Feuerwehr-Magazin

8200

FEUERWEHR MAGAZIN

Feuerwehr-Mitglieder-werbung

Digitales Themen-Special

7 preisgekrönte Ideen, die funktionieren!

eDossier

Wettbewerb „Goldenes Sammelstück“

Jubel an der Ostsee

Mit über **100 Maßnahmen, Aktionen und Konzepten** beteiligten sich 51 Feuerwehren am Wettbewerb „Goldenes Sammelstück“ – Kräfte finden, Kräfte binden. Eine fünfköpfige Jury ermittelte daraus die Gewinner. Das Konzept der Gemeinde Timmendorfer Strand zur Mitgliederbindung beeindruckte die Experten am meisten.

Gemeinsam mit Firma Dräger und unterstützt vom Deutschen Feuerwehrverband hatte das Feuerwehr-Magazin Anfang des Jahres erstmals den Wettbewerb „Goldenes Sammelstück“ ausgeschrieben. Mit dem Wettbewerb sollten erfolgreiche Maßnahmen und Kampagnen zur Mitgliederfindung und -bindung gesucht, prämiert und einer größeren Öffentlichkeit vorgestellt werden. 51 Feuerwehren reichten ihre Unterlagen ein, darunter auch eine Wehr aus Luxemburg und eine aus Österreich. „Sinkende Zahlen bei den Aktiven sind kein rein deutsches Problem, sondern betreffen auch die freiwilligen Wehren im angrenzenden Ausland“, so Feuerwehr-Magazin-Chefredakteur Jan-Erik Hegemann, der auch die Idee zu dem Wettbewerb hatte.

Interessant ist die Verteilung der Einsendungen aus Deutschland. Jeweils acht Wehren aus Baden-Württemberg und Hessen beteiligten sich. Aus Nordrhein-Westfalen kamen sieben Aktionen, aus Rheinland-Pfalz sechs, aus Bayern fünf, aus Niedersachsen und Schleswig-Holstein jeweils vier. Aus dem Saarland gingen drei Bewerbungen um das „Goldene Sammelstück“ ein, aus Brandenburg zwei und aus Hamburg sowie Sachsen jeweils eine.

In der Regel werden bei den Wettbewerben des Feuerwehr-Magazins immer die Leser und User des Internetportals www.feuerwehrmagazin.de in den Entscheidungsprozess einbezogen. „Diesmal sind wir bewusst einen anderen Weg gegangen“, erklärt Hegemann. Die Preise hat ein hochkarätig besetztes Expertengremium vergeben. Der Jury gehörten neben Chefredakteur Hegemann noch Dr. h.c. Ralf Ackermann, Vizepräsident des Deutschen Feuerwehrverbandes, René Schubert, Leiter der Berufsfeuerwehr Ratingen, Nicolai Gäding von Firma Dräger und Anke Fahrenholz, Landes-Jugendfeuerwehrwartin der Niedersächsischen Jugendfeuerwehr, an.

Jedes Jury-Mitglied hat alle Einsendungen gesichtet. „Dieser Vorgang hat ein paar Stunden in Anspruch genommen“, berichtet Schubert. „Die Bewerbungsmappen waren teilweise äußerst umfangreich, enthielten auch Filme, Fotos, Zeitungsartikel und Präsentationen.“ Anschließend ging es an die individuelle Punktevergabe. Jeder Juror durfte einmal 10 Punkte vergeben, einmal 9, 8, 7, und so weiter. Im Idealfall hätte ein Vorschlag also 50 Punkte auf sich vereinigen können. Folgende Kriterien sollten bei der Bewertung der Maßnahmen, Aktionen und Kampagnen berücksichtigt werden: Originalität, Umsetzbarkeit (Kopierfähigkeit), erforderlicher Aufwand, Nachhaltigkeit und Erfolgsquote.

Die Entscheidung war äußerst knapp. Auf den Sieger des „Goldenen Sammelstücks“ entfielen 35 Punkte. Der Zweitplatzierte erhielt nur einen Punkt weniger. Für den Dritten gab die Jury 29 Punkte, für den Vierten 27 Punkte. Zwei Einsendungen erhielten 24 Punkte. Nach kurzer Beratung stand fest: Es gibt damit zwei Fünftplatzierte.

Außerdem hatten das Feuerwehr-Magazin und Dräger im Zuge des Wettbewerbs noch einen mit 1 000 Euro dotierten Sonderpreis ausgeschrieben. Gesucht waren Aktionen, mit denen Jugendlichen die Übergangsphase von der JF in die aktive Einheit erleichtert wird. Hier begeisterte die „Arbeitsgemeinschaft Übergang“ des Projektes „Ohne Jugend – keine Zukunft“ der Kreisjugendfeuerwehr des Odenwaldkreises (Hessen) letztlich am meisten.

Auf den folgenden Seiten stellt Jan-Erik Hegemann die sieben Gewinner vor

1. **Preis:** der **„Motivationstopf“** der Gemeindefeuerwehr Timmendorfer Strand (Schleswig-Holstein).
2. **Preis:** Arbeitsgemeinschaft **„Hilfe zur Selbsthilfe, Brandschutz und Erste Hilfe“** der FF Rodgau (Hessen).
3. **Preis:** **„Feuerwehr und Wirtschaft als Partner vernetzen“** des Fördervereins der Feuerwache Miersdorf (Brandenburg).
4. **Preis:** der **„Haushalts-Löschkübel“** der Ortsfeuerwehr Vallstedt/Alvesse (Niedersachsen).
5. **Preis:** das Projekt **„Interkulturelle Öffnung“** der FF Arnsberg (Nordrhein-Westfalen) und
5. **Preis:** das **„Konzept zur Systematisierung der Nachwuchsgewinnung“** der FF Böblingen (Baden-Württemberg).

Miniabo

Feuerwehr-Magazin

Tablet-Ausgabe inklusive

3 Ausgaben testen!

Lernen Sie uns richtig kennen!

Monat für Monat...

...bis zu 100 Fotos von Feuerwehr-Fahrzeugen

...ausführliche Berichte über zwei bis drei Fahrzeuge

...spektakuläre Einsatzberichte

...aktuelle Nachrichten

...interessante Reportagen

...Vorstellung einzelner Feuerwehren

...praktische Tipps für den Einsatz

...Marktübersichten

...Tests

Aus dem In- und Ausland – auf jeweils 100 Seiten

nur 9 Euro (Deutschland)
9,60 Euro (EU und Welt)
16 CHF (Schweiz und Liechtenstein)

versandkostenfrei

Hier informieren und bestellen:
shop.feuerwehrmagazin.de

Impressum

CHEFREDAKTEUR/PUBLISHER:
Jan-Erik Hegemann (heg)
(verantwortlich für den Inhalt)
Feuerwehr-Magazin, Ebner Verlag GmbH & Co KG,
Kurt-Schumacher-Allee 2, 28329 Bremen,
Telefon 04 21/4 68 86-0, Telefax 04 21/4 68 86-30
eMail: **redaktion@feuerwehrmagazin.de**
Internet: **www.feuerwehrmagazin.de**

VERLAG:
Ebner Verlag GmbH & Co. KG, Karlstraße 3,
89073 Ulm, Sitz und Amtsgericht Ulm HRA 1900.
PHG: Ebner Verlagsverwaltung GmbH,
Sitz und Amtsgericht Ulm HRB 576,
Geschäftsführer: Gerrit Klein,
Martin Metzger (Stellvertreter), Florian Ebner
USt.IdNr. gem. § 27 a USt.-Gesetz: DE 147041097
Internet: **www.ebnerverlag.de**

COPYRIGHT:
Sämtliche Texte und Bilder unterliegen dem Schutz des Urhebers und dürfen ohne schriftliche Genehmigung der Ebner Verlag GmbH und Co. KG nicht kopiert und verwendet werden.

Hinweis: Links sind nach Erscheinen der gedruckten Ausgabe nicht mehr aktualisiert worden.

Stand: 2013

Motivation auf allen Ebenen

Mit einem **„Motivationstopf“** will die Gemeinde Timmendorfer Strand (SH) Anreize für die Nachwuchsgewinnung und den Mitgliedererhalt setzen. In der Ostseetherme, in Kinos und beim Minigolf beispielsweise müssen Feuerwehrleute keinen Eintritt bezahlen. Die Regelung gilt auch für ihre Familienangehörigen. Doch das ist noch nicht alles.

Schon 2008 startete die Feuerwehr Timmendorfer Strand (Kreis Ostholstein) mit ersten Maßnahmen zur Mitgliedergewinnung. Der Blick in die Mitgliederstatistik zeigte deutlich, dass in den kommenden Jahren altersbedingt zahlreiche Aktive ausscheiden werden. „Es bestand also ein gewisser Handlungsdruck“, erklärt Gemeindewehrführer Peter Uhr. Doch die Beteiligung beim „Mit-Mach-Tag“ war äußerst gering. Und eine Veranstaltung zur Mitgliederwerbung über persönliche Einladungen des Bürgermeisters stieß sogar auf null Resonanz. „Schon früh dachten wir deshalb darüber nach, den Kameraden freien Eintritt in die ortseigene Schwimmhalle, kostenloses Parken und Hilfen bei der Wohnungssuche zu gewähren“, so Uhr. Bis zur teilweisen Verwirklichung sollten allerdings noch einige Jahre vergehen.

Erst 2013 startete das „Motivationstopf“ genannte Projekt in der 9.000-Einwohner-Ortschaft. Die Gemeinde stellte dafür 20.000 Euro in den Haushalt ein. In den Kinos in Bad Schwartau und Scharbeutz, im Vogelpark, auf dem Minigolfplatz und in der Ostseetherme haben Mitglieder der Jugendfeuerwehr, Aktive und ihre Familien (Partner und eigene Kinder) freien Eintritt. Die Aktiven können kostenlos Mitglied im Fitnessclub „VitaSpa“ der Ostseetherme werden. Und bei den Jugendlichen wird der Erwerb des Führerscheins der Klasse B auf Antrag bezuschusst. Außerdem können die JF-Mitglieder in den Eisdielen gratis Eis essen.

An ein paar Bedingungen sind die Vergünstigungen allerdings geknüpft:

- Ein Mitglied muss mindestens drei Monate aktiv am Feuerwehrdienst teilgenommen haben.
- Eine mindestens 50-prozentige Dienstbeteiligung ist erforderlich.
- Das letzte Wort hat die Wehrleitung.
- Die Wehrleitung überwacht die Vergabe der Mittel und trägt gegenüber der Gemeinde die Verantwortung.

Mitglieder der Ehrenabteilung sind übrigens nicht mit in den Motivationstopf einbezogen. Dafür aber explizit die Familienangehörigen. „Da der Feuerwehrdienst sehr häufig zu Lasten des Familienlebens geht, wollen wir uns damit auch bei den nächsten Angehörigen unserer Aktiven bedanken“, erklärt Hatice Kara, die Bürgermeisterin von Timmendorfer Strand. „Der Motivationstopf ist explizit keine Bezahlung für den Feuerwehrdienst“, ergänzt Gemeindewehrführer Uhr, „sondern eine Anerkennung für geleistete Dienste zur Aufrechterhaltung der Sicherheit im Brandschutz der Gemeinde.“

Dank der umfangreichen Berichterstattung der örtlichen Medien erlangte der „Motivationstopf“ innerhalb Schleswig-Holsteins schnell einen gewissen Bekanntheitsgrad. „Die Gemeinde hat viel Lob dafür erhalten“, bestätigt die Bürgermeisterin. Und was noch besser ist: zehn neue Mitglieder seit Anfang des Jahres.

Wenn die Neuen einige Jahre durchhalten, können sie sich außerdem über eine Gratifikation freuen. Ebenfalls zu diesem Jahr führte die Gemeinde folgende Regelung ein: für 10 Jahre aktiven Dienst gibt es 150 Euro, für 20 Jahre 250 Euro, für 30 Jahre 350 Euro, für 40 Jahre 400 Euro und für 50 Jahre 500 Euro. Angerechnet wird nur die Dienstzeit in Timmendorfer Strand. Weitere Bedingung: mindestens 50 Prozent Dienstbeteiligung.

Jugendliche haben es da wesentlich besser: Schon nach einem Jahr Zugehörigkeit

Fotos (2): Feuerwehr

Besonderheit des „Motivationstopfes“ der Gemeinde Timmendorfer Strand: Viele Vergünstigungen gelten auch für die Partner und Kinder der aktiven Feuerwehrleute. So dürfen die Familien beispielsweise gratis minigolfen.

Nach einem Jahr aktiver Mitgliedschaft und regelmäßiger Teilnahme an den Diensten erhalten die JF-Mitglieder eine Armbanduhr.

zur JF erhalten sie als Dankeschön eine rote Armbanduhr mit dem Seepferdchenmotiv für das Ostseebad und einem Feuerwehrhelm auf dem Ziffernblatt, die nicht im Handel erhältlich ist. „Diese Aktion kostet die Gemeinde nichts“, erklärt der Gemeindewehrführer. „Die Uhren haben Maik Lindner, ein ortsansässiger Juwelier, und die ‚Aktiv Gruppe Timmendorfer Strand‘ (Interessengemeinschaft der Gewerbetreibenden im Zentrum von Timmendorfer Strand) gemeinsam für diesen Zweck gespendet.“

Das Urteil der Jury: Platz 1. Eine wirklich vorbildliche Aktion, die neben der Gewinnung von Neumitgliedern auch auf Haltung der Kräfte setzt. Die Gemeinde bringt mit der Dotierung des Motivationstopfes zum Ausdruck, dass sie die Arbeit der Feuerwehrleute „wert“-schätzt. Besonders löblich: Auch die Familienangehörigen der Feuerwehrleute profitieren.

Nachahmen erwünscht: Das Konzept des „Motivationstopfes“ stellt die Gemeindefeuerwehr Timmendorfer Strand interessierten Wehren und Kommunen gerne zur Verfügung.

Kontakt:
Hauptbrandmeister Peter Uhr, Strandstraße 48, 23669 Niendorf/Ostsee, Telefon 04503/4858, eMail peter.uhr@freenet.de

Die Jury des Wettbewerbs

Die Jury des Wettbewerbs bildeten (von links) Nicolai Gäding, Jan-Erik Hegemann, Dr. h.c. Ralf Ackermann, René Schubert und Anke Fahrenholz.
Foto: Preuschoff

Dr. h.c. Ralf Ackermann: 55 Jahre alt, Kreisbrandinspektor Offenbach, Präsident des Landesfeuerwehrverbandes Hessen, Vizepräsident des Deutschen Feuerwehrverbandes.

Anke Fahrenholz: 46 Jahre, Landes-Jugendfeuerwehrwartin der Niedersächsischen Jugendfeuerwehr, Brandmeisterin bei der FF Horstedt/Weser, seit über neun Jahren stellvertretende Ortsbrandmeisterin.

Nicolai Gäding: 27 Jahre alt, Marketing Manager im Segment Feuerwehr, Europa Zentral bei Dräger, Löschmeister bei der FF Itzstedt, Fachwart Atemschutz und Ausbilder Jugendfeuerwehr.

Jan-Erik Hegemann: 47 Jahre alt, Chefredakteur und Herausgeber des Feuerwehr-Magazins, Initiator des Wettbewerbs „Goldenes Sammelstück“.

René Schubert: 40 Jahre alt, Oberbrandrat, Leiter der Feuerwehr Ratingen, die in den letzten sechs Jahren außergewöhnliche 18 Prozent Personalzuwachs im Ehrenamt vorweisen kann, ehrenamtlich tätig in der Führungsgruppe der Feuerwehr Ratingen.

ANZEIGE

Unsere Ausbildungshefte jetzt auch fürs Tablet

Digitale Ausgaben!

Nutzen Sie die Vorteile der **digitalen Ausgaben** unserer Ausbildungshefte:

- Ausgaben abspeichern
- In allen Ausgaben bequem nach Stichwörtern suchen
- Setzen von Lesezeichen
- Bilder vergrößern
- Nur-Text-Lesemodus

7,99 Euro je Ausgabe

Hier geht’s zu den Stores:

Erhältlich im App Store — iOS

ANDROID APP ON Google play — Android

Demnächst auch „Brandbekämpfung mit Schaum“, „Verhalten im Innenangriff“ und „Einsatz von Hubrettungsfahrzeugen“ erhältlich.

Feuerwehr-Magazin ist eine Zeitschrift der Verlagsgruppe Ebner, Ulm

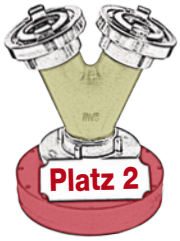
Im Sommer wird der Schulhof für praktische Übungen genutzt – und dabei können gleich die Rasenflächen ein wenig gewässert werden.

Die Wiederbelebung von Kleinkindern gehört zum Unterrichtsstoff des Ausbildungslehrgangs zum Feuerwehrsanitäter.

Fotos (3): Feuerwehr

Grundausbildung am Gymnasium

Im Rahmen einer **Arbeitsgemeinschaft** absolvieren Gymnasiasten der Claus-von-Stauffenberg-Schule in Rodgau ihre Grundausbildung. Jeden Freitag unterrichten Feuerwehrleute die Schüler für drei Stunden. Bereits 24 neue und ausgebildete Mitglieder konnte die FF Rodgau (HE) so gewinnen.



Gymnasiasten sind bei der Jugendfeuerwehr und in den freiwilligen Feuerwehren unterrepräsentiert. „Wenn die nicht zu den Organisationen und Verbänden gehen, müssen diese halt zu uns kommen“, dachte sich 2006 Dr. Markus Henkel, Lehrer an der Claus-von-Stauffenberg-Schule in Rodgau (Kreis Offenbach) und damals Kreistagsabgeordneter. Was anfangs wie ein Spaß klang, hat sich inzwischen zu einem echten Erfolgsmodell entwickelt. Bereits 150 Schüler und Schülerinnen haben den Grundlehrgang absolviert, 24 von ihnen verstärken inzwischen die Einsatzabteilung, fünf sind in umliegenden Wehren aktiv. In der Altersgruppe der 17- bis 25-jährigen Aktiven in Rodgau hat sogar jeder Dritte zuvor an dem Projekt teilgenommen. Besonders erfreulich: Der Anteil der weiblichen Teilnehmer an der AG liegt konstant über 60 Prozent. „Und viele Schüler mit Migrationshintergrund sind dabei“, sagt Projektinitiator Dr. Markus Henkel. Auch diese Bevölkerungsgruppe erreichen die Feuerwehren ansonsten eher nicht.

Stolz präsentiert Johanna Bückner die Urkunde, die ihr die erfolgreiche Teilnahme am Grundlehrgang bescheinigt.

Ein Problem war anfangs die Finanzierung. Ausbildungsmaterial und mehrere Sätze komplette Schutzkleidung (Jacken, Hosen, Stiefel, Helme, Handschuhe) mussten angeschafft werden. „Der Anfangsbedarf betrug rund 10.000 Euro“, so der Lehrer. Die jährlichen Folgekosten belaufen sich auf rund 1.000 Euro. „Wir finanzieren die AG komplett aus Spenden von Banken, Unternehmen und Stiftungen“, erklärt der pädagogische Leiter des Projektes, der mit seinem Kollegen Thomas Neudörfer inzwischen selbst in die Feuerwehr eingetreten ist. Die Fahrzeuge – ein Löschgruppenfahrzeug (LF) 16/12 und ein Hilfeleistungslöschfahrzeug (HLF) 10/6 – samt Ausbildern stellt die Feuerwehr.

Ein Ausbildungslehrgang läuft jeweils über ein Schuljahr. Anfangs konnten lediglich zwölf Schüler teilnehmen, inzwischen sind es pro Jahr 25 Plätze. Die Abbruchquote beträgt unter fünf Prozent. „Der Vorteil unseres Vorgehens besteht darin, dass die Schüler keinem Zwang ausgesetzt sind. Es gibt keine Noten (kein Pflichtunterricht), sie müssen nicht zuvor in eine Organisation eintreten, da sie über die Schule versichert sind“, erklärt Dr. Henkel. „Da alle Projektbeteiligten vornehmlich in ihrer Freizeit aktiv sind (auch die Berufsfeuerwehrleute und Lehrer), sorgt dies für eine entspannte Atmosphäre. Zudem kooperieren Schüler, Lehrer, Mitglieder der Einsatzabteilung und (pensionierte) Berufsfeuerwehrangehörige in einem unbelasteten Raum miteinander, der losgelöst von etablierten Strukturen existiert.“

Vorteilhaft wirkte sich auch aus, dass der Landrat dem Ganzen sehr aufgeschlossen gegenüber stand und der Hausmeister der Schule Wehrführer einer Stadtteilwehr ist. Immer am Freitagnachmittag findet die AG statt. Dauer: jeweils drei Stunden. „Im Sommer steht möglichst viel Praxis auf dem Programm, im Winter dann der theoretische Unterricht“, berichtet Tim Mittelbach, einer der bisherigen Absolventen und inzwischen aktives Mitglied der FF.

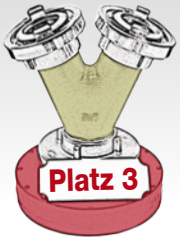
„Wir nutzen für die Ausbildung fast ausnahmslos den Schulkomplex, also das normale Umfeld der Schüler“, erklärt Klaus Semiller, ehemaliger Berufsfeuerwehrmann und Vereinsvorsitzender der FF Rodgau-Mitte. „Dadurch ist die Hemmschwelle nicht so groß. Die Schüler genießen quasi Heimvorteil.“ Als vorteilhaft habe sich auch erwiesen, dass die Schüler unter sich sind, bei einem Eintritt in die Einsatzabteilung später andere Mitglieder bereits kennen. Auch die Abnahme der theoretischen und praktischen Prüfung durch den Kreisbrandinspektor und seinen Stellvertreter erfolgt nach zirka 150 Unterrichtsstunden an der Schule. „Anschließend treten immer jeweils einige gemeinsam in die Feuerwehr ein“, freut sich Dr. Henkel.

Seit dem Schuljahr 2008/09 umfasst der Unterrichtsstoff neben dem Grundlehrgang der freiwilligen Feuerwehr auch noch den Ausbildungslehrgang zum Feuerwehrsanitäter.

Das Urteil der Jury: Platz 2. Ein innovativer Ansatz, um Bevölkerungsgruppen zu erreichen, die bisher noch nicht stark in den freiwilligen Feuerwehren vertreten sind. Dadurch, dass die Ausbildung an der Schule (also im gewohnten Umfeld) stattfindet, ist die Hemmschwelle für die Schüler niedrig. Besonders vorteilhaft: Die Feuerwehr erhält ausgebildete Neumitglieder.

Nachahmen erwünscht: Das Grundkonzept wird gerne weitergegeben. Außerdem können Nachahmer ein paar Tipps und eine kurze Beratung erhalten.

Kontakt:
Claus-von-Stauffenberg-Schule,
Dr. Markus Henkel, Mainzer Straße 16,
63110 Rodgau, Telefon 06106/280750,
schulprojekt@feuerwehr-rodgau.de
oder FF Rodgau, Dr. Markus Henkel,
Weiskircher Straße 142, 63110 Rodgau



Feuerwehr und Wirtschaft vernetzen

Die Abwanderung von Jugendlichen und Aktiven beschäftigt die FF Miersdorf (BB). Durch das Projekt „Feuerwehr und Wirtschaft vernetzen“ sollen den Kräften **wohnortnahe Arbeitsplätze** geboten werden. Positiver Begleiteffekt: Die Unternehmen werden für das Thema Feuerwehr sensibilisiert.

Wirklich großzügig plakatierte der Förderverein die Laternen an den Hauptstraßen in Zeuthen mit dem Motiv „Wirtschaft packt an!“.
Foto: Förderverein

Zwei Botschaften plakatierte der Förderverein der Feuerwache Miersdorf Anfang 2012 flächendeckend in der Gemeinde Zeuthen (Kreis Dahme-Spreewald) südlich von Berlin: „Wirtschaft packt an! Sind Sie dabei? … denn der Arbeitsplatz vor Ort bringt Sicherheit im Ort!“ Und: „Wirtschaft packt an! Mit Sicherheit! Trotz Arbeitszeit! … denn wir können nur helfen, wenn wir unsere Arbeit verlassen dürfen!“ „Mit den Motiven sollte verdeutlicht werden, wie stark die Sicherheit im Ort vom Verständnis der Arbeitgeber abhängig ist“, erklärt Karl Uwe Fuchs, der Vorsitzende des Fördervereins. „Die Botschaft kam an. Wir waren das Gesprächsthema im Ort.“

Und das war auch nötig. Eine Analyse hatte ergeben, dass die Feuerwehren im Landkreis in den nächsten Jahren vor erheblichen Problemen stehen. Erschwerend zu den üblichen Faktoren – wie dem demographischen Wandel und geändertem Freizeitverhalten – kommt in Brandenburg noch die Abwanderung von Kräften und des Nachwuchses hinzu. „Viele ziehen gen Westen oder Süden, weil sie dort Ausbildungs- oder Arbeitsplätze bekommen“, so Fuchs.

Mit der Plakataktion sollte die Wirtschaft auch für das Thema Feuerwehr sensibilisiert werden. Zusätzlich gründete der Förderverein mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft den „Feuerwehr-Wirtschaftskreis Miersdorf“. Am 25. Juni 2012 stellte das Bündnis seine Arbeit vor 60 geladenen Gästen aus der Region im Seehotel Zeuthen vor. Grußworte sprachen der Landrat, die Bürgermeisterin und Brandenburgs Minister für Arbeit, Soziales, Frauen und Familie, Günter Baaske. „Die Veranstaltung hat die von uns geplante Wirkung erzielt“, berichtet ▷

ANZEIGE

Bist Du schon dabei?

http://www.facebook.com/feuerwehrmagazin

Fuchs. „Vielen Wirtschaftsvertretern war bis dahin gar nicht klar gewesen, wie die Feuerwehr überhaupt aufgebaut ist.“

Alleine durch diese Veranstaltung erhielten vier Mitglieder der Jugendfeuerwehr eine Ausbildungsstelle in der Region. Fuchs: „Beide Seiten profitieren davon. Die Unternehmen erhalten zuverlässige Mitarbeiter mit Zusatzqualifikationen und wir sichern unsere Tagesalarmsicherheit.“

Im August 2013 lud der Feuerwehr-Wirtschaftskreis erneut ein. Diesmal kamen sogar schon 120 Unternehmer, um mit der Feuerwehr zu diskutieren. Auch Bundesprominenz konnte der Förderverein in diesem Jahr für den Feuerwehr-Wirtschaftskreis gewinnen: So nahm der Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung Dirk Niebel an der Veranstaltung teil. Die Kosten in Höhe von rund 10.000 Euro für die Veranstaltung und die Werbemittel teilen sich die Gemeinde, der Förderverein, der Kreisfeuerwehrverband und Sponsoren.

Bereits in 2012 startet der Förderverein die „VIP Karte Rot“. Aktive Feuerwehrleute erhalten damit in zahlreichen Restaurants, Reisebüros, Fahrschulen, Werkstätten und anderen Unternehmen Rabatte auf Dienstleistungen und Waren. Viele Gewerbebetriebe räumen bis zu 20 Prozent ein.

Das Urteil der Jury: Platz 3. Die Feuerwehr und die Wirtschaft systematisch zu vernetzen, ist ein neuer Ansatz. So lassen sich Kontakte zu Arbeitgebern aufbauen und die Belange der Feuerwehren an der „richtigen“ Stelle darstellen. Bestenfalls resultieren daraus sogar Ausbildungsplätze für JF-Mitglieder oder Arbeitsplätze für FF-Angehörige.

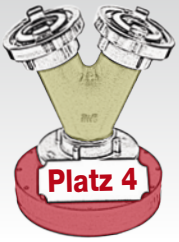
Nachahmen erwünscht: Der Förderverein stellt das gesamte Material zur Verfügung: das Layout für die Kampagne, Einladungen und Plakate sowie auf Wunsch das gesamte Konzept in digitaler Form.

Kontakt:
Förderverein der Feuerwache Miersdorf, Karl Uwe Fuchs, Dorfstraße 13, 15738 Zeuthen, Telefon 0160/94803240, eMail fuchs@foerderverein-miersdorf.de, Internet www.foerderverein-miersdorf.de

Sogar ein aussagekräftiges Logo (oben links auf dem Plakat) kreierten die Veranstalter des Fördervereins für den „Feuerwehr-Wirtschaftskreis“.

Die „VIP Karte Rot“ weist den Besitzer als aktives Mitglied der Feuerwehr aus. In Zeuthen räumen viele Restaurants, Werkstätten und Unternehmen gegen Vorlage der Karte bis zu 20 Prozent Rabatt ein.

Fotos (2): Förderverein



Löschl jeden

Am 16. Februar 2013 stand vor jeder Haustür in den Orten Vallstedt und Alvesse (NI) ein roter **„Haushalts-Löschkübel“**. Dazu gab es genaue Instruktionen zum Verhalten im Brandfall. So wollte die örtliche Feuerwehr symbolisch auf den landesweiten Kräfterückgang aufmerksam machen.

Verhalten im Brandfall, Ruhe bewahren.“ Diese beiden Zeilen standen ganz oben auf dem DIN A4-großen Handzettel im „Haushalts-Löschkübel“. Danach folgten vier Punkte: „1. Brand melden 112. Rufen Sie die Feuerwehr an! 2. Ca. 10 min abwarten. Hoffen, dass die Feuerwehr kommt! 3. Keine Feuerwehr vor Ort. Haushalts-Löschkübel mit Wasser befüllen. 4. Wenn Feuer zu groß, Nachbarn informieren, Kübelkette bilden!“ Ganz unten stand dann noch: „Sollten Ihnen diese Anweisungen merkwürdig vorkommen – bitte die Rückseite lesen!“ Unter „Wichtige Informationen“ auf der Rückseite des Flyers erklärte die Ortsfeuerwehr Vallstedt/Alvesse (Kreis Peine) den Einwohnern der beiden Ortsteile, dass der Brandschutz in Deutschland zu zirka 96 Prozent von Ehrenamtlichen sichergestellt wird. So auch in der Gemeinde Vechelde.

Gleichzeitig warb die Ortsfeuerwehr um neue Mitglieder, um auch zukünftig jederzeit helfen zu können. Aus diesem Grund seien alle interessierten Einwohner am 8. März um 19 Uhr zu einem Info-Abend im Feuerwehrhaus Vallstedt eingeladen. Nach Auskunft von Ortsbrandmeister Markus Wendehake folgten 15 Mitbürger der Einladung. „Wir haben durch die Aktion sechs neue aktive Mitglieder und zwei Förderer geworben“, so Wendehake, „und bundesweit gehörig Aufsehen erregt. Mit einer solch schnellen Verbreitung im Internet und der durchweg positiven Resonanz hatten wir nicht gerechnet.“

Gekostet hat die Aktion letztlich rund 500 Euro (Anschaffungskosten des Eimers inklusive Aufkleber und Einleger betrugen zirka

kübel für Haushalt

Die Macher der FF Vallstedt/Alvesse (r.) inmitten der Löschkübel. Jeder Kübel enthielt einen Handzettel mit den Anweisungen im Brandfall. Fotos (2): Feuerwehr

einen Euro pro Stück). Die Kosten teilten sich der Förderverein der Feuerwehr Vallstedt/Alvesse und Sponsoren. Die Idee des Löschkübels entwickelte die Werbeagentur typografix-design aus Braunschweig. Ein Gruppenführer arbeitet dort als Mediengestalter. Er berichtete im Kollegenkreis von dem Plan der Feuerwehr, mit einer außergewöhnlichen Werbeaktion auf die Mitgliedsprobleme aufmerksam machen zu wollen. Allerdings fehle den Kameraden noch eine zündende Idee. Sofort begannen die Kreativen darüber nachzugrübeln, wie man die Sache angehen könne – wenig später war die Idee des Löschkübels geboren.

„In einer Nacht-und-Nebel-Aktion verteilten wir vom 15. auf den 16. Februar 2013 rund 450 Kübel an fast alle Nicht-Feuerwehr-Haushalte in Alvesse und Vallstedt", berichtet Wendehake. Als Zielgruppe hatte die Feuerwehr zuvor die Bewohner zwischen 16 und zirka 45 Jahren beiderlei Geschlechts definiert. „Mit dem Löschkübel soll symbolisch und mit einem gewissen Witz auf das Problem des Mitgliederrückgangs in den Wehren aufmerksam gemacht werden. Ohne die Feuerwehren müssten die Bewohner ein Feuer im Haus selbst bekämpfen. Dazu könnte dann der Löschkübel verwendet werden", so der Ortsbrandmeister. „Zusammengefasst: Wir möchten die Bürger wachrütteln und zum Nachdenken anregen."

Das Urteil der Jury: Platz 4. Direkte Ansprache der Bürger, greifbar, finanzierbar, sehr hoher Aufmerksamkeitsfaktor. Der Eimer dürfte von den Bewohnern wegen des hohen Nutzwertes länger eingesetzt werden. Insofern ist auch eine gewisse Langzeitwirkung der Botschaft gegeben.

Nachahmen erwünscht: Die Idee darf ausdrücklich von anderen Wehren genutzt und nachgeahmt werden – eine kommerzielle Nutzung ist allerdings untersagt. Der Ortsbrandmeister bittet jedoch vor der Nachahmung um eine Anfrage per eMail. In der jeweiligen Pressemeldung der Wehr und auf den Eimern muss ein kleiner Verweis auf die Feuerwehr Vallstedt/Alvesse (www.fw-va.de) und die typografix-Werbeagentur (www.typografix-design.de) enthalten sein. Die Wehr stellt fertige Original-Druckdaten zur Verfügung und legt ihre Bezugsquellen (samt Preisen) offen.

Kontakt:
Ortsbrandmeister Markus Wendehake,
Braunschweiger Straße 19, 38159 Vechelde,
Telefon 05300/6120, eMail m.wendehake@fw-va.de,
Internet www.fw-va.de

ANZEIGE

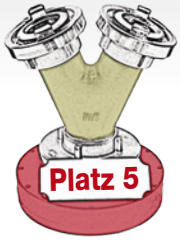
Das tägliche Feuerwehr-Magazin

News Produkte Fahrzeuge...

Reinklicken
Mitreden

...unter www.feuerwehrmagazin.de

Interkulturelle Öffnung



Menschen mit **Migrationshintergrund** finden sich kaum bei Feuerwehren. Die FF Arnsberg (NW) möchte das langfristig ändern. Erste Schritte des Projektes „Interkulturelle Öffnung“ sind Besuche bei Kulturvereinen, die Aufklärung über die Feuerwehrarbeit und Brandschutzerziehung.

Im Februar 2011 hat die freiwillige Feuerwehr der Stadt Arnsberg (Hochsauerlandkreis) ein mehrstufiges Projekt zur Interkulturellen Öffnung (IKÖ) der Wehr gegenüber Migrantengruppen initiiert. Als erste Stufe wurden unter Federführung von Feuerwehr-Pressesprecher Peter Krämer im Rahmen einer Auftaktveranstaltung erste Kontakte zu den Kulturvereinen der Stadt geknüpft. Die Vorstände dieser Vereine hatte Krämer persönlich zum Kennenlernen in die Feuerwache Arnsberg-Neheim eingeladen. In diesem Rahmen bot Krämer an, die Vereine zu besuchen und interessierten Mitgliedern Struktur und Aufgaben der Arnsberger Feuerwehr vorzustellen sowie Tipps zum häuslichen Brandschutz zu geben.

Die Arnsberger beteiligen sich an Festen ausländischer Kulturvereine, zeigen ihre Fahrzeuge und bieten kleine Übungen an. Foto: FF Arnsberg

In der Folgezeit erhielt Krämer Einladungen vom marokkanischen Kulturverein sowie dem Verein „Nadezda“ der in Arnsberg lebenden Russland-Deutschen. Außerdem beteiligte sich die Feuerwehr an Festen des portugiesischen Kulturvereins und der Türkisch-Islamischen Gemeinde. „Wir zeigten einen Teil unserer Fahrzeuge und berieten die Gäste, wie Rauchmelder in Privatwohnungen angebracht werden sollten“, so Krämer.

Am 20. Februar 2013 stellte sich die Feuerwehr im Rahmen eines 45-minütigen Vortragsgespräches in einem so genannten Orientierungskurs der Volkshochschule vor. Diese von ausländischen Neubürgern in Arnsberg besuchten Kurse sollen Menschen mit Zuwanderungsgeschichte dabei helfen, ihre neue Lebensumgebung schneller kennen zu lernen.

Am 25. April 2013 fand zudem ein Workshop für Angehörige der Feuerwehr statt, um die Einsatzkräfte für die Integrations-Thematik zu sensibilisieren. Daraus entstand als Ergebnis ein mehrsprachiges Einsatz-Wörterbuch. Denn in der Vergangenheit war es bei Einsätzen zu Problemen gekommen, weil Personen in Notlagen kein oder nur wenig Deutsch sprachen. Das Wörterbuch soll den Einsatzleiter in die Lage versetzen, die wichtigsten Anweisungen zu geben, damit der Einsatz erfolgreich abläuft. Außerdem sind acht Fragen in neun Sprachen enthalten, auf die Betroffene mit Ja oder Nein – oder einfach durch Kopfschütteln oder Nicken – antworten können.

Für die Zukunft ist geplant, Feuerwehrübungen verstärkt in Stadtteilen mit erhöhtem Migrantenanteil stattfinden zu lassen, um diese Bevölkerungsgruppe gezielt auf die Aktivitäten der Feuerwehr aufmerksam zu machen.

Aktuell liegen der FF Arnsberg noch keine Erkenntnisse hinsichtlich der Gewinnung von Neumitgliedern aus dem Integrations-Projekt vor. Doch das stört Peter Krämer überhaupt nicht: „Wir verstehen unser Pilot-Projekt nicht in erster Linie als `Rekrutierungs-Mission´, sondern als Initiative zur Vermittlung des Feuerwehrgedankens und zur Steigerung der Selbsthilfekompetenz der Mitmenschen mit Zuwanderungsgeschichte. Meiner Ansicht nach besteht eine ganz wichtige Voraussetzung für unser Projekt darin, einen langen Atem zu haben. Unsere Zielgruppe muss uns zunächst erst mal kennenlernen, bevor sie in Betracht zieht, bei uns mitzumachen. Und wir befinden uns noch in dieser ersten Phase. Ob hieraus dann später einmal ein signifikanter Mitgliederanstieg hervorgeht, bleibt abzuwarten.“

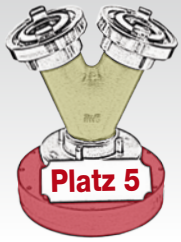
Regelmäßig besuchen die Feuerwehrleute Orientierungskurse, die von der VHS für ausländische Neubürger angeboten werden, und stellen ihre Arbeit vor. Foto: FF Arnsberg

Das Urteil der Jury: Platz 5. Menschen mit Migrationshintergrund stellen eine sehr große Bevölkerungsgruppe. Trotzdem sehen viele Feuerwehren hier noch kein Potential oder scheuen den Aufwand. Der Arnsberger Weg wird einen langen Atem erfordern, da zuerst ein Vertrauensverhältnis aufgebaut werden muss. Lobenswert: Die Schulung und Vorbereitung der eigenen Kräfte auf mögliche Mitglieder anderer Kulturkreise.

Nachahmen erwünscht: Die Feuerwehr Arnsberg stellt anderen Feuerwehren ihre Powerpoint-Präsentationen für die Schulung von Menschen mit Migrationshintergrund zur Verfügung.

Kontakt:
FF Arnsberg, Pressesprecher Peter Krämer,
Ennertstraße 8, 59821 Arnsberg,
Telefon 0170/5804175,
eMail pressesprecher@feuerwehr-arnsberg.de.
Internet www.feuerwehr-arnsberg.de

Nachwuchsgewinnung mit System



In der Ansprache der 16- bis 19-Jährigen setzt die FF Böblingen auf Icons. Als Ergänzung zur Führerscheinausbildung bietet die Feuerwehr spezielle Workshops an.

Innerhalb von zwei Monaten hat die FF Böblingen (BW) zwölf neue Mitglieder gewonnen. Möglich gemacht hat diesen Erfolg die **systematische Nachwuchsgewinnung** mit klarer Zielgruppendefinition, neuen Ansätzen und Werbemitteln.

Die Bewerbungsmappe der FF Böblingen gehörte zu den umfangreichsten, die beim „Goldenen Sammelstück“ eingereicht worden sind. Nachdem sich die Juroren durchgekämpft hatten, waren alle fünf schwer begeistert. Kaum eine Feuerwehr geht die eigene Zukunftssicherung so systematisch an wie die Süddeutschen. „Es begann mit einer ausführlichen Analyse der langfristigen Personalentwicklung“, berichtet Gerd Zimmermann, Leiter des Arbeitskreises Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehr, Initiator und Hauptbetreiber des Konzeptes. Dabei kam heraus: Die Hälfte der heute 158 Aktiven wird in den nächsten 25 Jahren altersbedingt ausscheiden. Jährlich werden also mindestens vier neue Kameraden benötigt. „Klingt erst einmal nicht viel“, so Diplom-Betriebswirt Zimmermann. „Doch die Analyse der Zu- und Abgänge der letzten fünf Jahre hat ergeben, dass dies kein Selbstläufer wird.“ Außerdem kommen immer mal Sondereffekte hinzu: Feuerwehrleute ziehen weg oder scheiden aus anderen Gründen unvorhergesehen aus.

Mit dieser Erkenntnis startete die FF Böblingen das Konzept Nachwuchsgewinnung. Eine der ersten Maßnahmen: die Ka- ▷

ANZEIGE

Weitere interessante eDossiers zum Download

gibt’s in unserem Online-Shop

Jetzt gleich sichern!

Erhältlich unter: shop.feuerwehrmagazin.de/Downloads

eDossiers sind Produkte vom Feuerwehr-Magazin (eine Zeitschrift der Verlagsgruppe Ebner, Ulm)

pazität der Jugendfeuerwehr wird von 39 Mitglieder auf 60 Kinder und Jugendliche aufgestockt. Außerdem soll die Nachwuchsgewinnung nicht mehr dem Zufall überlassen, sondern systematisch betrieben werden. Dafür haben die Böblinger vier Kernzielgruppen definiert:

- Grundschüler, die im Rahmen der Brandschutzerziehung in der 4. Klasse für eine Mitgliedschaft in der Jugendfeuerwehr begeistert werden sollen.
- 13- bis 15-Jährige, die an weiterführenden Schulen von der Feuerwehr als Brandschutzhelfer ausgebildet werden.
- Fahrschüler, denen in einem Theoriepart Brandschutz-Tipps für Fahrzeuglenker gegeben werden.
- Ansprache von Erwachsenen, insbesondere von in Böblingen Erwerbstätigen, um die Tagesverfügbarkeit zu erhöhen.

„Jede Zielgruppe erfordert eine gesonderte Ansprache", so Zimmermann. „Dafür muss man aber die Bedürfnisse und Wünsche der Adressaten kennen." Im Mittelpunkt der Überlegungen standen deshalb zunächst die Fragen: Was muss erfüllt sein, dass sich jemand für die Mitarbeit bei der Feuerwehr entscheidet? Was können wir bieten, was Mitbewerber nicht können?

Ein Brainstorming innerhalb der Feuerwehr brachte interessante Ergebnisse. So werden die 13- bis 15-Jährigen mit dem Spruch „Bist du bereit, wenn's heiß hergeht? Wir suchen die Besten! 1092 °C. Komm zum Casting für die Brandschutzhelfer an deiner Schule" angesprochen. Bei den 16- bis 19-Jährigen wiederum kommen Werbemittel in iPhone-Anmutung zum Einsatz. Diese Personen beschäftigen sich außerdem mit dem Führerschein. Also bietet die Feuerwehr Workshops an, was bei einem Fahrzeugbrand oder Verkehrsunfall zu tun ist.

Parallel dazu hat die Feuerwehr Böblingen die Öffentlichkeitsarbeit auf allen Ebenen und allen Kanälen intensiviert. Die Bevölkerung wird verstärkt über die Arbeit der Feuerwehr und das Ehrenamt aufgeklärt, informiert und zum Mitmachen aktiviert.

Das Urteil der Jury: Platz 5. Ein äußerst durchdachtes Gesamtkonzept mit neuartigen Ansätzen. Dazu gehören beispielsweise die Einbeziehung des „Casting"-Gedankens bei der Ansprache der 13- bis 15-Jährigen und der Workshop „Fahrzeugbrand/Verkehrsunfall" im Rahmen der Führerscheinausbildung.

Nachahmen erwünscht: Das von den Böblingern entwickelten Nachwuchskonzept sowie die Werbemittel wie Icons, Flyer und Plakate werden anderen Feuerwehren zur Verfügung gestellt.

Kontakt:
FF Böblingen, Gerd Zimmermann, Röhrer Weg 12, 71032 Böblingen, eMail helfen@feuerwehr-boeblingen.de, Internet www.feuerwehr-boeblingen.de

Innerhalb der nächsten 25 Jahre würde sich die Zahl der Aktiven in Böblingen allein durch das altersbedingte Ausscheiden halbieren.

Die Grafik zeigt die Altersstruktur der Jugendfeuerwehr Böblingen. 13- und 14-Jährige sind stark vertreten, die anderen Altersstufen nicht.
Grafiken (2): Zimmermann

Sonderpreis

So klappt

Bis zu 40 Prozent der ehemaligen Jugendfeuerwehrmitglieder im Odenwaldkreis (HE) traten kurz nach der Übernahme wieder aus. Dank der **Arbeitsgruppe „Übergang"** sind es inzwischen deutlich weniger. Wir berichten, was jetzt im Odenwald anders läuft.

Die Jugendfeuerwehr im Odenwaldkreis ist einer der aktivsten Jugendverbände im südlichen Hessen. 61 der 79 freiwilligen Feuerwehren besitzen eine JF. Außerdem gibt es inzwischen 18 Kinderfeuerwehren für Nachwuchskräfte im Alter von sechs bis zehn Jahren. Mit der Gründung einer Minifeuerwehr gehörte die FF Neustadt Ende der 1990er Jahre sogar zu einem der bundesweiten Pioniere in diesem Bereich. „Schon seit einigen Jahren zeichnet sich aber bundesweit ein Mitgliederrückgang in den Jugendfeuerwehren ab, von dem auch der Odenwaldkreis nicht verschont wurde", erklärt Kreisjugendfeuerwehrwart Norbert Heinkel.

Um den Mitgliederrückgang zu stoppen und langfristig einen Zuwachs in den Jugendabteilungen zu erreichen, startete die KJF eine Mitgliederwerbeaktion. Unter dem Motto „Jugendfeuerwehr Odenwaldkreis ... sei dabei!" wurden Plakate, Flyer, Stundenpläne und Give-aways erstellt und den Jugendfeuerwehren vor Ort zur Verfügung gestellt. Buswerbung, ein Jugendforum, Workshops, Bauzaun-Werbebanner und Ehrenmedaillen rundeten das Maßnahmenpaket ab.

Im nächsten Schritt rückte dann der Übergang von der JF in die Einsatzabteilungen in den Mittelpunkt. „Besonders in der Altersgruppe von 16 bis 24 Jahren traten bis zu 40 Prozent der Mitglieder nach dem Übertritt wieder aus", so Heinkel. Das Land Hessen stellt für die Problematik zwar einen Leitfaden zur Verfügung, aber der ließ sich nach Ansicht der Odenwälder nicht eins zu eins auf den ländlichen Raum übertragen. Also wurde 2010 die Arbeitsgruppe „Übergang" ins Leben gerufen. Wehrführer, Stadtbrandinspektoren, Jugendwarte und Mitglieder

der Übergang

Insgesamt 18 Mitglieder zählte die „AG Übergang" im Odenwaldkreis. Darunter Stadtbrand- und Gemeindebrandinspektoren, Wehrführer, Jugendwarte und Vertreter der Kreisjugendfeuerwehr. Foto: JF

der Kreisjugendfeuerwehr beteiligten sich an dem neuen Gremium. Ziel war es, die jungen Leute besser in die Einsatzabteilungen zu integrieren.

Zu Beginn wurden Fragebögen an die Mitglieder der Jugendfeuerwehren und auch an die Einsatzabteilungen verschickt. Die Fragen:

- Was erwarte ich, wenn ich in die Einsatzabteilung wechsle?
- Was erwarte ich von einem neuen Mitglied der Einsatzabteilung?

„Die Ergebnisse waren sehr aufschlussreich und vielen vorher nicht klar", fasst Heinkel zusammen. So wünschten sich viele Jugendliche eine Art feierlicher (öffentlicher) Übernahme mit Überreichung einer entsprechenden Urkunde. Ganz wichtig war ihnen auch, dass sie sofort passende und vollständige Schutzkleidung erhalten. Einen Paten in der Wehr für die Anfangszeit und gemeinsame Veranstaltungen (Übungen, beispielsweise nacheinander an einem Tag, Ausflüge) der JF mit der Einsatzabteilung waren weitere Punkte. Die neuen Mitglieder der Einsatzabteilung sollten auch am Schwarzen Brett oder dem Mitteilungsblatt der Feuerwehr (soweit vorhanden) mit einem kurzen Streckbrief vorgestellt werden.

In 15 Städten und Gemeinden werden die geäußerten Wünsche der Jugendlichen inzwischen umgesetzt. Die Feuerwehr Michelstadt beispielsweise führt einmal im Jahr eine gemeinsame Übung durch, bei der die Fahrzeuge jeweils zur Hälfte mit Mitgliedern der FF und der JF besetzt sind. Es gibt Paten und Übernahmen werden öffentlich begangen. „Seit der Umsetzungsphase haben wir konstante Zahlen in den Einsatzabteilungen", freut sich Heinkel. „Zuvor war sie zehn Jahre gesunken."

Das Urteil der Jury: Ausschlaggebend für die Vergabe des Sonderpreises an die Odenwälder war letztlich die Arbeitsgruppe (AG) „Übergang". Durch die konsequente Umsetzung der AG-Ergebnisse konnte die Abbrecherquote deutlich reduziert werden.

Nachahmen erwünscht: Alle Vorlagen für die Werbemittel stellt die Jugendfeuerwehr des Odenwaldkreises Interessenten zur Verfügung. Sie können kostenlos auf der Website www.jf-odenwaldkreis.de heruntergeladen werden.

Kontakt:
Jugendfeuerwehr Odenwaldkreis, Norbert Heinkel, Mittelweg 26, 64720 Michelstadt, Telefon 06061/12186, eMail kjfw@jf-odenwaldkreis.de, www.jf-odenwaldkreis.de

Schulbusse im Odenwaldkreis werben auf pfiffige Weise für die Jugendfeuerwehr.

ANZEIGE

Kennen Sie eigentlich unseren kostenlosen Newsletter?

Jede Woche neu!

Nein?
Dann bestellen Sie ihn jetzt und bleiben Sie auf dem Laufenden. So erfahren Sie als Erster, was die Szene bewegt.

Einfach anmelden unter:
www.feuerwehrmagazin.de