



Gruppenbild der Freiwilligen Feuerwehr Gutenberg an ihrem Feuerwehrhaus.

## Freiwillige Feuerwehr Gutenberg

### Neue Feuerwehrmitglieder? Ja klar, ... aber wie?

Projekt des Landesfeuerwehrverbandes Rheinland-Pfalz unterstützt bei der strukturierten Mitgliederwerbung

Wie alle Feuerwehren, so ist auch die Freiwillige Feuerwehr Gutenberg im Landkreis Bad Kreuznach stets auf der Suche nach neuen Mitgliedern für den aktiven Feuerwehrdienst. Bisher passierte das eher zufällig. Hier mal jemanden ansprechen, dort mal eine kleine Werbeveranstaltung. Auch zwei öffentliche Veranstaltungen pro Jahr standen jeweils auf dem Programm: das Haxenessen an der Kirmes und der St.-Martins-Umzug. Die einzige nachhaltige Bemühung zur Nachwuchsgewinnung war die Jugendfeuerwehr, die in der

1.000-Einwohner-Gemeinde am Fuße des Hunsrücks bereits seit 1980 besteht und die auch stets eine erfreuliche Anzahl von Mitgliedern hatte und hat.

Aber: Weder durch die öffentlichen Veranstaltungen noch aus der Jugendfeuerwehr konnten in den letzten Jahren ausreichend neue aktive Mitglieder gewonnen werden. Veranstaltungen waren stets davon geprägt, dass die bestehenden Feuerwehrmitglieder mit der Durchführung der Veranstaltung in der Küche und hinter der Theke beschäftigt waren und somit keine Zeit zur Ansprache von potenziellen Neumitgliedern hatten. Aus der Jugendfeuerwehr gelang viel zu selten eine Übernahme in den aktiven Dienst. Die Gründe waren vielfältig: Wegzug, Beginn der Berufsausbildung, Änderung der Freizeitinteressen oder Ähnliches. In der Konsequenz war die Zahl der aktiven Mitglieder rückläufig, wenn auch noch nicht kritisch. Jedoch stieg der Altersdurchschnitt der Aktiven kontinuierlich an und die einsatztauglichen Atemschutzgeräteträger wurden weniger. Diese schleichende Entwicklung war zunächst nicht dramatisch, die Problematik für den mittel- und langfristigen Fortbestand wurde aber immer offensichtlicher.

Da kam eine E-Mail des Kreisfeuerwehrverbands Bad Kreuznach (KFV KH) genau richtig, in der nach interessierten Feuerwehreinheiten für die Teilnahme am Projekt „Mitgliedergewinnung“ des Landesfeuerwehrverbandes Rheinland-Pfalz (LFV RLP) gefragt wurde. Unter Leitung der Nachwuchskoordinatorin des LFV RLP, Sandra Schäfer, trafen sich zunächst fünf teilnehmende Feuerwehren aus dem Landkreis zu einer Auftaktveranstaltung. Sandra Schäfer war positiv überrascht vom regen Zuspruch aus dem Landkreis Bad Kreuznach, hatte sie doch bis dahin meist nur mit einer einzelnen Feuerwehr zu tun. Ziele, Ansatzpunkte, Erfolgsfaktoren, erste konkrete Maßnahmen und die weitere Vorgehensweise wurden diskutiert, weitere Arbeitstreffen in kleineren Gruppen wurden vereinbart.

#### Erwartungen – Was soll's bringen?

Konkrete Erwartungen an das Projekt gab es seitens des Wehrführers der Feuerwehr Gutenberg Michael Pfeiffer eigentlich nur eine: zehn neue Mitglieder für die Feuerwehr. Diese relativ einfache Erwartung eröffnete alle Möglichkeiten zur Herangehensweise, die Projektleiterin Sandra Schäfer beisteuern konnte. Und diese Möglichkeiten waren teilweise weit abseits von eingefahrenen alten Wegen der Bemühungen um neue Mitglieder.



Timo Jörg und Gernot Peitz bringen Werbeplakate an der Bushaltestelle in Gutenberg an.



Jasmin Wiemann positioniert ein Werbeplakat am Bürgerhaus in Gutenberg.



### Gelerntes – Wie kann's gehen?

Als gelernte Marketingspezialistin brachte Sandra Schäfer ganz neue Sichtweisen auf das Thema. „Im Schnitt braucht jedes potenzielle neue Mitglied sieben ‚Touch Points‘“, so die Nachwuchskoordinatorin. Wofür nutzt man eine Internetseite, wofür Facebook und wofür Instagram? Wie muss eine öffentliche Veranstaltung aufgezogen werden, damit eine Ansprache von Neuen überhaupt zeitlich möglich ist und dann nicht im „bloßen Darbieben von feuerwehrtechnischen Fakten und Informationen“ endet? Wo müssen Werbeplakate hängen und was muss an Informationen draufstehen? „Ohne Ansprechpartner und Telefonnummer könnt ihr euch die Mühe sparen“, so Schäfer. „Und bleibt kontinuierlich und strukturiert am Thema dran. Besteht einmal ein Kontakt zu einem potenziellen neuen Mitglied, muss dieser konsequent weiterbearbeitet werden!“ Und siehe da, die Nennung einiger Begriffe aus dem Marketing-Baukasten ließ es bei den Gutenberger Teilnehmern klingeln: Techniken,

die einige auch schon mal im Berufsleben gehört und gelernt hatte, können auch in der Werbung von Feuerwehrmitgliedern eins zu eins angewendet werden. Ruckzuck wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, die neben der Wehrführung auch aus einem in sozialen Medien versierten Feuerwehrmitglied und natürlich dem Jugendfeuerwehrwart besteht.

### Umsetzung – Wie wird's gehen?

Erste Ideen sind bereits formuliert und teilweise schon in der Umsetzung. Als Allererstes wurde vom Feuerwehr-Förderverein erfolgreich ein Werbebudget eingefordert – check! Vom LFV RLP wurden Werbeplakate und andere Werbemittel besorgt und mit Ansprechpartner und Kontakttelefonnummer versehen – check! Ortsbürgermeister Jürgen Frank, örtliche Gewerbetreibende und Vereine wurden einbezogen, um das Aushängen der Plakate an optimalen Stellen zu realisieren – check! Anlässlich der jüngsten Feuerwehrübung wurden die ersten Plakate bereits ausgehängt – check! Weitere Aushänge folgen.

Erste Pläne für die intensivere Nutzung von sozialen Medien sind bereits gefasst, der Webmaster der Internet- und Facebook-Seite der Ortsgemeinde ist „zufällig“ auch Mitglied der Feuerwehr. Auch Instagram steht in der Planung. Bevor dies angegangen wird, wird im Kreise der Kameradinnen und Kameraden ein Workshop stattfinden, in dem Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der eigenen Feuerweereinheit in Bezug auf Mitgliederwerbung herausgearbeitet werden – die Profis nennen das SWOT-Analyse. Neue ‚Touch Points‘ werden definiert werden. Ein weiteres Arbeitsergebnis soll dann auch ein prägnanter Hashtag (#) für alle Werbemaßnahmen und den Social-Media-Auftritt der Feuerwehr Gutenberg sein.

Die öffentlichen Veranstaltungen, die bisher in erster Linie dazu dienten, die finanzielle Leistungsfähigkeit des Fördervereins zu stärken, werden so „umgebaut“, dass eine Interessentenansprache durch bestehende Feuerwehrmitglieder möglich wird. Zusätzlich wird ein weiteres reines Feuerwehrfest etabliert, das die Wahrnehmung der örtlichen Feuerwehr als Hilfsorganisation und kompetenten Ansprechpartner in Sachen Brandschutz deutlich verbessern soll.

### Erfolg – Wie lief's bis jetzt?

Es wäre jetzt unaufrichtig zu behaupten, dass die vier neuen Mitglieder, die die Feuerwehr Gutenberg in 2020 bereits gewinnen konnte, dem Erfolg des Werbe-Projekts zuzuschreiben wären. Zwei Kameradinnen aus der Jugendfeuerwehr und zwei Kameraden, die aus anderen Feuerwehren durch ihren Zuzug nach Gutenberg in die örtliche Wehr eingetreten sind, stärken das Gutenberger Team schon mal nachhaltig. Aber wer weiß, vielleicht hat allein die Beschäftigung mit dem Thema Mitgliedergewinnung die Grundhaltung der Gutenberger Kameradinnen und Kameraden positiv beeinflusst. „Wir werden das Projekt weiterhin konsequent entwickeln und versuchen, damit unser Ziel der zehn neuen Mitglieder zu erreichen. Vier Neue haben wir schon – bleiben sechs, die wir noch finden müssen“, meint Michael Pfeiffer, Wehrführer der Freiwilligen Feuerwehr Gutenberg, und blickt nun optimistisch in die Zukunft der Gutenberger Feuerwehr.



Wehrführer Michael Pfeiffer (links) überreicht den beiden neuen Mitgliedern Timo Jörg und Thorsten Haas die neue persönliche Ausrüstung.

Fotos: Freiwillige Feuerwehr Gutenberg