

VOLLER EINSATZ

HANDBUCH FÜR MEHR FEUERWEHR



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Inneres und Sport

HANDELN UND WANDELN 1.0

TAG DER FEUERWEHR

- 2 Initiative zeigen

INITIATIVEN UND IDEEN 2.0

3 INSPIRATION

SUCHEN UND FINDEN 3.1

PLANUNGSPHASE

- 12 Ziel bestimmen
Zeit und Ort festlegen
Verantwortung klären
Ideen sammeln
- 13 Partner finden
Attraktionen planen
Budget einschätzen
Veranstaltung anmelden
- 14 Eigenes ergänzen

WISSEN UND WIRKEN 3.2

VORBEREITUNGSPHASE

- 16 Vorbereitungen strukturieren
Infrastruktur entwickeln
Haftpflicht überprüfen
Programm planen
- 17 Künstler anfragen
Sponsoren überzeugen
Öffentlichkeitsarbeit planen
- 18 Öffentlichkeit informieren

- 19 Presse ansprechen
- 20 Catering auswählen
- 21 Personal planen
Veranstaltungsende organisieren
- 22 Eigenes ergänzen

ANPACKEN UND ANKOMMEN 3.3

DURCHFÜHRUNGSPHASE

- 24 Rechtssicherheit bedenken
- 25 Ablaufplan haben
Plan B kennen
Kommunikationswege klären
Team motivieren
- 26 Infrastruktur umsetzen
Öffentlich kommunizieren
Zuständig sein
Programm genießen
- 27 Gäste ansprechen
- 28 Presse begleiten
Eigenes ergänzen

WICHTEN UND WERTEN 3.4

NACHBEREITUNGSPHASE

- 30 Veranstaltung abbauen
Danke sagen
Echo sammeln
Wahrnehmung auswerten
- 31 Erkenntnisse generieren
Eigenes ergänzen

AKTEURE UND PARTNER 4.0

- 32 KONTAKTE

HANDELN UND WANDELN 1.0



INITIATIVE ZEIGEN

DER TAG DER FEUERWEHR SOLL DIE EHRENTÄTTLICHE TÄTIGKEIT DER FEUERWEHREN IN DEN MITTELPUNKT STELLEN UND ÖFFENTLICH HERVORHEBEN. ER ERHÖHT DIE CHANCE ERHEBLICH, NEUE MITGLIEDER ZU BEGEISTERN.

Voller Einsatz für die Feuerwehr! Das ist das Motto Ihres Tages der Feuerwehr – ein ganzer Tag, der zum Mitmachen bei der Feuerwehr ermutigt.

Ein Tag, der zeigt: Dieses Ehrenamt macht Spaß! Diese Gemeinschaft und ihr Zusammenhalt sind erstrebenswert! Davon will ich Teil werden. Und erst recht: Teil bleiben.

Möglichst viele Feuerwehren sollen zum Tag der Feuerwehr aktiv werden und Initiative mit einer eigenen Veranstaltung zeigen. Das bündelt die Kräfte. Gemeinsam zu wirken, stärkt die Identität der Feuerwehren und fokussiert unser Thema so, dass die Öffentlichkeit es im ganzen Land wahrnehmen muss. Feiern Sie Ihre Feuerwehr mit Freunden, Bekannten und Nachbarn und laden sie alle dazu ein, Feuerwehr genauer kennenzulernen.

Den Menschen in unserem Land wird so eindrucksvoll gezeigt, dass die

Kameradinnen und Kameraden der Feuerwehr ein Garant für die Sicherheit unserer Bevölkerung und auch eine wichtige gesellschaftliche Stütze sind. Dabei soll auch landläufigen Klischees und Vorurteilen entgegen gewirkt werden.

Der Startschuss für den ersten landesweiten Tag der Feuerwehr erfolgte am 26. Mai 2018 in Heyrothsberge mit einer zentralen Veranstaltung – Anlass war der 80. Geburtstag des dortigen Instituts für Brand- und Katastrophenschutz.

Die Feuerwehren vor Ort haben die Gelegenheit, mit ihrer eigenen zielgerichteten und unterhaltsamen Veranstaltung zum Tag der Feuerwehr – der künftig immer am zweiten Samstag im September stattfinden soll – auf sich, ihren Job und ihre Notwendigkeit aufmerksam zu machen.



INITIATIVEN UND IDEEN 2.0

INTERESSE ERZEUGEN IST DIE DEVISE. MACHEN SIE IHREN TAG DER FEUERWEHR ZUM HÖHEPUNKT DER REGION. BEGEISTERN SIE IHRE BESUCHER VON DEM, WOFÜR SIE BRENNEN. HIER IST EINE INSPIRATIONSQUELLE DAFÜR. NUTZEN SIE DIE GESAMMELTEN IDEEN UND DENKEN SIE DARÜBER HINAUS!

Parcours-Tour

2.1

Wer? Jugendliche, Erwachsene, Mitglieder der Feuerwehr

Was und wie? Im Rahmen des „Tages der Feuerwehr“ kommen vorher akquirierte Teams – Familien, Firmen, Schulen, Freundeskreise und Sportvereine – und treten gegen die „Profis“ der freiwilligen Feuerwehr in feuerwehreiigen Disziplinen an. Der Parcours kann vielfältig sein. Es werden Punkte vergeben, aus denen sich im Vergleich das beste Feuerwehr- und das beste Herausfordererteam ermitteln lässt. Diese treten dann in einem Finale an. Am Abend findet eine Siegerehrung mit Preisverleihung statt.

Warum? Schon mit der Ansprache der „Gegner“ im Vorfeld machen Sie auf Ihr Event aufmerksam. Die „fittesten“ Personen aus der Region kommen als potenzielle Mitglieder zu Ihnen. Sie brauchen diese nur noch zu werben. Hoher Unterhaltungswert am Veranstaltungstag. Die Feuerwehrleute präsentieren sich als enge und faire Gemeinschaft. Gemeinsame Aktivitäten tragen zur Bindung von Bestandsmitgliedern bei.

Entdeckungstour im Gebäude

2.2

Wer? Grundschulkinder, Schulkinder, Eltern

Was und wie? Gestalten Sie eine Entdeckungstour mit Rätseln und Aufgaben durch die Räume Ihres Feuerwehrgebäudes (z. B. „Findet den Materialraum! Wie viele Helme zählt ihr?“ oder „Wo werden die Schläuche aufbewahrt? Wie lange dauert es, bis ein Schlauch aufgerollt ist?“).

Warum? Kinder und Eltern lernen die Feuerwehr als einen geschützten und spannenden Raum für Spiel und Erfahrung kennen. Eltern können, während ihre Kinder betreut werden, gezielt auf der Veranstaltung angesprochen werden. Die Maßnahme hat hohes Akquise- und Erlebnispotenzial.

Auffrischkurs Erste Hilfe

2.3

Wer? Azubis und Studenten, Eltern, Erwachsene 55+

Was und wie? Bieten Sie am Vormittag einer Veranstaltung einen ca. zweistündigen Auffrischkurs in Erster Hilfe an. Den haben beinahe alle nötig, denn nicht angewendetes Wissen ist schnell verloren.

Warum? Die Feuerwehr positioniert sich als Experte und bietet einen echten Mehrwert für die Teilnehmer. Haben Sie die Gäste mit diesem Kursangebot zu Ihnen aufs Gelände eingeladen, bleiben sie sicher noch für Ihre anderen Angebote.

Technikausstellung

2.4

Wer? Jugendliche, Eltern, Erwachsene, Wiedereinsteiger, Erwachsene 55+

Was und wie? Finden Sie Partner bei der Berufsfeuerwehr oder dem Technischen Hilfswerk. Stellen Sie die gesamte Breite der für Einsätze genutzten Technik aus, sofern dies im Rahmen der Einsatzbereitschaft möglich ist. Kameradinnen und Kameraden können den Besuchern ihr Expertenwissen und die Verwendung von schwerem Gerät und Hightech demonstrieren.

Warum? Die Feuerwehr präsentiert sich technikaffin, bestens ausgerüstet und zukunftsorientiert. Technikbegeisterte werden aufmerksam und finden sich hier wieder. Die freiwillige Feuerwehr zeigt sich vernetzt und kann persönliche Kontakte herstellen.

Ehemaligentreffen

2.5

Wer? Wiedereinsteiger

Was und wie? Laden Sie ehemalige und passive Mitglieder direkt mit einem persönlichen Anschreiben zu einem Treffen im Rahmen Ihrer Veranstaltung ein. In gelöster Atmosphäre können alte Kontakte wieder aufleben, Erinnerungen ausgetauscht und Interesse neu geweckt werden.

Warum? Aus ehemaligen können wieder aktive Mitglieder werden.

„Escape-Room“ – Nebellabyrinth

2.6

Wer? Jugendliche, Eltern, Erwachsene, Erwachsene 55+

Was und wie? Mieten Sie einen Container oder ein abschließbares Zelt, in das Sie Nebel einleiten können. Möblieren Sie den Versuchsraum und verstecken Sie einen „Schatz“. Lassen Sie Ihre Besucher mit Nachtsichtgerät und Atemschutzmaske ausgestattet im Nebel den Schatz suchen und bergen.

Warum? Besucher werden aktiviert. Die Feuerwehr wird als attraktiv und spannend wahrgenommen („Hier kann ich etwas erleben.“).

Selbstversuch: „Kleines Löschen“

2.7

Wer? Schulkinder, Azubis, Studenten, Eltern, Quereinsteiger, Erwachsene 55+

Was und wie? Zwar sind Brandschutzbelehrungen obligatorisch, doch sind nicht alle Informationen lange präsent. Wie leicht kann aber im Haushalt und Beruf ein Brand ausbrechen. Üben Sie an alltäglichen Situationen (der brennenden Pfanne, dem Textilbrand im Wohnzimmer usw.), was dann zu tun ist.

Warum? Besucher werden in das Geschehen einbezogen und aktiviert. Dieser Programmpunkt bietet einen echten Mehrwert: Brandschutz. Wirbt mit Nachdruck für seine gesellschaftliche Relevanz.

Selbstversuch: „Gerettet werden“

2.8

Wer? Schulkinder, Erwachsene

Was und wie? Viele hatten bisher Glück im Leben und mussten noch nicht gerettet werden. Dennoch ist es sowohl spannend als auch aufschlussreich, verschiedene Rettungsformen zu erleben. Wie ist es zum Beispiel, mit der Drehleiter gerettet zu werden? Oder in ein Sprungtuch zu springen? Solche Erfahrungen können im Ernstfall auch dafür sorgen, dass in Not Geratene etwas ruhiger mit der Situation umgehen können.

Warum? Besucher werden in das Geschehen einbezogen und aktiviert. Persönliche und aufregende Erfahrungen schweißen zusammen.

Vorführung technischer Hilfeleistung

2.9

Wer? Jugendliche, Erwachsene

Was und wie? Sie organisieren eine Unfallvorführung mit Fahrzeugen. Im Rahmen dieser Demonstration zeigen Sie als Feuerwehr, wie die Rettung aus Fahrzeugen technisch und personell abläuft. Dies kann z. B. in Kooperation mit einem Automobilklub oder einer Werkstatt geschehen.

Warum? Ihre Besucher können nicht alltägliche Beobachtungen machen, Sie bieten eine echte Attraktion. Sie können dafür sensibilisieren, warum Schaulustige ein ernsthaftes Problem sind. Sie zeigen die Vernetzung der Feuerwehr mit anderen und das Zusammenspiel zwischen den Einsatzkräften.

Integration eines Flohmarkts

2.10

Wer? Kinder, Erwachsene

Was und wie? Flohmärkte sind Publikumsmagnete. Das Stöbern, Schlendern und Verhandeln ist eine beliebte Freizeitbeschäftigung. Holen Sie sich spezialisierte Händler auf Ihr Gelände und bereichern Sie Ihre Veranstaltung. Der Vorteil: Sie haben selbst nur minimalen organisatorischen Aufwand, bieten einem breiten Interessentenkreis jedoch ein großes Angebot.

Warum? Sie holen Gäste auf Ihr Gelände, die mit Zeit und Lust am Schlendern auch für Ihre sonstigen Angebote ansprechbar sind. Ein positives Erlebnis mit Mehrwert wird mit Feuerwehr verbunden.

Spenden für Bedürftige

2.11

Wer? Hilfsbedürftige, Öffentlichkeit

Was und wie? Manchmal bleibt nach einer Veranstaltung viel Essen übrig. Überlegen Sie, ob Sie damit nicht noch etwas Gutes tun und es an die „Tafel“ oder über Food-Sharing abgeben können, anstatt es zu entsorgen.

Warum? In erster Linie dient diese Aktion dem guten Zweck und dokumentiert – wenn sie kommuniziert wird – die soziale Verantwortung, die die Feuerwehr im Alltag sowieso und selbstverständlich trägt. Motivation für ähnlich Orientierte, sich zu beteiligen.

Kochwettbewerb über Feuer

2.12

Wer? Jüngere Erwachsene

Was und wie? Geben Sie frühzeitig Ihren Wettbewerb bekannt und laden Sie Interessierte ein. Richten Sie mehrere Kochstellen (beispielsweise 5) mit offenem Feuer ein und lassen Sie die Teilnehmer unter den Augen der Zuschauer ein Gericht zubereiten. Eine Jury aus anwesenden Gästen kostet und wählt einen Gewinner. Die Kochstellen können im Anschluss für Löschübungen genutzt werden.

Warum? Sie binden Ihre Besucher aktiv in das Programm ein und zeigen Ungewöhnliches, was für gesteigerte Aufmerksamkeit sorgt, wenn es rechtzeitig kommuniziert wird. Die Feuerwehr zeigt den verantwortungsvollen Umgang mit offenem Feuer.

Oldtimer-Treff

2.13

Wer? Erwachsene, Erwachsene 55+

Was und wie? Oldtimer üben eine besondere Faszination aus. Oldtimer-Fans sind technisch interessiert und schrauben gern selbst. Laden Sie Oldtimer-Vereine ein, mit ihren alten Feuerwehrfahrzeugen eine Ausstellung zum Anfassen auf Ihrem Gelände zu gestalten.

Warum? Die Feuerwehr zeigt sich traditionsbewusst und technisch interessiert und bietet damit Kontaktpunkte für Menschen mit diesen Interessen. Oldtimer-Interessierte sind zumeist über 55 Jahre alt: eine Zielgruppe, die Sie für eine aktive Mitgliedschaft unbedingt gewinnen sollten.

Abendessen bei Kerzenschein

2.14

Wer? Partnerinnen und Partner der Feuerwehrmänner und -frauen

Was und wie? Gestalten Sie einen Abend, an dem die Partnerschaften Ihrer Mannschaft ganz im Zentrum stehen. Erkennen Sie an, dass alle sonst jederzeit auf Ihre Partner verzichten, wenn sie zum Einsatz gerufen werden. Heute rücken andere Feuerwehren aus, weshalb dies ein Abend in aller Gemütlichkeit und Ruhe ist. Organisieren Sie, sofern Bedarf besteht, auch Babysitter oder eine Kinderbetreuung.

Warum? Sie bringen Anerkennung und Dank für die Angehörigen Ihrer Mannschaft deutlich zum Ausdruck und binden Ihre Mitglieder. Sie unterstützen Begegnungen und Austausch unter Gleichgesinnten und betonen die freiwillige Feuerwehr als familiäre Gemeinschaft.

Kinder-Köhlerei

2.15

Wer? Grundschulkinder und Schulkinder, Eltern, kulturhistorisch Interessierte

Was und wie? Das Köhlerhandwerk hat in Sachsen-Anhalt, speziell in der Harz-Region, eine lange Tradition. Wie der verantwortungsvolle Umgang mit Feuer Gutes erzeugt, kann hier demonstriert werden. Bauen Sie gemeinsam den Meiler, halten Sie Brandwache und lassen Sie für die Kinder damit Physik und Chemie außerhalb des Klassenraums lebendig werden.

Warum? Die Feuerwehr ist ein attraktiver außerschulischer Lernort. Zeigen Sie das! Sind Kinder begeistert, sind auch Eltern stärker an die Feuerwehr gebunden. Traditionspflege ist wesentliches Charakteristikum der Feuerwehren. Demonstrieren Sie, dass Sie auch lokale Handwerkstraditionen pflegen.

Beste Brandschutzmaßnahme

2.16

Wer? Mitglieder der Feuerwehr, Kommunalpolitiker, lokale Wirtschaftsunternehmen, Öffentlichkeit

Was und wie? Eine Jury aus Kommunalpolitikern und Brandschutzexperten der Feuerwehr wählt die lokal beste Brandschutzmaßnahme des Jahres in den Kategorien „Privat“ sowie „Unternehmerisch“ und vergibt im Rahmen Ihrer Veranstaltung einen Preis oder eine Urkunde.

Warum? Sie sensibilisieren als Feuerwehr so für vorbeugende Maßnahmen des Brandschutzes. Stärken Sie mit Aktionen wie dieser die Beziehungen zu lokalen Wirtschaftsunternehmen und kommunalen Politikern. Eine solche Preisverleihung ist außerdem besonders für die regionale Presse ein Anlass für Berichterstattung, die Ihre Wahrnehmung in der Öffentlichkeit stärkt.

Fahrten im Feuerwehrauto

2.17

Wer? Grundschulkinder, Schulkinder

Was und wie? Der Berufswunsch „Feuerwehrmann“ ist ein Kindheitstraum: Lassen Sie ihn wahr werden und nehmen Sie Kinder mit dem Feuerwehrauto mit (Elterneinverständnis beachten, siehe 3.2.3, Seite 20).

Warum? Kinder und Jugendliche können sich wie richtige Feuerwehrleute fühlen, was ihre Identifikation stärkt. Kinder können zum Ausprobieren eingeladen werden, ohne dass sofort eine enge Verpflichtung besteht.

Zeltlager

2.18

Wer? Grundschulkinder, Schulkinder, Eltern

Was und wie? Zeltlager sind ein klassischer Bestandteil in der Jugendarbeit der Feuerwehren, weil sie helfen, ein Gruppengefühl entstehen zu lassen. Organisieren Sie eine Übernachtung auf dem Gelände der Feuerwehr am Tag Ihrer Veranstaltung.

Warum? Kinder und Eltern lernen das Umfeld der Feuerwehr ungezwungen kennen. Am besten ist es, bei Interesse gleich konkrete Angebote zu machen und die Kinder mit ihren Eltern zum nächsten Jugendfeuerwehernachmittag einzuladen. Treffen Kinder auf Freunde und Bekannte, die bereits in der Jugendfeuerwehr sind, haben sie gleich Ansprechpartner für weitere Fragen und eine soziale Anbindung. Eltern können über ihre Kinder für eine Mitarbeit als Betreuer begeistert werden.

Stories im Social Web

2.19

Wer? Schulkinder, Azubis und Studenten, Erwachsene

Was und wie? Snapchat, Instagram-Stories und Facebook-Posts eröffnen Ihrem Event eine völlig neue Reichweite. Die müssen sie aber gar nicht nur selbst machen. Hashtags sind der Weg, Ihre Veranstaltung parallel online stattfinden zu lassen. Holen Sie die Jugendfeuerwehr ins Boot: Welches Hashtag passt zu Ihrer Veranstaltung? Machen Sie es auf allen möglichen Wegen bekannt und sehen Sie, wie schnell sich Bilder, Videos und Kommentare sammeln.

Warum? Die Feuerwehr ist im 21. Jahrhundert angekommen. Das leben Sie und zeigen damit auch, dass es beispielsweise Aufgaben in der Öffentlichkeitsarbeit gibt, die ebenfalls ehrenamtlich übernommen werden können.

Grillkurs

2.20

Wer? Erwachsene

Was und wie? Smoker und hochpreisige Grills sind aktuell im Trend. Viele verbringen sehr viel Zeit damit, das richtige Gerät, die passende Kohle und den besten Anzünder auszuwählen. Bieten Sie passend Ihre Expertenkenntnisse an und bleiben Sie den ganzen Sommer in bester Erinnerung. Kooperationen mit Baumärkten, Lebensmittelketten oder Grillherstellern eröffnen mehr Spielraum.

Warum? Die Feuerwehr zeigt sich hier als hilfreich, modern, trendbewusst und informiert – auch mit Blick auf Freizeitvergnügen. Ein Grillkurs ist nah an der Zielgruppe mit hohem Mitgliedspotenzial.

Expertensprechstunde


2.21

Wer? Eigenheimbesitzer, lokale Wirtschaftsunternehmen

Was und wie? Bieten Sie eine Sprechstunde an. Ihre Brandschutzexperten beantworten hier über einen festgelegten Zeitraum Fragen bspw. von Eigenheimbesitzern, geben Anregungen und stellen Informationsmaterial bereit. Denkbar ist auch ein Talkshow-Format.

Warum? Brandschutz ist oberstes Ziel. Eine unkomplizierte und niedrigschwellige Möglichkeit, Experten der Feuerwehr individuell zu befragen, stärkt zudem die öffentliche Wahrnehmung.

SUCHEN UND FINDEN 3.1

A firefighter in full gear is positioned in a raised bucket, reaching upwards. The background is a vibrant gradient of red and orange, suggesting a fire scene. The firefighter's equipment, including a helmet and hose, is visible. The bucket has a red and white striped safety pattern.

ERFOLGREICH WIRKT MAN SELTEN
OHNE PLAN. NEHMEN SIE SICH
EINFACH DIE FOLGENDEN KURZEN
ANREGUNGEN ZU HERZEN UND
IHRE VERANSTALTUNG WIRD EIN
GEWINN FÜR DIE GEMEINSCHAFT
UND DIE FEUERWEHR.

Ziel bestimmen

3.1.1

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Die Aufgabe ist klar: Sie wollen eine Veranstaltung organisieren. Jetzt gilt es zu überlegen, welche Erwartungen Sie selbst daran haben: Wie können und wollen Sie sich als Feuerwehr präsentieren? Welche Gäste wollen Sie ansprechen? Und vor allem warum? Machen Sie diese Erkenntnisse zur Grundlage aller weiteren Schritte und überprüfen Sie später immer wieder, ob Sie noch auf Ihr beschlossenes Ziel hinarbeiten.

Zeit und Ort festlegen

3.1.2

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Legen Sie zunächst fest, wann und wo Ihre Veranstaltung stattfinden soll. Und das am besten so früh wie möglich, damit Sie den Veranstaltungsort rechtzeitig reservieren können, wenn die Veranstaltung nicht auf Ihrem Gelände stattfindet. Sind diese Weichen gestellt, erleichtert Ihnen das, Vorbereitungen gezielt zu treffen. Überschneidungen sind ausgeschlossen.

Verantwortung klären

3.1.3

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Es ist hilfreich, ein Team für die Organisation zusammenzustellen. Bestimmen Sie, wer die Hauptverantwortung trägt, wer budgetverantwortlich ist, wer sich um Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit kümmert und wer für die Umsetzung des Veranstaltungsprogramms zuständig ist. Verabreden Sie außerdem einen Rhythmus für gemeinsame Abstimmungs- und Planungstreffen.

Ideen sammeln

3.1.4

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Entwickeln Sie gemeinsam eine Vorstellung von Ihrer Veranstaltung. Wie können Sie Ihre Besucher begeistern oder motivieren, Mitglied zu werden? Wie präsentieren Sie sich als funktionierende Gemeinschaft? Was macht Ihren Leuten Spaß? Tragen Sie frei und ohne Grenzen alle Ideen zusammen und wählen Sie dann anhand Ihrer Ziele aus. Trauen Sie sich, zunächst unrealistisch zu sein, um neue Wege zu gehen und mit Abwechslung das Interesse zu erhöhen. Unter Punkt 2.0 „Initiativen und Ideen“ finden Sie auch für Ihre Veranstaltung Inspiration.

Partner finden

3.1.5

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Welche Veranstaltungspartner können Sie begeistern? Wer kommt für Kooperationen oder als Sponsor infrage? Überlegen Sie, wie Sie Ihre Schlagkraft mit Partnern aus der Region erhöhen: Gemeinde, andere Feuerwehren, Gewerbetreibende, Handwerker oder Sportvereine? Verwandte und Bekannte helfen sicher auch gern. Gehen Sie Ihre Liste durch und finden Sie Ihre Ansprechpartner heraus. Entscheiden Sie dann, wer wen anspricht.

Attraktionen planen

3.1.6

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Womit könnten Sie diejenigen zu Ihnen locken, die Sie noch nicht kennen und die noch keinen Bezug zur Feuerwehr haben? Sicher kennen Sie die strahlenden Kinderaugen beim Anblick eines Löschzugs. Bieten Sie Attraktionen und Anreize für Besucher darüber hinaus. Machen Sie neugierig und schaffen Sie bleibende Erinnerungen. Denken Sie dabei auch über Ihren Alltag in der Feuerwehr hinaus. Präsentieren Sie sich als Gemeinschaft, von der man ein Teil sein möchte. Spaß und Unterhaltung zählen dabei genauso wie das Vermitteln von Wissen und Kompetenz.

Budget einschätzen

3.1.7

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Stellen Sie gegenüber, welches Budget zur Verfügung steht und welche Kosten auf Sie zukommen werden. Kalkulieren Sie zunächst mögliche Gebühren und die Kosten für die Infrastruktur, wie z. B. zusätzliche sanitäre Anlagen, Müllentsorgung usw., um zu ermitteln, welche Ausgaben für das weitere Programm noch möglich sind oder wie viel Sie über Partner noch generieren müssen. Planen Sie dabei immer mit Reserven.

Veranstaltung anmelden

3.1.8

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Melden Sie Ihre Veranstaltung frühzeitig bei der Gemeinde oder Kommune an. Wenden Sie sich an das zuständige Ordnungsamt, das auch die Schankgenehmigung ausstellt, wenn Sie Alkohol ausschenken möchten. Wichtig zu wissen: Die Kosten für eine Veranstaltungsanmeldung und die sich daraus ergebenden Maßnahmen legt jede Gemeinde oder Kommune selbst fest.

Eigenes ergänzen

3.1.9

Lined area for notes.

WISSEN UND WIRKEN

3.2

DIE GUT DURCHDACHTE ORGANISATION IHRES FESTS IM VORFELD WIRD IHNEN AM TAG DER FEUERWEHR SICHERHEIT, FREUDE UND VIELE GÄSTE BRINGEN. IHRE WIRKUNG IN DER ÖFFENTLICHKEIT MACHT DABEI EINEN WESENTLICHEN TEIL AUS.

Vorbereitungen strukturieren

3.2.1

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Erstellen Sie gemeinsam und auf Basis Ihrer Aufgabenverteilung einen Arbeits- und Budgetplan, der Ihnen hilft, den Überblick zu behalten. Aktualisieren Sie ihn regelmäßig. Dafür bieten sich Ihre regelmäßigen Organisationstreffen an.

Infrastruktur entwickeln

3.2.2

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Sie haben Ihre Veranstaltung bei der Kommune angemeldet. Jetzt beginnen Sie mit der Umsetzung der Auflagen. Erstellen Sie ein Sicherheitskonzept, das Erste Hilfe und Brandschutz beinhaltet – auch wenn Sie als „Profis“ vor Ort sind. Sorgen Sie für ausreichend sanitäre Anlagen, Parkplätze, Absperrungen oder Wegeleitungen. Wenn nötig sollten auch Zelte, Tische und Bänke frühzeitig bestellt werden.

Haftpflicht überprüfen

3.2.3

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Der Veranstaltungsanmelder trägt das Risiko der Veranstaltung. Klären Sie deshalb, ob Sie ggf. über den Landesfeuerwehrverband versichert sind oder ob Sie selbst eine Veranstaltungshaftpflichtversicherung abschließen müssen. Bei Mitfahrten von Kindern in Einsatzfahrzeugen müssen die Erziehungsberechtigten einverstanden sein und die Haftung übernehmen.

Programm planen

3.2.4

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Gestalten Sie einen spannenden Ablauf Ihres Events mit Höhepunkten und Entspannungsphasen für Ihre Gäste. Achten Sie dabei auf die Bedürfnisse Ihrer Besucher und die Gegebenheiten vor Ort.

Welche Aktivitäten können parallel stattfinden, welche schließen sich aus? Welches Angebot richtet sich an Familien und wie können Sie Ihre Veranstaltung kinderfreundlich einrichten? Denken Sie zum Beispiel daran, dass Eltern kleinerer Kinder bis maximal 18 Uhr bleiben werden.

Künstler anfragen

3.2.5

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Denken Sie wieder an Ihre Besucher: Wem könnte was gefallen? Regional bekannte Künstler füllen Ihr Event wie die passende musikalische Begleitung. Nehmen Sie mit konkreten Vorstellungen Kontakt zu Musikzügen, Kapellen, Bands oder Künstlern anderer Sparten auf, um Ihr Programm zu bereichern. Kindergartenchöre oder Theatergruppen, Profimusiker oder Stand-up-Comedians, Poetry-Slammer oder Tanzgruppen – alle können einen unterhaltsamen Beitrag leisten, der allerdings thematisch passen sollte. Schließen Sie Vereinbarungen ab, um Sicherheit für beide Seiten herzustellen und Konditionen zu klären. Technik und Platzbedarf sollten Sie ebenfalls abfragen.

Sponsoren überzeugen

3.2.6

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Finanzielle Unterstützung hilft Ihnen in jedem Fall, das Niveau Ihrer Veranstaltung zu erhöhen. Auch wenn Sie bemerken, dass die Ausgaben Ihr Budget sprengen werden, können Partner helfen. Wer könnte das sein und welche Zugänge haben Sie? Die Unterstützung beschränkt sich nicht nur auf das Finanzielle. Auch gesponserte Sachwerte – wie Grillpakete oder Holzkohle – bringen Sie weiter. Kostenlose Anzeigen oder die multiplizierende Kommunikation Ihres Events sind ebenfalls sinnvolle Leistungen, die Sie akquirieren könnten.

Sprechen Sie potenzielle Sponsoren so konkret wie möglich an, um erfolgreich zu sein. Was brauchen Sie und was können Sie im Gegenzug anbieten? Flächen, um Partner-Logos zu platzieren, haben Sie z. B. auf Flyern oder Aufstellern. Besondere Erwähnungen während des Bühnenprogramms, sogar der Eventname oder Präsentationen auf Ihrem Gelände können Ihre Partner vorteilhaft mitnehmen.

Öffentlichkeitsarbeit planen

3.2.7

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Welche Medien sind zur Bewerbung Ihres Tages sinnvoll? Welche Inhalte müssen Sie transportieren und welche Mittel bieten sich dafür an? Legen Sie eine Auswahl und die jeweilige Auflage fest. Gestalten Sie selbst oder lassen Sie gestalten. Wichtig: Erfragen und planen Sie Produktionszeiten bzw. Anzeigenschlusstermine, um Fristen einhalten zu können! Jetzt ist auch der richtige Zeitpunkt, Versandverteiler zu erstellen oder bestehende zu aktualisieren.

Öffentlichkeit informieren

3.2.8

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Kommunikation findet im Alltag online statt. Für eine Veranstaltungsankündigung ist es wesentlich geworden, die eigene Website oder die Kanäle der sozialen Netzwerke zur Ansprache der Öffentlichkeit zu nutzen. Das kostet kein Geld, nur Zeit, die Sie aber investieren sollten, weil Ihre Wahrnehmung so erheblich gesteigert werden kann.

Hilfreiche Tipps

Facebook ist zu dem Planungsinstrument für private Veranstaltungen schlechthin geworden. Wenn Ihre Feuerwehr eine eigene Facebook-Seite hat, versäumen Sie nicht, aktiv zu posten. Sie können unkompliziert und lange vor Start über die Vorbereitungen und Highlights berichten, Aufmerksamkeit und Spannung erzeugen und natürlich Ihr Umfeld informieren. Ein weiterer Vorteil: Das „Teilen“ gehört zu Facebook. Ihre Freunde können also kräftig helfen, Ihre Veranstaltung bekannt zu machen. Das hilft Ihrer Facebook-Seite in puncto „Likes“ und „Fans“ auch über die Veranstaltung hinaus.

Sie können bei Facebook auch Anzeigen kaufen, ähnlich wie Sie sie aus der Zeitung kennen. Dafür ist kein besonderer Aufwand nötig. Sie können jeden beliebigen Beitrag Ihrer Seite bewerben. Als Seiteninhaber sehen Sie dazu unter jedem Beitrag das Feld „Beitrag bewerben“ und werden von dort durch die weiteren Schritte geführt. Wenn Ihre Kenntnisse nicht so ausgeprägt sind, lassen Sie sich von den „Spezialisten“ aus Ihrem Bekanntenkreis oder sogar professionell unterstützen. Aufwand und Nutzen stehen hier in einem guten Verhältnis. Auch andere Online-Kanäle machen eine effiziente Bewerbung möglich. Sie müssen nur eingerichtet und mit etwas Geschick bedient werden. Wichtig ist das regelmäßige Bespielen.

Möglichkeiten, mit Flyern, Plakaten oder Anzeigen zu werben, sind je nach Konditionen nicht so günstig wie die Onlinebewerbung, aber trotzdem wichtig. Suchen Sie nach ungewohnten Möglichkeiten, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Ihr eigenes Gebäude, die Geländebegrenzung, sogar Ihre eigenen Fahrzeuge sind potenzielle Träger Ihrer Ankündigung.

Verteilen Sie Flyer auf der Straße, auf Märkten, im Supermarkt, in Tankstellen und Baumärkten, bei anderen Veranstaltungen, in Schulen und Betrieben. Jedes Mitglied kann dabei helfen.

Presse ansprechen

3.2.9

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Informieren Sie die Presse über Ihr Vorhaben: Überlegen Sie, welche Planungsschritte und Programmpunkte interessant sein könnten, und wenden Sie sich an Ihre Lokalredaktion oder das regionale Amtsblatt.

Gehen Sie Kooperationen mit regionalen Tageszeitungen oder Radiosendern ein. Überlegen Sie mit den Redaktionen, was spannend für potenzielle Besucher ist. Welche „Stories“ können Sie vielleicht sogar in Serie erzählen?

Sie sollten sich mit Ihrer Veranstaltung auch an Ihren Bürgermeister oder Landrat wenden. Wenn Kommunalpolitiker z. B. die Schirmherrschaft übernehmen, sind sie ebenfalls an einer Weiterverbreitung und positiver Berichterstattung interessiert. Die Büros der Politiker können bei der Kontaktaufnahme zur Presse sehr behilflich sein.

Hilfreiche Tipps

Zentral für die Pressearbeit sind Pressemitteilungen. Als Kurzinformationen stellen sie eine Nachricht in den Mittelpunkt. Haben Sie z. B. fünf Informationen, verschicken Sie besser fünf Mitteilungen.

Sollte ein Thema für die Redaktion interessant sein, wird sie sich melden, weshalb Sie einen konkreten Ansprechpartner angeben sollten. Geben Sie der Redaktion zwei bis drei Tage vor dem Ereignis Zeit, sich zu melden.

Der Aufbau

- :: Die Überschrift entscheidet über das Interesse. Formulieren Sie kurz und konkret. Das gilt bei Versand per E-Mail auch für die Betreffzeile.
- :: Beginnen Sie mit der zentralen Botschaft, indem Sie zunächst die Fragen nach dem Was, Wer, Wo und Wann beantworten.
- :: Erst dann sollten Sie – noch immer knapp – das Wie und Warum beschreiben und damit spezielles Interesse bedienen.

Der Stil

- :: Schreiben Sie wenn möglich nicht mehr als 25 Zeilen.
- :: Vermeiden Sie persönliche und wertende Formulierungen.
- :: Achten Sie auf eine klare und leitende Gliederung des Texts, auch in seiner Form durch strukturierende Absätze.
- :: Formulieren Sie orthografisch und grammatikalisch richtig und, so gut es geht, „aktiv“.

Catering auswählen

3.2.10

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Die Verpflegung der Gäste ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Möchten Sie selbst für das leibliche Wohl sorgen, z. B. mit einem Kuchenbuffet und Gutem vom Grill, gelten Vorgaben für die Lebensmittelzubereitung und -ausgabe – genau wie bei der Beauftragung eines gewerblichen Dienstleisters.

Wichtige Hinweise

Aus der Durchführungsverordnung von Vorschriften des gemeinschaftlichen Lebensmittelhygienerechts vom 8. August 2007

- :: Jeder, der Lebensmittel herstellt oder in den Verkehr bringt, haftet dafür, dass die Produkte einwandfrei gesundheitlich unbedenklich sind. Seien Sie als Veranstalter also besonders sorgsam!
- :: Alle Helfer und Helferinnen müssen hinsichtlich der Lebensmittelhygiene belehrt werden. Ihr zuständiges Gesundheitsamt bietet Ihnen Merkblätter.
- :: Sie benötigen einen Gesundheitspass. Für weitere Informationen wenden Sie sich an Ihr zuständiges Gesundheitsamt.
- :: Auch bei selbst zubereiteten Kuchen, Salaten usw. sollen alle kennzeichnungspflichtigen Inhaltsstoffe (z. B. Konservierungsstoffe in Mayonnaise für Kartoffelsalat) und Allergene (z. B. Nüsse, Laktose im Kuchen) bekannt gemacht werden. Es ist sinnvoll, wenn alle Helferinnen und Helfer über Inhaltsstoffe informiert sind und entsprechende Fragen beantworten können.

Beachten Sie folgende Grundsätze bitte immer:

- :: Personen mit Durchfallerkrankungen oder Wunden an den Händen und Armen dürfen nicht bei der Zubereitung und Ausgabe von Lebensmitteln mitwirken!
- :: Vor Arbeitsbeginn, zwischen unterschiedlichen Arbeitsprozessen, nach jedem Toilettengang, Niesen, Husten oder Schnäuzen müssen die Hände gewaschen und desinfiziert werden.
- :: Offene Lebensmittel (Wurst, Käse, Schinken usw.) und gegarte Speisen fassen Sie besser nicht mit den Händen an, sondern nutzen dafür Zangen, Gabeln oder Löffel. Auch bei der Zubereitung von Speisen, die nicht gekocht werden (z. B. Salate) sollte der direkte Kontakt mit den Händen vermieden werden.

Catering auswählen**3.2.10**

- :: Alle Arbeitsgeräte müssen nach Beendigung eines Arbeitsgangs gründlich gereinigt werden, bevor Sie sie erneut verwenden. Geschirrtücher und Putztücher bitte regelmäßig wechseln. Verwenden Sie aus hygienischen Gründen keine Spülschwämme.
- :: Bei allen verderblichen Waren sollte unbedingt auf dauerhafte Kühlung ohne noch so kleine Unterbrechung geachtet werden.
- :: Beim Aufwärmen müssen Speisen grundsätzlich aufgekocht werden. Ein Erwärmen auf Esstemperatur ist nicht ausreichend. Fleischgerichte sind immer durchzubraten.
- :: Frieren Sie an- bzw. vollständig aufgetaute Tiefkühlkost nicht wieder ein. Bereiten Sie sie noch am selben Tag zu oder entsorgen Sie die Produkte.

Personal planen**3.2.11**

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Überlegen Sie, wie viel Umsetzungskraft Sie brauchen. Gehen Sie dafür einfach alle Programmpunkte durch. Planen Sie Pausen entsprechend den Fähigkeiten Ihrer Helfer. Gibt es z. B. für den Abend Auflagen des Ordnungsamts, buchen Sie zusätzliches Personal einer Sicherheitsfirma.

Lassen Sie Ihr Team erkennbar werden – mit einheitlichen T-Shirts oder Namensschildern. Klären Sie, welche Vorgaben es hinsichtlich Ihrer Uniform gibt.

Veranstaltungsende organisieren**3.2.12**

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Auch der Abbau von Technik, Dekoration und Gerät muss organisiert sein. Planen Sie hierfür genügend Personal und Zeit ein. Entscheiden Sie entsprechend den Örtlichkeiten: Bis wann muss alles geräumt und zurückgegeben sein? Was muss noch am selben Tag geschehen und was kann bis zum nächsten Tag liegen bleiben? Welche Kräfte stehen hier zur Verfügung? Ist ein Aufräumen in der Nacht realistisch?

Eigenes ergänzen

3.2.13

ANPACKEN UND ANKOMMEN

3.3

ES IST SO WEIT: IHR TAG DER FEUERWEHR KANN STARTEN. JETZT GILT ES, RUHE UND ÜBERBLICK ZU BEWAHREN UND DEN SPASS AN DER SACHE NICHT ZU VERLIEREN. EINIGE HILFREICHE HINWEISE DAFÜR FINDEN SIE IM FOLGENDEN.

Rechtssicherheit bedenken

vor der Veranstaltung

3.3.1

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Kontrollieren Sie, ob alle behördlichen Vorgaben umgesetzt werden.

Wie wesentlich Fluchtwege, Absperrungen etc. sein können, wissen Sie am besten. Wichtig ist aber auch: Melden Sie Ihre Musik bei der GEMA an.

Haben Sie selbstständige Künstler oder eine Live-Band gebucht, sind Sie ebenfalls zu Abgaben an die Künstlersozialkasse von im Moment 4,8 % der Gage verpflichtet. Das Anmeldeformular und den aktuellen Abgabesatz finden Sie unter **www.kuenstlersozialkasse.de/unternehmen-und-verwerter/entgeltmeldung.html**.

Wichtige Hinweise

Altersgerecht gemeinsam feiern – Auszüge aus dem Jugendschutzgesetz

:: Hängen Sie das Jugendschutzgesetz möglichst am Eingang und im Bereich des Ausschanks gut sichtbar aus und achten Sie darauf, dass es von allen eingehalten wird.

In Kürze: Personen unter 18 Jahren

- :: Schenken Sie Branntwein, Liköre und spirituosenhaltige Mischgetränke nicht aus und akzeptieren Sie auch deren Verzehr auf Ihrer Veranstaltung nicht.
- :: Dürfen bis 24 Uhr auf der Veranstaltung bleiben.

Personen zwischen 16 und 18 Jahren

- :: Bier, Wein und Sekt dürfen ausgeschenkt werden.

Personen unter 16 Jahren

- :: Schenken Sie keinen Alkohol an diesen Personenkreis aus.
- :: Dürfen in Begleitung von Sorgeberechtigten oder Erziehungsbeauftragten öffentliche Tanz- und Abendveranstaltungen bis 22 Uhr besuchen.

Praxistipp:

- :: Kontrollieren Sie die Ausweise am Einlass. Akzeptieren Sie nur amtliche Papiere. Schülerschein, Monatsfahrkarte oder „Muttizettel“ sind nicht akzeptabel.
- :: Die Kennzeichnung mit altersbezogenen Armbändern erleichtert die Kontrolle während der Veranstaltung.
- :: Machen Sie über Lautsprecher auf die Schlusszeiten für die entsprechenden Altersgruppen rechtzeitig aufmerksam.

Ablaufplan haben

direkt vor der Veranstaltung**3.3.2**

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Wenn Sie einen tabellarischen Ablaufplan mit allen Aktivitäten, Zeiten, Orten und eingesetzten Personen an eben diese verteilen, sind Sie organisatorisch auf der richtigen Seite. Verabreden Sie ein letztes Abstimmungstreffen mit möglichst allen Beteiligten. Begehen Sie die Orte Ihrer Programmpunkte und besprechen gemeinsam auftretende Fragen. Das scheint zunächst Zeit zu rauben, verschafft aber Sicherheit und ist eine gute Generalprobe, sodass zum Event alle Handgriffe sicherer und leichter von der Hand gehen.

Plan B kennen

direkt vor der Veranstaltung**3.3.3**

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Welche unvorhergesehenen Ereignisse könnten Ihren Plan jetzt noch gefährden? Haben Sie z. B. eine Lösung für ein plötzliches Unwetter? Wo stehen die Rettungssanitäter und wie sind die Rettungswege strukturiert? Sprechen Sie über Szenarien, die Ihrer Veranstaltungsgröße und -bedingung entsprechen.

Kommunikationswege klären

direkt vor der Veranstaltung**3.3.4**

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Tragen Sie die mobilen Telefonnummern aller Veranstaltungsbeteiligten mit ihrer jeweiligen Aufgabe zusammen. Diese Liste geben Sie ausgedruckt an alle Helferinnen und Helfer und legen Sie an zentralen Orten Ihrer Veranstaltung bereit. So ermöglichen Sie schnelle Kommunikation zwischen allen, sollte Unerwartetes kurzfristig zu klären sein. Wichtig ist nun nur, dass am Veranstaltungstag alle an ihr geladenes Handy denken.

Team motivieren

direkt vor der Veranstaltung**3.3.5**

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Jetzt kommt es auf gutes Gelingen an. Allen Beteiligten müssen die Bedeutung der Veranstaltung, der Anspruch und ihre Verantwortung bewusst sein. Dem mit Worten noch einmal Nachdruck zu verleihen, ist angebracht. Teamgeist, Zuversicht, Freude und Optimismus sind Prämissen, Zurückhaltung im Umgang mit geistigen Getränken Pflicht. Machen Sie ihre Mitglieder zu motivierten Akteuren einer erfolgreichen Veranstaltung. Mit einer kleinen Aufmerksamkeit, wie der Ausgabe der einheitlichen Team-T-Shirts oder -Pins, bedanken Sie sich für das bisher Geleistete und fördern das Gemeinschaftsgefühl.

Infrastruktur umsetzen

direkt vor der Veranstaltung

3.3.6

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Steuern Sie entsprechend den behördlichen Auflagen oder Ihrer individuellen Planung die Infrastruktur Ihrer Veranstaltung: Beschildern Sie Parkplätze und Wege, Toiletten und Fluchtwege. Bauen Sie jetzt eventuell Ihr Zelt, die Sitzgarnituren und die Bühne auf und bringen Sie sicher geplante Dekoration an.

Öffentlich kommunizieren

direkt vor der Veranstaltung

3.3.7

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Da nun alles immer mehr Gestalt annimmt, denken Sie daran, die Öffentlichkeit teilhaben zu lassen. Nutzen Sie Ihren Facebook-Account, Ihre Website oder einen Newsletter, um die Ereignisse kundzutun. Wissen Ihre Nachbarn und Arbeitskollegen eigentlich schon von der Veranstaltung? Versenden Sie eine Presseinvitation oder rufen Sie selbst in den Lokalredaktionen an, um Journalisten einzuladen, Ihre Veranstaltung selbst zu erleben.

Engagieren Sie für Ihre Veranstaltung jemanden, der gute Fotos machen kann. Die Bilder werden Sie später für die Presse, zur Nachbereitung, zur Erinnerung und zur Bewerbung des nächsten Events gut gebrauchen können. Aber: Beachten Sie die Persönlichkeitsrechte der Abgebildeten.

Zuständig sein

am Veranstaltungstag

3.3.8

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Heute sind Sie Gastgeber. Seien Sie herzlich und zuvorkommend, sprechen Sie Ihre Besucher persönlich an. Lösen Sie eventuelle Probleme im Team. Bleiben Sie jedoch bei der Ihnen übertragenen Aufgabe und Verantwortlichkeit oder informieren Sie den Hauptverantwortlichen über Zuständigkeitswechsel. In Anbetracht der vielen Aufgaben belassen Sie es als Organisationsteam am Veranstaltungstag besser beim Feierabendbier.

Programm genießen

am Veranstaltungstag

3.3.9

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Manchmal kommt es in jedem noch so gut geplanten Ablauf zu unvorhergesehenen Herausforderungen. Halten Sie die Augen offen und reagieren Sie in der Situation. Kommunizieren Sie mit Ihren Gästen, sollte sich beispielsweise ein angekündigter Programmpunkt etwas verzögern.

Gäste ansprechen

am Veranstaltungstag

3.3.10

CHECK

☐

CHECK

☐

CHECK

☐

Nutzen Sie auch die Gelegenheit, für die Feuerwehr und ihren Facettenreichtum zu werben. Neue Mitglieder müssen überzeugt werden. Das ist mal einfacher, weil eine grundsätzliche Bereitschaft besteht. Mal ist es schwerer, weil Unkenntnis oder Hemmschwellen dagegenstehen.

Für beides zählt die aktive Ansprache. Gehen Sie offensiv auf Ihre Besucher zu. Mitglieder mit besonders überzeugendem Talent haben hier ihre Aufgabe gefunden.

Hilfreiche Tipps

Interessieren und motivieren

- :: Schaffen Sie Möglichkeiten, aktiv mit Ihren Gästen ins Gespräch zu kommen. Ein extra Stand hilft dabei, Ihre Mitgliedersuche weitestmöglich öffentlich zu machen.
- :: Legen Sie Flyer aus und geben Sie den Interessenten Informationen und die nächsten Termine mit.
- :: Überlegen Sie sich, warum ein Gast bei Ihnen Mitglied werden sollte. Argumentieren Sie mit Vorteil und Nutzen. Fragen Sie nach Interessen und gleichen Sie diese mit den Tätigkeitsfeldern bei Ihnen ab.
- :: Präsentieren Sie sich mit all Ihren Aufgabenfeldern. Zeigen Sie Möglichkeiten und Bedarfe auf. Sie sind die Experten, die über die gelebte Praxis bei der Feuerwehr am besten Auskunft geben können. Nicht nur der Gefahreneinsatz macht Feuerwehr aus, sondern auch Verwaltung, Jugendarbeit, organisatorisches und logistisches Talent.
- :: Sprechen Sie Frauen, Männer, Kinder und Jugendliche an. Auch Menschen mit Migrationshintergrund oder Handicap sind am Wirken in einer Gemeinschaft interessiert. Sie könnten wertvolle Mitglieder auch bei Ihnen werden.
- :: Nutzen Sie Ihre persönlichen Gespräche, um direktes Feedback einzuholen. Ob zur Veranstaltung, zu Ihrer Arbeit im Allgemeinen oder der Wahrnehmung der Feuerwehr im Speziellen. Die Erkenntnisse werden für die nächsten Veranstaltungen und Ihre weitere Arbeit nützlich sein.

3.3.11

Gehen Sie offen auf die Pressevertreter zu. Bieten Sie an, Kontakte herzustellen, über das Gelände zu führen oder Veranstaltungshighlights zu präsentieren. Geben Sie den Redakteuren auch Raum für eigene Recherchen und Beobachtungen. Tauschen Sie Kontakte aus, um später für eventuelle Fragen zur Verfügung zu stehen.

3.3.12

WICHTEN UND WERTEN

3.4

NACH DEM TAG DER FEUERWEHR IST VOR DEM TAG DER FEUERWEHR. WAS KÖNNEN SIE BEIM NÄCHSTEN MAL BESSER MACHEN? GENERIEREN SIE IHRE ERKENNTNISSE GEZIELT FÜR NOCH MEHR ERFOLG ZUM NÄCHSTEN TAG DER FEUERWEHR.

Veranstaltung abbauen

3.4.1

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Mit derselben Logik, wie Sie den Aufbau organisiert haben, heißt es nun: aufräumen. Da die Motivation nach der Veranstaltung meist etwas nachlässt, planen Sie genügend Helfer und Zeit ein. Gibt es für bestimmte Arbeiten verbindliche Fristen, sorgen Sie dafür, dass diese mit Priorität erledigt werden.

Danke sagen

3.4.2

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Bedanken Sie sich bei allen Helfern, Partnern, Sponsoren und auch Gästen für Teilnahme und Besuch. Am besten so, dass die positive Erinnerung bleibt.

Überlegen Sie, welche Form sich für wen anbietet: ein persönliches Schreiben, eine Präsentation der schönsten Fotos auf der Website oder ein Facebook-Post. Setzen Sie den Dank bald nach der Veranstaltung (analog bis ca. eine Woche nach der Veranstaltung, digital spätestens zwei Tage danach) in Taten um.

Echo sammeln

3.4.3

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Schauen Sie in die Presse und sehen Sie, wie gut Ihre Pressearbeit gewirkt hat. Wer berichtete wo und in welcher Ausführlichkeit über Ihre Veranstaltung?

Nutzen Sie dafür auch Google News, hier finden Sie alle digital erschienenen Artikel und Beiträge zu Ihrem Event. Sammeln Sie die Beiträge und nutzen Sie sie zur Intensivierung Ihrer Pressekontakte.

Wahrnehmung auswerten

3.4.4

CHECK ☐CHECK ☐CHECK ☐

Haben Sie Feedback erhalten? Ob persönlich oder schriftlich, vielleicht auch über Facebook: Fragen Sie auch Ihre Helferinnen und Helfer danach. Tragen Sie zusammen und schreiben Sie die gesammelten Eindrücke auf. So gleichen Sie Ihre Wahrnehmung mit der von anderen ab und erlangen wesentliche Erkenntnisse.

Erkenntnisse generieren

3.4.5

CHECK

CHECK

CHECK

Hinterher ist man immer schlauer. Sammeln Sie Bilder, Artikel und Erfahrungen, machen Sie sich Notizen, was reibungslos und was weniger erfolgreich funktionierte, was gut ankam und was weniger, was fehlte und was vielleicht zu viel war. Bei der nächsten Veranstaltungsorganisation greifen Sie dankbar auf diese Notizen zurück.

Eigenes ergänzen

3.4.6

AKTEURE UND PARTNER 4.0

Landesfeuerwehrverband Sachsen-Anhalt e. V.

Am Alten Theater 6
39104 Magdeburg

**Institut für Brand- und Katastrophenschutz
Geschäftsstelle Heyrothsberge**

Biederitzer Str. 5
39175 Biederitz / OT Heyrothsberge

**Ministerium für Inneres und Sport
des Landes Sachsen-Anhalt**

Halberstädter Straße 2 / am „Platz des 17. Juni“
39112 Magdeburg

**Städte- und Gemeindebund
Sachsen-Anhalt**

Sternstraße 3
39104 Magdeburg

Landesverwaltungsamt Sachsen-Anhalt

Ernst-Kamieth-Straße 2
06112 Halle (Saale)

Landkreistag Sachsen-Anhalt

Albrechtstraße 7
39104 Magdeburg

ÖSA Versicherungen

Am Alten Theater 7
39104 Magdeburg

HERAUSGEBER

Ministerium für Inneres und Sport des Landes Sachsen-Anhalt

Postanschrift:

Halberstädter Straße 2 / am „Platz des 17. Juni“
39112 Magdeburg

Telefon: +49 391 567-5514

E-Mail: poststelle@mi.sachsen-anhalt.de.

Redaktion:

Ministerium für Inneres und Sport des Landes Sachsen-Anhalt,
genese Werbeagentur GmbH

Redaktionsschluss: 14.05.2024

Konzept, Gestaltung, Satz

genese Werbeagentur GmbH, Magdeburg

Bildnachweis

Andreas Lander, iStock: nightman1965, seen_by_streb,
ivansmuk, huettenhoelscher, Marc Dufresne, PeopleImages

Hinweise

Diese Druckschrift wurde im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Ministeriums für Inneres und Sport des Landes Sachsen-Anhalt herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlhelfern während eines Wahlkampfs zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich sind insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben politischer Informationen oder Werbemittel. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme des Ministeriums für Inneres und Sport zugunsten einzelner Gruppen verstanden werden könnte.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird an einigen Textstellen auf die parallele Verwendung femininer und maskuliner grammatischer Formen verzichtet. In diesen Fällen gelten die Personenbezeichnungen gleichermaßen für beide Geschlechter.

