

Neue Mitglieder gesucht!
So gewinnen Sie neue Mitglieder für Ihre Feuerwehr
Autor: Wolfgang Jendsch



Ecomed Verlag
2009
ISBN 978-3-609-62335-1
144 Seiten
ca. 80 Farbfotos, Abbildungen und Grafiken
Format ca. 245 x 175 mm
Softcover, gebunden
Verkaufspreis 29,95 EUR
Bestellung und Verkauf nur über Verlag und Buchhandel

Produktinfo des Verlags:

Dringend gesucht: Feuerwehr-Nachwuchs

In Deutschland engagieren sich derzeit über eine Million Menschen in Freiwilligen Feuerwehren. Insgesamt haben rund 17.700 Wehren eine Jugendabteilung oder Jugendfeuerwehr. Ungefähr 247.330 Jugendliche zwischen 10 und 18 Jahren sind heute dort aktiv. Trotzdem ist es nicht selbstverständlich, dass immer genügend Nachwuchs zur Verfügung steht. Die Feuerwehren müssen sich schon etwas einfallen lassen, um neue Mitglieder zu akquirieren. Da die wenigsten Feuerwehrleute geborene Öffentlichkeitsarbeiter sind, brauchen sie eine professionelle Anleitung dazu, wie man erfolgreich neue Mitglieder gewinnt.

Mit dem Buch „Neue Mitglieder gesucht?“ aus dem Verlag „ecomед Sicherheit“ erhalten Feuerwehrleute eine Menge konkreter Tipps und Beispiele, wie und womit Kinder, Jugendliche, Frauen und Männer für die Feuerwehr zu begeistern sind. Der Leser erfährt beispielsweise, wie Feuerwehrleute schon im Kindergarten spielerisch das Interesse der ganz Kleinen erregen können, wie ein spezieller „Girl's Day“ gestaltet werden kann, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um Frauen zum Beitritt zu ermutigen, aber auch, mit welchen Argumenten erwachsene Männer dazu motiviert werden können, sich der Freiwilligen Feuerwehr anzuschließen.

Die Lektüre dieses Buches dürfte jedem Feuerwehrangehörigen Freude bereiten, nicht zuletzt deshalb, weil es sehr kurzweilig geschrieben und ausgesprochen reichhaltig illustriert ist.

Den richtigen Draht finden: Was motiviert „moderne“ Kinder, Jugendliche, Frauen und Männer zum Mitmachen? Wie aktivieren Sie diese Zielgruppe für die Feuerwehr?

Auch das „Drumherum“ zählt: erprobte Strategien und Tipps, mit denen Sie ein positives, attraktives Klima für Ihre Feuerwehr schaffen, das „Neue“ anzieht. Pffiffige, praktische Aktions-Ideen und Werbeflyer-Beispiele erfolgreicher Wehren, die zum Nachahmen animieren.

Informationstext Buchrückseite

Sie brauchen die Feuerwehr - die Feuerwehr braucht Sie!

Die Freiwilligen Feuerwehren klagen zunehmend über Nachwuchssorgen. Daher ist kontinuierliche und effektive Mitgliederwerbung für die Freiwilligen Feuerwehren eine permanente und existenziell notwendige Aufgabe.

Dieses Buch gibt praxisbezogene Hinweise und Tipps zur personellen Zukunftssicherung der Freiwilligen Feuerwehren. Es zeigt, wie groß die Potentiale freiwilligen Engagements sind und wie sie genutzt werden können. Der Leser erfährt, wie und womit er Kinder, Jugendliche, Frauen und Männer erfolgreich ansprechen kann. Beispielhafte Aktionen motivieren zum eigenen Handeln.

Die zahlreichen Bilder, Text- und Schaukästen prägen sich dem Leser ein und garantieren so einen schnellen Lernerfolg.





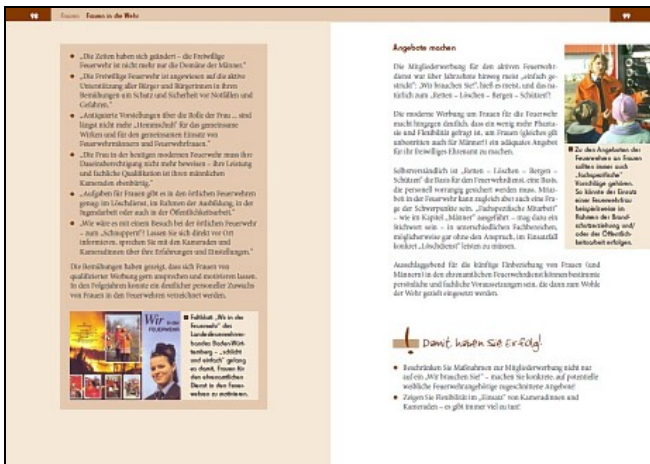
Gefragte Männlichkeit

Der Berufswahl eines Mannes ist da, wo man eher gerecht und mit Beruf und Familie im Einklang gelebt werden. Ein zentraler Wertebegriff und positiver Ausdruck des männlichen Anpassungs-Glases zum Erfolg - auch von Schicksalsträger zu gewinnen.

- 110** **Engagement - in viele Wege**
 Persönliches Engagement ist Ausdruck gelebter Verbundenheit mit dem Gemeinwesen. Es umfasst ständige Verantwortung und Hingabe.
- 112** **Team und Familie**
 Einzigartige Teams in kleinen Teams sind in unterschiedlichen Situationen im Beruf und da. Sie sind die Basis für ein gutes Leben.
- 114** **Respekt - vor der Person**
 Respekt ist die Grundlage für ein gutes Leben. Respekt ist die Grundlage für ein gutes Leben.
- 118** **Die Zeit nach Wachen**
 Die Zeit nach Wachen ist eine Zeit der Ruhe und der Entspannung. Sie ist eine Zeit der Ruhe und der Entspannung.
- 125** **Lebenserwartung**
 Die Lebenserwartung ist ein Maß für die Lebenserwartung. Sie ist ein Maß für die Lebenserwartung.
- 128** **Die richtige Wachenzeit**
 Die richtige Wachenzeit ist eine Zeit der Ruhe und der Entspannung. Sie ist eine Zeit der Ruhe und der Entspannung.

Großformatige Bild-Doppelseiten in moderner Darstellungsform leiten themenspezifisch die einzelnen Kapitel des Buches ein. (Abbildungen Muster-Doppelseiten).





Modern und übersichtlich gestaltete Inhaltsseiten präsentieren Hinweise, Tipps, Bilder und Konzepte zur professionellen und effektiven Mitgliederwerbung für die Kinder- und Jugendgruppen sowie für die aktive Feuerwehr. Die Zielgruppen "Kinder", "Jugendliche", "Frauen" und "Männer" erfahren dabei eine besondere Berücksichtigung. (Abbildungen Musterseiten).

Vorwort des Autors

Mut machen ...

... um selbst erfolgreich aktiv zu werden in der Mitgliedergewinnung - das will dieses Buch!

Dazu gehört: Aufmerksam machen!

Dieses Buch will hinweisen auf die Problematik zunehmend geringerer Bereitschaft zum freiwilligen aktiven Dienst in der Feuerwehr und damit warnen vor einer Zukunft, in der die Existenz einzelner Feuerwehren oder Feuerwehrabteilungen wegen zu geringer Mitgliederzahlen gefährdet sein könnte. Eine Freiwillige Feuerwehr, die bei einem Einsatz über Tag nicht beziehungsweise nicht schnell genug ausrücken kann, muss damit rechnen, aufgelöst oder in andere Einheiten integriert zu werden.

Dazu gehört auch: Motivieren!

Personalprobleme müssen aktiv und ideenreich angegangen werden. „Bürger für Mitbürger“ - unter diesem Motto gehört es unbestritten zu den vordringlichen

Aufgaben einer Feuerwehr, Mitbürger in einer Stadt oder Gemeinde auf den ehrenamtlichen Dienst in der Feuerwehr anzusprechen, sie detailliert über die Möglichkeiten einer aktiven Mitarbeit zu informieren und sie möglichst nachhaltig zu motivieren, sich ein solches Engagement zu überlegen. Auch die zuständige Kommune, die verantwortliche Verwaltung ist aufgerufen, das Weiterbestehen und Funktionieren einer Freiwilligen Feuerwehr und damit von Schutz und Hilfe zu sichern und zu unterstützen. Mitgliederwerbung ist zugleich immer auch Zukunftssicherung und somit ein wesentlicher Teil der täglichen Arbeit in den Feuerwehren!

Und natürlich gehört dazu: Anregen!

Dieses Buch will Anleitung sein, Bemühungen zur Gewinnung von Bürgern zum Dienst in der Feuerwehr aufzunehmen, zu aktivieren und mit dem Bewusstsein durchzuführen, dass nur so das traditionelle Angebot der Feuerwehr zu „Retten - Löschen - Bergen - Schützen“ aufrecht erhalten werden kann.

Dieses Buch will darüber hinaus praxisbezogene Anregungen anbieten, die es den Feuerwehren leichter machen, entsprechende Werbeaktivitäten zu planen und durchzuführen.

Können, planen, wollen - alles schön und gut! Das letzte Stichwort heißt: aktivieren. Denn darum geht es vor allem: Um die Umsetzung allen Könnens, Planens und Wollens in praktische Maßnahmen und Aktivitäten, die zur Gewinnung neuer aktiver Feuerwehrangehöriger dienen können. Dieses Buch nennt und beschreibt unter anderem auch „Events“ beziehungsweise Teile daraus, die andere Feuerwehren bereits durchgeführt haben und die zu entsprechenden Erfolgen geführt haben.

Zahlreiche Feuerwehren in Deutschland haben längst ihre Nachwuchsprobleme erkannt und die unterschiedlichsten Maßnahmen dagegen ergriffen. Dieses Buch will zum Erfolg verhelfen - zur inhaltlich und organisatorisch perfekten Präsentation Ihrer Feuerwehr, zur Auswahl der richtigen Zielgruppen und zur professionellen Ausführung geplanter Werbemaßnahmen. Und es hilft dabei, dass sich Ihre Feuerwehr in der Öffentlichkeit so präsentiert, dass sich die Bürger gerne um das ehrenamtliche Engagement bewerben.

Und keine Angst: Auch wenn Feuerwehrangehörige in der Regel keine Werbeprofis, PR-Fachleute oder Psychologen sind - es gibt genügend Wege zum Erfolg und dieses Buch wird Sie dabei begleiten. Professionelles Auftreten ist gefragt und da kann der sprichwörtliche Stand in der Fußgängerzone nur eine Maßnahme von vielen sein. Dieses Buch macht zudem deutlich, dass wesentliche Erfolge in der Mitgliederwerbung durch die Zusammenarbeit mit Fachleuten erreicht werden können. Die dafür eventuell notwendigen Mittel sollte die Gemeinde bereitstellen - auch sie ist maßgeblich für die Zukunftssicherung ihrer Feuerwehr verantwortlich.

Mitgliederwerbung, das Motivieren und Aktivieren von Kindern, Jugendlichen, Frauen und Männern zum Dienst in der Feuerwehr, ist bestimmt nicht einfach - aber machbar, wenn man es richtig anstellt. Dazu will dieses Buch Hilfestellung leisten, Tipps und Hinweise geben sowie anregen, die Mitgliederwerbung möglichst intensiv und regelmäßig durchzuführen.

Mitgliederwerbung hängt in jedem Fall vom überzeugenden Auftritt der Feuerwehr ab. Wer sich in der Öffentlichkeit den Bürgern gegenüber offen, positiv und kompetent präsentiert, erhält bei entsprechenden Bemühungen um Mitarbeit auch deutlich mehr

Resonanz als eine Feuerwehr, die den sprichwörtlichen „Draht“ zum Mitbürger nicht so recht findet oder die sich in einer Weise darstellt, die möglicherweise nicht zur aktiven Mitarbeit motiviert.

Ich würde mich freuen, wenn Ihnen dieses Buch weiterhilft in Ihrem Bemühen um den Nachwuchs für Ihre Feuerwehr - viel Erfolg bei Ihren Bemühungen um geeignete und engagierte neue Mitglieder für Ihre Jugendfeuerwehr sowie für die aktive Abteilung!
Wolfgang Jendsch, Autor

Informationen zum Autor Wolfgang Jendsch

Wolfgang Jendsch ist hauptberuflich tätiger Fachredakteur für Brandschutz und Rettungsdienst. Als langjähriges aktives Mitglied der Feuerwehr sowie zahlreicher internationaler Feuerwehrverbände verfügt er über umfangreiche Einblicke in die generelle Problematik des "Unternehmens Feuerwehr" sowie insbesondere auch in deren Mitgliederproblematik. Der Autor war zudem mehr als 20 Jahre lang hauptberuflich sowie ehrenamtlich in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Feuerwehren und andere Hilfsorganisationen tätig und verfasste diesbezüglich zahlreiche richtigweisende Konzepte und Fachbeiträge.

Bis heute hat Wolfgang Jendsch mehr als 25 Fachbücher zum Thema "Feuerwehr" und "Brandschutz" geschrieben, dazu mehrere hundert Fachbeiträge in internationalen Brandschutz- und Rettungsmagazinen.

Neue Mitglieder gesucht! So gewinnen Sie neue Mitglieder für Ihre Feuerwehr Inhaltsverzeichnis

Die Feuerwehr braucht aktive Mitglieder!

Das deutsche Feuerwesen basiert auf einem System der Ehrenamtlichkeit. Neben den derzeit 101 Berufsfeuerwehren bieten in Deutschland über 24.400 Freiwillige Feuerwehren Schutz und Hilfe für den Mitbürger. Die Feuerwehren klagen jedoch zunehmend über Nachwuchssorgen. Berufliche und soziale Situationen, Interessenveränderungen und ein breites Spektrum von Freizeitangeboten sind die Ursachen dafür, dass der Zulauf von Bürgern zum ehrenamtlichen Dienst in den Feuerwehren rückläufig ist. Daher ist kontinuierliche, qualifizierte und effektive Mitgliederwerbung für die Feuerwehren von besonderer Bedeutung. Nur damit kann für die Zukunft ein Schutz- und Hilfeleistungssystem gesichert werden, das sich seit mehr als 150 Jahren bewährt.

Inhalt

Die Feuerwehr braucht aktive Mitglieder!

Die deutsche Feuerwehr basiert auf einem System der Ehrenamtslichkeit. Neben den derzeit 111 Berufsfeuerwehren leisten in Deutschland über 24.400 freiwillige Feuerwehrleute Schutz und Hilfe für die Bevölkerung. Die Feuerwehrmannschaften sind jedoch zusehends überalternd. Die Nachwuchsarbeit ist deshalb ein zentrales Thema. Die Feuerwehrverbände sind sich bewusst, dass die Zukunft von Kindern zum ehrenamtlichen Dienst in der Feuerwehr räumlich ist. Daher ist kontinuierliche, qualifizierte und gezielte Mitgliederwerbung für die Feuerwehren von besonderer Bedeutung. Vor dem Hintergrund der Zukunft des Schutts- und Hilfsdienstes werden jährlich ca. 100.000 Kinder geboren, die sich mit Ende der 100 Jahre bewahren.

Vorwort	5
Inhalt	8
Einführung	10
Kinder: Aller Anfang ist klein!	14
Jugendliche: Jugend für die Wehr!	50
Frauen: Der weibliche Aspekt	84
Männer: Gefragte Männlichkeit	108
Nachwort und Dank	138

Vorwort
 Inhalt
 Einführung

Teil 1

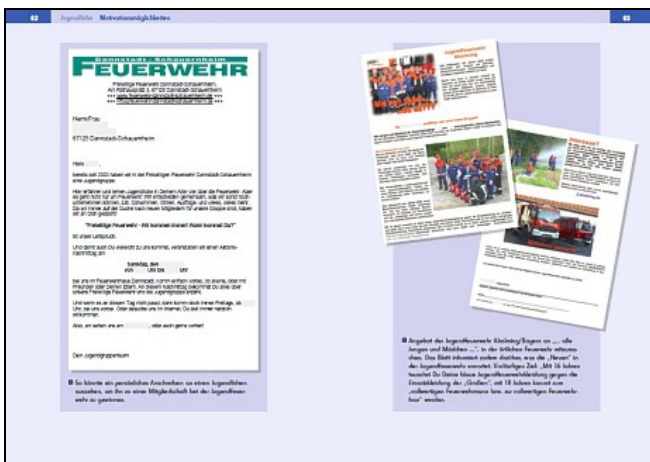
Kinder: Aller Anfang ist klein!

- Kinder sind Zukunft
- Begreifen und motivieren
- Lernen von klein an
- Von klein bis groß
- Mini-Feuerwehren
- Bewährte Konzepte

Teil 2

Jugendliche: Jugend für die Wehr!

- Breite Freizeitangebote
- Angebote für die Jugend
- Zukunftssicherung
- Ein Teil der Feuerwehr
- Jugend als Multiplikator
- Motivationsmöglichkeiten



Teil 3

Frauen: Der weibliche Aspekt

- Gestern und heute

- Frauen am Zug
- Das "schwache" Geschlecht
- Einstellungsänderung
- Frauen in der Wehr
- Werbung um die Frau

Teil 4

Männer: Gefragte Männlichkeit

- Ehrenamt - ja oder nein
- Beruf und Familie
- Freiwillig - nur der Eintritt?
- Der Ruf nach Mitarbeit
- Seiteneinsteiger
- Das richtige Werbekonzept
- Nachwort und Dank

Neue Mitglieder gesucht! So gewinnen Sie neue Mitglieder für Ihre Feuerwehr Rezensionen und Beschreibungen der Fachmedien

■ *"In Deutschland engagieren sich derzeit über eine Million Menschen in Freiwilligen Feuerwehren. Insgesamt haben rund 17.700 Wehren eine Jugendabteilung oder Jugendfeuerwehr. Ungefähr 247.330 Jugendliche zwischen 10 und 18 Jahren sind heute dort aktiv. Trotzdem ist es nicht selbstverständlich, dass immer genügend Nachwuchs zur Verfügung steht. Die Feuerwehren müssen sich schon etwas einfallen lassen, um neue Mitglieder zu akquirieren. Da die wenigsten Feuerwehrleute geborene Öffentlichkeitsarbeiter sind, brauchen sie eine professionelle Anleitung dazu, wie man erfolgreich neue Mitglieder gewinnt.*

Mit dem Buch „Neue Mitglieder gesucht?“ aus dem Verlag ecomed SICHERHEIT erhalten Feuerwehrleute eine Menge konkreter Tipps und Beispiele, wie und womit Kinder, Jugendliche, Frauen und Männer für die Feuerwehr zu begeistern sind. Der Leser erfährt beispielsweise, wie Feuerwehrleute schon im Kindergarten spielerisch das Interesse der ganz Kleinen erregen können, wie ein spezieller Girl's Day gestaltet werden kann, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um Frauen zum Beitritt zu ermutigen, aber auch, mit welchen Argumenten erwachsene Männer dazu motiviert werden können, sich der Freiwilligen Feuerwehr anzuschließen. Die Lektüre dieses Buches dürfte jedem Feuerwehrangehörigen Freude bereiten, nicht zuletzt deshalb, weil es sehr kurzweilig geschrieben und ausgesprochen reichhaltig illustriert ist."

Forum "www.FEUERWEHR.de", Jürgen Mayer, Januar 2010

■ *"Fehlende Tagesalarmsicherheit, weniger Interesse, Mitgliederschwund. Kommt Euch das bekannt vor? Eine Buchneuerscheinung des Ecomed Verlags soll Abhilfe schaffen. ...*

Los gehts mit dem Feuerwehrproblem Nummer 1, den Nachwuchssorgen. In den Neunzigern wäre ein Buch über Nachwuchswerbung und Marketing wohl noch belächelt worden, aber heute stehen viele Feuerwehreinheiten mit dem Rücken zur Wand und müssen sich in den nächsten Jahren professionell und intensiv mit dem Thema beschäftigen.

Da kommt das Buch von Wolfgang Jendsch "Neue Mitglieder gesucht - So gewinnen Sie neue Mitglieder für Ihre Feuerwehr" zur richtigen Zeit. In dem Nachwuchsbuch geht es um Hintergründe, Ideen und Praxisbeispielen um den Mitgliederschwund

aktiv entgegen zu treten. Das 139 Seiten Buch ist gut strukturiert und jeder Zielgruppe (Kinder, Jugendliche, Frauen, Männer) wird ein eigenes Kapitel gewidmet. Der Autor ist Euch sicherlich schon mal über den Weg gelaufen, da Wolfgang als Fachautor schon einige Artikel und Bilder in diversen Fachzeitschriften und Büchern veröffentlicht hat.

Mir hat das Fachbuch jede Menge neue Impulse gegeben. Zum Schluss hatte ich ein DIN A4 Blatt mit Stichpunkten, an die ich bisher noch nicht gedacht habe und zukünftig ausprobieren möchte. Zudem werden die Ideen mit vielen guten Beispielen aus Feuerwehrdeutschland ergänzt. So kann man von erfolgreichen Konzepten anderer Wehren profitieren.

Die wichtigsten Aussagen für mich

- Werbung muss professionell sein und kostet auch Geld. Die Zeit von schwarz-weiß kopierten Handzetteln ist vorbei. Die Leute erwarten hochwertige Werbung egal ob das ein Flyer, die Website, Radio- oder Kinowerbung ist. Wenn die Gemeinde hier uneinsichtig ist, sollen Sie einfach mal eine hauptamtliche Wache durchrechnen und dann sollten auch zeitgerechte Werbebudgets kein großes Problem mehr darstellen.

- Zielgruppengerechte Ansprache. Eine Werbeaktion für alle Zielgruppen funktioniert heute nicht mehr. Frauen müssen anders begeistert werden wie ein 15 jähriger Jugendlicher. Beide haben unterschiedliche Lebensziele, Herausforderungen und Fragestellungen. Mit einem lapidaren "Komm mach mit" wird man weder die eine noch die andere Gruppe für die Feuerwehr begeistern können. Daher müssen die Bevölkerungsgruppen auf unterschiedlichen Arten für die Feuerwehr gewonnen werden.

- Mitgliederwerbung ist strategisch und Chefsache. Neben einer guten Ausbildung ist für mich die wichtigste Aufgabe eines Feuerwehrleiters den Personalstand zu sichern bzw. auszubauen. Dazu gehören nicht nur Aktionen in der Öffentlichkeit sondern auch intern in der Feuerwehr die entsprechenden Voraussetzungen zu schaffen. Kommt die erste Frau oder der erste ausländische Feuerwehrkamerad, muss gesorgt werden, dass trotz des "exotischen" Status die neuen Feuerwehrangehörigen schnell integriert werden.

Was hat mir im Buch gefehlt?

Da ich ein Onlinefreak bin, kam mir das Thema Internet zu wenig bzw. gar nicht. Hier würde ich mir in einer weiteren Auflage des Buches auch die Themen Website, Online Videos und soziale Netzwerke wie Facebook wünschen. Da diese insbesondere für die jüngeren Zielgruppen immer wichtiger werden und es in dem Bereich noch recht wenig Feuerwehren gibt die neue Medien intensiv zur Mitgliederwerbung nutzen.

Trotzdem kann ich das Buch "Neue Mitglieder gesucht?" wärmsten Empfehlen wenn man Ideen für professionelle Mitgliederwerbung sucht."

Internet-Blog "feuerwehrleben.de", Florian Fastner, April 2010 (zugleich: facebook "feuerwehrleben.de")

■ *"Auf 140 Seiten erläutert der Autor Mittel und Wege der Öffentlichkeitsarbeit, um erfolgreich neue Mitglieder für die Feuerwehren zu gewinnen. Er geht unter anderem auf Beispiele von Feuerwehren aus Deutschland ein, die Konzepte für die Verbesserung der Personalsituation bereits gekonnt umgesetzt haben.*

In vier Kapiteln zeigt Jendsch mögliche Herangehensweisen für die Gewinnung neuer Kameraden/innen in den Bereichen Kinderfeuerwehren, Jugendfeuerwehren sowie die Einsatzabteilung - unterteilt in Frauen und Männer (auch als Seiteneinsteiger/Fachberater).

Fazit: Neben einigen interessanten Ideen und Beispielen bietet das Buch hauptsächlich Argumentationshilfen demographischer und motivierender Art wenn

es um Diskussionen mit der Stadtverwaltung oder anderen Geldgebern für die (Mitglieder-)Werbung geht."

Blog "mit blick in den odenwald", Buchen