

## Positives Denken, neue Kommunikation und frische Motivation

Die heutige Feuerwehr Weiperath in der Gemeinde Morbach besteht seit Mai 2012. Sie ist ein Zusammenschluss der bis dahin existierenden Feuerwehren Weiperath und Hunolstein. (Mehr zu der geschichtlichen Entwicklung auf [www.feuerwehr-weiperath.de](http://www.feuerwehr-weiperath.de)).

**S**eit dieser Zeit haben wir mit den Altlasten aus der Zeit vor der Fusion, mit Verachtung, Hetze, Vorurteilen, Verständnislosigkeit und mangelnder Wertschätzung zu kämpfen.

Diese Probleme, die uns einige Bürger machen, machen es uns unheimlich schwer, neue Mitglieder für die Einsatzabteilung zu gewinnen. Die Werbemaßnahmen und Aktionen, die wir bisher versucht oder überlegt hatten, interessierten keinen oder wurden erst gar nicht durchgeführt. Nach dem ersten Misserfolg haben wir aufgegeben. Schließlich fassten wir neuen Mut und starteten neue Aktionen..

Mir wurde bereits vor einiger Zeit das Problem dabei aufgezeigt: Unsere Maßnahmen und unsere Denkweise sind zu negativ. Wir stellen das Problem zu sehr in den Vordergrund und stehen uns selbst im Weg. Was ich damals nicht verstanden hatte: Wie soll man ein offensichtliches Problem positiv darstellen?

Da uns allmählich die Ideen und die Kraft ausgingen, bat ich den Landesfeuerwehrverband Rheinland-Pfalz um Hilfe. Bei meinem Termin vor Ort am 6. November wurden mir einige Dinge vermittelt, die mir bisher so nicht bewusst waren oder die ich vorher nicht verstanden hatte:

- Negativ wirkende Maßnahmen erzeugen Druck. Dieser Druck führt zu einer Abwehrhaltung in der Bevölkerung. Besser ist es, sich selbst positiv und Leistungen für die Bevölkerung herauszustellen: „Wir



Foto: LFFV

*Impulse von außen können helfen, neue Sichtweisen zu erlangen.*

machen das für euch und wir machen es gerne, weil ihr uns wichtig seid.“ Hilfsmittel hierbei können Berichte und Fotos von Übungen in den regionalen Medien sein.

- Das ständige Herumjammern schreckt ab und erzeugt keine Motivation in der Bevölkerung zur Mitarbeit in der Feuerwehr. Gut gelaunte, motivierte Feuerwehrangehörige, die ihre Leistungen positiv präsentieren, erwecken eher Interesse.
- Selbst erstellte und ausgedruckte Plakate, Flyer und sonstige Informationsmaterialien wirken unprofessionell und stechen weniger ins Auge als professionell erstellte Broschüren, Flyer, und so weiter. Professionell erarbeitete Kampagnen, zum Beispiel die des Landesfeuerwehrverbandes, der Unfallkasse oder der Versicherung, werden mehr beachtet und erwecken eher Interesse.

Die erlangten Erkenntnisse und die Werkzeuge, die ich dort in die Hände bekommen habe, können und sollen unserer Einheit dabei helfen, positiver und effektiv an die Mitgliederfindung heranzugehen.

Bei genauerer Betrachtung ist dieser Berg von Problemen doch nur eine Anhäufung von sehr prägenden Einzelfällen. Da wir uns nur auf diese konzentrieren, kommen sie uns derart schwerwiegend vor, dass das Gefühl entsteht, alle wären gegen uns.

Mit der Eigenart, immer nur die negativen Seiten zu sehen, verlieren wir die Fähigkeit, froh, stolz und dankbar für all die Dinge zu sein, die gut gelaufen sind und die wir bereits erreicht haben. Und wir übersehen all die Menschen, die die Feuerwehr sehr wohl wertschätzen.

Wir ärgern uns nur noch über die Menschen, von denen wir uns ungerecht behandelt fühlen, und reagieren genauso negativ. Den anderen jammern wir vor, wie schlimm die Situation ist.

- Wie können wir denn erwarten, dass wir unter solchen Bedingungen Mitglieder für die Einsatzabteilung der Feuerwehr bekommen? Warum verschwenden wir all unsere Kraft, diejenigen zu überzeugen, die uns mit Verachtung gegenüber treten? Warum lassen wir es zu, dass solche Menschen uns demotivieren und unsere Laune vermiesen?

- Warum sind wir nicht denen dankbar, deren Wertschätzung wir haben? Warum konzentrieren wir uns nicht auf diese? Warum bleiben wir nicht mit denen in Kontakt? Es würde helfen, wieder zu einer positiven Einstellung zu gelangen und die Motivation zu steigern.

Jeder Mensch sollte sich selbst hinterfragen, ob sein Verhalten, sein Reden, Denken und Handeln wirklich optimal für das Gemeinwohl sind. Es wird nur noch übereinander geredet, aber

nicht mehr miteinander. Die sozialen Medien werden als Werkzeug genutzt, um die Gespräche von Mensch zu Mensch zu ersetzen. Dabei sollen sie diese doch sinnvoll ergänzen.

Wenn wir wieder mehr aufeinander zugehen und miteinander reden, auch wenn es manchmal schwerfällt, erreichen wir viel mehr. Gehen wir gemeinsam, mit neuer Energie und einer positiven Einstellung dorthin, wo die Menschen sind. Warten wir nicht schlecht gelaunt in unseren vier Wän-

den, bis einer zu uns kommt. Nehmen wir die Menschen mit und lassen sie teilhaben an unserem Weg und unseren vielseitigen Aufgaben. Menschen und ihre Meinungen können sich ändern, auch wenn es mehrere Anläufe braucht. Und wer weiß, vielleicht ändert sich die Einstellung vieler Bürger, wenn wir zuerst unsere eigene Einstellung ändern und das Positive in den Vordergrund stellen. Wir dürfen nur nicht aufgeben.

Stefan Thees ■

## Grillaktion bringt 30.000 Euro für Feuerwehr

Im den Edeka-Märkten im Südwesten konnten Grillfreunde von April bis September die sogenannte Feuerwehrwurst sowie ein Feuerwehrsteak kaufen. Ein Teil des Erlöses geht nun an die Freiwilligen Feuerwehren.

Für jedes in den Märkten im Südwesten Deutschlands verkaufte Kilo der Feuerwehrwurst spendet das Unternehmen zehn Cent und für jedes verkaufte Kilo Feuerwehrsteak 5 Cent an die Landesverbände der Freiwilligen Feuerwehren in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Hessen und dem Saarland. Durch den Verkauf der Wurst kamen in diesem Frühjahr und Sommer 26.834 Euro zusammen. Edeka Südwest Fleisch, ein Tochterunternehmen der Edeka Südwest, das die Wurst produzierte, rundete den Betrag auf 30.000 Euro auf. „Damit konnte die Summe der längeren Grillsaison im Vorjahr gehalten werden“, freute sich Jürgen Mäder, Geschäftsführer Edeka Südwest, als er am 25. Oktober 2019 den symbolischen Spendenscheck in Offenburg an die Landesverbände der Feuerwehren überreichte.

Die Landesverbände verwenden die gespendeten Gelder zur Förderung der Jugendfeuerwehren und zur Umsetzung von Aktionen zur Mitgliederakquise. „Wir freuen uns, wenn wir mit unserer Spende das Ehrenamt stär-



Scheckübergabe an die Feuerwehr.

ken und die Nachwuchsgewinnung unterstützen können“, sagte Jürgen Mäder im Rahmen der Spendenübergabe. „Die freiwilligen Feuerwehren sind auf ehrenamtliches Engagement angewiesen und haben es durch immer mehr Freizeitangebote zunehmend schwerer, junge Menschen für diese wichtige Aufgabe zu begeistern“, ergänzte Michaela Meyer, Geschäftsbereichsleiterin Nachhaltigkeit bei Edeka Südwest.

In diesem Zuge bedankten sich die Vertreter von Edeka Südwest auch für

das Engagement der selbständigen Edeka-Kaufleute, die sich in großem Maß an dem Projekt beteiligt hatten. Neben dem Verkauf der Wurst an der Bedientheke hatten sie auch besondere Aktionen in ihren Märkten organisiert und die Feuerwehrwurst sowie das Feuerwehrsteak beispielsweise direkt vom Grill angeboten oder den lokalen Jugendfeuerwehren eine Fläche für Vorführungen und die Präsentation ihrer wertvollen ehrenamtlichen Arbeit bereitgestellt.

Edeka Südwest ■