtigten, aber gleichwohl angenehmen Nebeneffekten.

Deutlich zu spüren ist das stärkere Bewusstsein von Politik und Öffentlichkeit an dem Personalbestand und der personellen Perspektive ihrer Feuerwehr. Es wurde sehr positiv zur Kenntnis genommen, dass Feuerwehren über ihren traditionellen Beitrag im Brand- und Katastrophenschutz hinaus die demographischen Entwicklungen nicht nur beklagen, sondern sich mit viel Engagement und Herzblut dem gezielt entgegen stellen.

Gleiches gilt für das Prestige und das Ansehen der Feuerwehrverbände, die diese örtlichen Aktivitäten unterstützt haben. Viele Rückmeldungen aus den Feuerwehren belegen, dass die zentrale Steuerungsrolle und die vielfältigen Unterstützungsleistungen sehr gut an der Basis angekommen sind.

Nicht geplant und auch nicht vorhergesehen war ein weiterer Effekt, den die Imagekampagne in den engagierten Feuerwehren ausgelöst hat. Gemeinschaftlich ein schwieriges Thema anpacken, Lösungen suchen und Aktionen – mit Erfolg – durchführen, schweißt zusammen. Hier ist der schon vorhandene Teamgeist noch einmal auf einer anderen Ebene gestärkt worden.

Vielen Dank!

Feuerwehr funktioniert nur mit vielen Menschen! Menschen, die sich tatkräftig für IHRE Sache einsetzen. Herzlichen Dank, dass Sie, dass Ihr Euch für unsere Imagekampagne engagiert habt. Dass Ihre und Eure Talente und Fähigkeiten – egal in welcher Rolle, ob kreativer Kopf, Organisator, Förderer, ideeller Unterstützer oder als Mensch, der andere Menschen angesprochen hat – zu dem großen Erfolg der Imagekampagne beigetragen haben.

Weiter Berichte und Bilder von den Aktionen findet man unter: www.kreisfeuerwehrverband.net

Frohe Weihnachten

„Einen Vorsprung im Leben hat,
wer da anpackt, wo die anderen erst einmal reden!“

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kameradinnen und Kameraden,

das Wirken unserer Feuerwehren ist kein sportlicher Wettkampf, bei dem es Sieger und Verlierer gibt. Und doch gilt es für Einsatzkräfte oft, einen Vorsprung heraus zu holen: Zeit rettet Leben oder mindert das Schadensausmaß. Schnelle, qualifizierte Hilfen, überall, rund um die Uhr und ohne vorherige Diskussionen waren auch in diesem zu Ende gehenden Jahr wieder das Markenzeichen unserer heimischen Feuerwehren. Ganz im Sinne dieses Zitates von J. F. Kennedy wurde auch in 2014 wieder angepackt um zu retten, zu löschen, zu bergen und zu schützen.

Hierfür möchten wir, der Vorstand des Kreisfeuerwehrverbandes und die Kreisjugendfeuerwehr, uns bei Euch herzlich bedanken. Danke auch an jene, die uns auf diesem Wege begleitet und dabei durch Rat und Tat „anpackend“ unterstützt haben.

Wir wünschen besinnliche Weihnachtsfeiertage
für Euch und Eure Familien und alles Gute für ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2015.

Mit kameradschaftlichen Grüßen
Kreisfeuerwehrverband Limburg-Weilburg
Thomas Schmidt, Verbandsvorsitzender
Brigitte Kintscher, Kreisjugendfeuerwehrwartin



TERMINE

31.01.2015: Klausurtagung Verbandsausschuss (KFV)
20.02.2015: Sitzung Verbandsvorstand
20.-21.02.2015: KFV-Seminar "MS-Excel® & OpenOffice-Calc" & Einführung in "MS-Word®" ==> wird wahrscheinlich noch auf einen anderen Termin verschoben
06.03.2015: JHV FFen Mengerskirchen
18.03.2015: JHV Notfallseelsorge Limburg-Weilburg
21.03.2015: KJF - Delegiertenversammlung in Dillhausen
21.03.2015: Frühlingskonzert - Blasorchester FF Ellar
05.04.2015: Jahreskonzert - Blasorchester FF Villmar
25.04.2015: LFV - 61. Verbandsversammlung in Laubach
09.-10.05.2015: Treffen für Feuerwehrangehörige an der HLFS
20.05.2015: KFV-Dienstversammlung der musiktreiben Gruppen in Selters-Haintchen
29.-30.05.2015: HJF - Delegiertentag in Bad Nauheim
31.05.2015: Feuerwehrleistungsübungen auf Landkreisebene
03.-07.06.2015: KJF - Kreisjugendfeuerwehrzeltlager in Runkel
06.06.2015: NFV Verbandsversammlung in Frankfurt/Main
27.06.2015: KFV Verbandsversammlung in Brechen-Niederbrechen
03.-06.07.2015: Konzertfahrt - Blasorchester FF Villmar nach Handenberg (Österreich)
11.07.2015: LFV-Forum Brandschutzerziehung-/aufklärung in Petersberg bei Fulda
11.07.2015: 2. Kreisfeuerwehrmusikfest Limburg-Weilburg in Villmar
12.07.2015: KJF - Bundeswettbewerb Kreisebene in Niederselters
17.-19.07.2015: 5. Olympiade der Sicherheits- und Rettungskräfte in Hasselroth-Neuenhaßlau
18.- 19.07.2015: DFM - Museumsfest 2015 in Fulda
19.09.2015: CTIF - Landesentscheid in Hasselroth-Gondsroth
03.10.2015: Oktoberfest - Blasorchester FF Villmar
06.-07.11.2015: DFV-Forum Brandschutzerziehung und -aufklärung in Frankfurt/Main
27.11.2015: DFV - Delegiertenversammlung in Berlin
12.12.2015: Altennachmittag des KFV in Eschenau
18.06.2016: Verbandsversammlung KFV im Kurhaus Bad Camberg
14.-18.06.2017: KJF - Kreisjugendfeuerwehrzeltlager in Brechen-Werschau

Weitere Informationen unter:
www.kreisfeuerwehrverband.net

www.kreisfeuerwehrverband.net
www.kreisjugendfeuerwehr.net

Impressum Martinshorn

Herausgeber und v.i.S.d.P.:
Kreisfeuerwehrverband
Limburg-Weilburg
Neunkircher Straße 12
35799 Merenberg

Redaktion:

Franz-Josef Sehr
Birgit Born
Florian Lenk
Laura Thiel
David Pietzner
Bernd Rompel
Marc Rompel