



Fortbildungsveranstaltung des KFV Limburg-Weilburg e.V.

„Vorstellung des LFV-Leitfadens zur Gewinnung und Stärkung von Freiwilligen für die Feuerwehren in Hessen“

am 26./27.09.2008 in Dornburg-Frickhofen – Referent: Helmut Raab

Arbeitsgruppenergebnisse

Die Aussagen (teilweise treffen sie jeweils auf mehrere Themen zu) wurden auf Basis der dem Referenten überlassenen handschriftlichen Notizen aus den Arbeitsgruppen zusammengestellt. Die Reihenfolge bei der stichwortartigen Dokumentation bedeutet keine Wertung einzelner Punkte!

Die Aussagen stellen eine Grundlage für die gezielte Erarbeitung regionaler/örtlicher Konzepte nach jeweils individuellem Bedarf dar. Weitere Informationen finden sich im LFV-Leitfaden und in den im Rahmen der ersten Aussendungen verschickten Hintergrundartikeln.

Wichtig:

Alle Maßnahmen können nur dann zum Erfolg führen, wenn sie dauerhaft betrieben werden! Einmalaktionen verpuffen in ihrer Wirkung sehr schnell!

Sie sind vor allem keine „Eiersonenaufgabe“ beispielsweise des Wehrführers (Stichwort: „Was soll ich denn noch alles machen“), sondern können nur im Team bewältigt werden!

Alle Einzelpunkte stehen in einem engen Zusammenhang:

Mitgliederwerbung lässt sich nicht ohne Öffentlichkeitsarbeit betreiben, die Anerkennungskultur beeinflusst die Mitgliederbindung und vieles andere mehr!

Themenblock 1

Anerkennungskultur:

Für wen?

- Arbeitgeber
- Eigene Aktive
- Familie
- Jugendwart

Durch wen?

- Führungskräfte
- Politik

Wie?

- Anerkennung öffentlich machen (extern und intern)
- Auszeichnungen
- Freizeitangebote
- Ideenwerkstatt bilden (Auch „Neue“ haben gute Ideen)



- Lob für Arbeitgeber (Stichwort u.a. „Aktion Partner der Feuerwehr“) durch GBI/STBI und Politiker
- Lob für eigene Kräfte (z.B. nach Einsätzen), keine Floskeln
- Vergünstigungen bei der Nutzung kommunaler Einrichtungen (z.B. Schwimmbadeintritt)
- Wertschätzung und Ehrlichkeit

Lobbyarbeit:

Zielgruppen?

- Andere Vereine
- Arbeitgeber
- Bevölkerung
- Kommune
- Meinungsbilder (Medienvertreter etc.)
- Politiker

Wie?

- Aktionen wie „Partner der Feuerwehr“
- Aktionstage für Politiker etc.
- Beziehungspflege
- Kritik ernst nehmen
- Persönliche Einladungen an Politiker zur Veranstaltungen
- Persönliche und ehrliche (Hintergrund-)Gespräche
- Präsenz auf gesellschaftlichem Parkett
- Transparenz herstellen
- Zusammenarbeit mit anderen Organisationen/Vereinen

Öffentlichkeitsarbeit:

Wie?

- Aktionstage für bestimmte Bevölkerungsgruppen
- Außerdienstliche Veranstaltungen
- Brandschutzerziehung (Kindergarten, Schulen, Zielgruppen wie Migranten etc.)
- Eigenes und aktuelles Internetangebot verlinkt mit möglichst vielen anderen Stellen
- Einheitliches Erscheinungsbild (Stichwort Kleidung) in der Öffentlichkeit
- Kommunikation und Transparenz in der eigenen Wehr
- Nutzung „neuer“ Medien wie E-Mail
- Persönliche Gespräche durch jedes FF-Mitglied mit Außenstehenden
- Plakate/Schilder
- Präsenz bei Veranstaltungen anderer Organisationen/Vereinen
- Presseartikel nicht nur über Einsätze und Zusammenarbeit mit anderen Medien (Funk, Fernsehen)
- Schauübungen etc.
- Tag der offenen Tür
- Selbstdarstellung zur Imageverbesserung im Bild der Öffentlichkeit

Durch wen?

- Jedes Feuerwehrmitglied
- Medienvertreter als „Botschafter“
- Musikzüge der Feuerwehr



- Pressewart/Sachbearbeiter Öffentlichkeitsarbeit
- Webmaster

Für wen?

- Alle Bürger
- Eigene Mitglieder
- Kinder und Jugendliche

Themenblock 2

Mitgliederbindung:

Welche Möglichkeiten haben wir?

- Aktives Vereinsleben
- Anerkennung auch der „Jungen“
- Angebot Führerscheinerwerb
- Ausflüge, Freizeitveranstaltungen
- Einbindung der Lebenspartner/Familien in Welt der Einsatzabteilung
- Einsatz nach Qualifikation und Talent
- Förderung der Gemeinschaft
- Fortbildungsangebote
- Freistellung Bundeswehr
- Gemeinsame Veranstaltungen mit Lebenspartnern
- Gute und durchgängige Kommunikation intern
- Guter Führungsstil
- Kontakt zu Weggezogenen halten
- Mobbing nicht zulassen
- Offene Gespräche, keine Geheimniskrämerei
- Patenschaften während der Übergangsphase JF/FF
- Persönliche Probleme beachten (Pubertät etc.)
- Pflege der Alters- und Ehrenabteilung
- Private Unterstützung von Einzelmitgliedern
- Qualitativ gute und interessante Gesamtausbildung
- Übungen interessant gestalten
- Vereinbarkeit Feuerwehrdienst mit Beruf und Familie beachten
- Vernünftige PSA

Wer kann dabei helfen?

- Altaktive
- Arbeitgeber
- Eigene Kräfte
- Feuerwehr(förder-)verein
- Kommune
- Landesfeuerweherschule (Stichwort Schulungsangebote im Bereich Menschenführung für Führungskräfte)



Mitgliederwerbung:

Welche Zielgruppen gibt es?

- Alle Einwohner (auch solche, die nur als Passive für den Verein gewonnen werden können)
- Ehemalige Aktive
- Jugendliche
- Neubürger

Wie können wir diese erreichen?

- Aktivitäten in Kindergärten und Schulen
- Brandschutzerziehung
- Gespräche mit Altaktiven (Kontaktpflege betreiben)
- Informationsveranstaltungen
- Menschen da „abholen“ wo sie sind
- Neubürgerinformation
- Persönliche Ansprache

Wer kann helfen?

- Eigene Aktive und Jugendfeuerwehrmitglieder (Stichwort „JF-Mitglieder werben Jugendliche“ etc.)
- Feuerwehr(förder-)verein
- Freunde und Bekannte
- Jugendpfleger
- Kommune/Politik
- Medien
- Verbände

Themenblock 3

Feuerwehr-/Förderverein:

Was sollte er tun?

- Bevölkerungskreise an Feuerwehr binden, die keinen aktiven Dienst leisten können
- Einbindung FF in örtliche Strukturen (Stichwort „Vereinslandschaft“)
- Finanzielle Förderung (z.B. im Ausrüstungsbereich)
- Hilfe bei der Brandschutzerziehung
- Imagepflege in Richtung Bevölkerung
- Lobbyarbeit
- Öffentlichkeitsarbeit
- Persönliche Ansprache von bisherigen Nichtmitgliedern EA
- Unterstützung bei der Mitgliederbindung
- Werbemaßnahmen (z.B. Broschüre „Was ist alles bei der FF möglich?“)

Partner und Multiplikatoren:

Wen brauchen wir?

- Andere Vereine
- Bürger (Stichwort Bindung im Förderverein)
- Familien



- Kindergärten
- Kommunalverwaltung
- Örtliche Unternehmen
- Politik
- Presse/Medien
- Schulen

Für welchen Zweck?

- Finanzielle und materielle Unterstützung
- Mitgliederwerbung
- Pflege/Schaffung eines positiven Feuerwehrumfeldes in der Öffentlichkeit
- Unterstützung bei Veranstaltungen

Wie kann man uns helfen?

- Bevorzugte Einstellung von Aktiven
- Beziehungspflege/-aufbau
- Bildung AG Brandschutz in Schulen (Stichwort: Interesse an eigener Mitarbeit in der Feuerwehr bei Jugendlichen wecken)
- Hilfe bei der Öffentlichkeitsarbeit
- Hilfe bei Veranstaltungen
- Problemlose Freistellung von Aktiven für Einsätze
- Spenden, Sponsoring

Auswertung Feedbackbogen

Die Rücklaufquote der Feedback-Bogen lag bei 91,7 %. Die Ergebnisse in der Übersicht:

Altersstruktur:

- 0 % bis 20 Jahre
- 35,2 % bis 30 Jahre
- 18,5 % bis 40 Jahre
- 33,3 % bis 50 Jahre
- 7,4 % bis 60 Jahre
- 5,6 älter als 60

Die Teilnahme erfolgte als Vertreter (wegen Personalunion teilweise Mehrfachangaben) der/des:

- 48,1 % Einsatzabteilung
- 27,8 % Jugendfeuerwehr
- 21,5 % Verein
- 2,5 % andere Stelle

Organisation, Rahmenbedingungen, Termin:

Die Veranstaltung war

- 80,0 % gut organisiert
- 18,2 % ausreichend organisiert
- 1,8 % mangelhaft organisiert



Anmerkung: Mehrere Teilnehmer der Freitagveranstaltung vermissten Warmgetränke und einen kleinen Imbiss. Da es unmittelbar im Bereich der Aula eine Schulküche gab, wäre die Heißgetränkezubereitung sicherlich unproblematisch gewesen.

Die Rahmenbedingungen waren

- 81,5 % gut
- 18,5 % ausreichend

Anmerkung: Kritisch zu werten waren aus meiner Sicht die Lichtverhältnisse von den hinteren Sitzplätzen aus in der sehr von Außenlicht durchfluteten Aula. Vor allem die Sonneneinstrahlung am zweiten Tag brachte dann erhebliche Probleme bei der Erkennbarkeit der Präsentation mit sich, weshalb kurzfristig auf einen Klassenraum (wegen der geringen Personenzahl problemlos möglich) zurückgegriffen wurde. Wenn kein Personal der Einrichtung vor Ort ist sollte bekannt sein, wie sich eine eventuell vorhandene Verdunkelungsmöglichkeiten nutzen lässt.

Der Termin am Freitag war

- 82,5 % so in Ordnung
- 17,5 % nicht in Ordnung

Zwei Teilnehmer hätten eine Nachmittagsveranstaltung an einem anderen Tag, einer einen anderen Wochentag und fünf einen Samstag bevorzugt. Zwei Teilnehmer bezeichneten die Veranstaltung als „zu lang“, einer davon meinte „2 Stunden sind genug“.

Der Termin am Samstag war

- 93,3 % so in Ordnung
- 6,7 % nicht in Ordnung

Ein Teilnehmer hätte einen Abend an einem anderen Wochentag bevorzugt.

Inhalt:

Die Präsentation war

- 90,9 % gut
- 5,5 % weniger gut
- 1,8 % ausreichend
- 1,8 % mangelhaft

Die Themen waren

- 100 % sinnvoll

Die Veranstaltung war

- 11,3 % zu theorielastig
- 88,7 % im Theorie-Praxis-Bezug ausgewogen



Arbeitsgruppendifkussion:

Die Zeit für die Diskussion bezeichneten

- 92,6 % als ausreichend
- 7,4 % als weniger ausreichend

Anmerkung: Wegen der geringen Personenzahl bei der Samstagveranstaltung wurde die vorgegebene Zeit für die Arbeitsgruppen in Absprache mit den Teilnehmern von 60 auf 45 Minuten verkürzt.

Gewinn/Nutzen für den Teilnehmer:

Anmerkung: Bei dieser Frage erfolgten teilweise Mehrfachnennungen.

- 33,3 % haben Neues erfahren
- 57,6 % haben Anregungen für die Praxis erhalten
- 9,1 % waren die Anregungen weitgehend bekannt

Gesamtfazit:

Die Teilnahme hat sich für

- 30,9 % sehr gelohnt
- 54,5 % überwiegend gelohnt
- 14,5 % nur zum Teil gelohnt

Zusätzliche persönliche Anmerkungen (soweit nicht angegeben jeweils 1 x):

Präsentation:

- Arbeitsgruppenergebnisse besser in die Präsentation des Referenten integrieren
- Methodisch gut, abwechslungsreich; regt zum Nachdenken an
- Optisch unscharfe Präsentation
- Veranstaltung war sehr informativ gefüllt mit vielen Ah-Effekten; sehr gut konzipiert.
- Zu viele Wiederholungen (4 x)

Thematik:

- Es sollte mehr auf örtliche Strukturen eingegangen werden, da weitgehend Feuerwehren aus ländlichen, kleineren Wehren mit teilweise anderen Problemen den Teilnehmerkreis bildeten.
- Teilweise sehr schwer von einer FF umsetzbar

Sonstiges:

- Aufbauend sollten neue Ideen entwickelt werden.
- Der entsprechende Vortrag kann auf www.kreisfeuerwehrverband.net heruntergeladen werden.

Helmut Raab, Dietzenbach im September 2008