

# Tolle Imagekampagne

Im Frühjahr 2016 führte die Freiwillige Feuerwehr Stockstadt eine medienübergreifende Werbe- und Imagekampagne zur Gewinnung von Frauen als neue Mitglieder durch, die überregional einige Aufmerksamkeit erregte. Die Kampagne wurde unter dem Dach der landesweiten Aktion »Frauen zur Feuerwehr« des Landesfeuerwehrverbandes Bayern durchgeführt und mit einem regionalen Bezug zum Markt Stockstadt am Main umgesetzt. | Von Armin Lerch\*

»Frauen zur Feuerwehr« war auch vor mehr als 25 Jahren ein Thema für die Feuerwehr Stockstadt. Damals ging es um die grundsätzliche Frage, ob sich die Feuerwehr dem weiblichen Geschlecht öffnen sollte. Was mit vielen Fragezeichen begann, wurde zur Erfolgsgeschichte für die Stockstädter Feuerwehr. In 2016 sind es 21 Frauen, die neben den Männern in der 98 Personen starken Truppe den Dienst in der Freiwilligen Feuerwehr versehen. Es war gerade diese Erfolgsgeschichte, welche die Verantwortlichen der Feuerwehr bewegte, das Thema »Frauen zur Feuerwehr« des Landesfeuerwehrverbandes Bayern aufzugreifen und in einer lokalen Kampagne umzusetzen.

Bereits im Herbst 2015 wurden die Grundzüge der Stockstädter Kampagne skizziert. Ziel war, bei den Frauen im Ort Interesse für das Thema Feuerwehr zu wecken und an einem Aktionstag interessierte Mädchen und Frauen in das Feuerwehrgerätehaus einzuladen. Neben der Werbung für den Aktionstag sollte die Kampagne auch das Image der Feuerwehr als attraktiver Verein gestärkt werden. Keine leichte Aufgabe, da in der ca. 8.000 Einwohner zählenden Industriegemeinde viele Vereine um die aktive Beteiligung der Einwohner werben.

Schon in der Vorplanung war klar, dass mit einer einmaligen Anzei-

ge oder einem einzelnen Flyer dieses Ziel nicht erreicht werden kann. Um die gewünschte Aufmerksamkeit zu erreichen, sollten alle zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle genutzt werden. Dazu wurde ein Budget von 1.600 Euro aufgestellt, das je zur Hälfte von der Marktgemeinde und vom Feuerwehrverein getragen wurde. Fünf Frauen erklärten sich bereit, sich nicht nur bei der Organisation, sondern auch mit ihrer persönlichen Geschichte und ihrer Motivation an der Kampagne zu beteiligen. Ein sehr mutiger Schritt, sich mit Namen, Foto und seinen Beweggründen in die Öffentlichkeit zu stellen.

Das Grundkonzept der Kampagne sind die Geschichten und die vielfältigen Motivationen der fünf Frauen. Dabei spielen die eingesetzten Bilder eine wichtige Rolle. Bilder wecken Emotionen und werden von uns Menschen viel schneller und intensiver aufgenommen als jeder Text. Anhand der Wahrnehmung des Bildes entscheidet in Bruchteilen einer Sekunde das Unterbewusstsein, ob der folgende Text gelesen wird oder eben nicht.

In einem mehrstündigen Foto-



**Ich finde es spannend, meine körperlichen Grenzen kennenzulernen**

**Clara:** „Ich gehe zur Feuerwehr“, das war für mich immer klar. Mein Vater, Opa und meine Brüder sind auch dabei. Daher war ich schon als Kind von der Feuerwehr fasziniert und konnte es kaum abwarten, bis ich zwölf wurde. Heute finde ich es spannend, unter Atemschutz meine körperlichen Grenzen kennenzulernen. Es fühlt sich gut an, wenn ich bei Einsätzen anderen Menschen helfen kann. Dieses Jahr werde ich den Führerschein für das Feuerwehrboot machen. Ich kann mir gut vorstellen, auch nach der Ausbildung zum Gruppenführer zu machen oder den Führerschein für die großen Löschfahrzeuge zu erwerben.

**Aktionstag der Feuerwehr Stockstadt: Samstag, 30. April 2016**

**Es ist einfach ein tolles Gefühl, wenn ich im Einsatz anderen helfen kann**

**Nicole:** Es ist vor allem die Abwechslung in den Übungen und Einsätzen, welche die Feuerwehr für mich so interessant macht. Dabei macht es mir besonders Spaß, bei der Technischen Hilfe mit Geräten an Fahrzeugen zu arbeiten. Es ist ein tolles Gefühl, wenn man damit im Einsatz anderen Menschen helfen kann. Beruflich arbeite ich in der Gemeindeverwaltung in Keimstheim. Da hier tagsüber Feuerwehrleute fehlen, bin ich vor zwei Jahren auch dort in die Feuerwehr eingetreten. Somit kann ich gleich in zwei Feuerwehren meinem interessanten Hobby mit Begeisterung nachgehen.

**Aktionstag der Feuerwehr Stockstadt: Samstag, 30. April 2016**

**Meine Tochter ist stolz, wenn ich mit der Drehleiter in die Schule komme**

**Michaela:** Bereits bei meinem ersten Kontakt zur Feuerwehr, einer Werbeaktion für Jugendliche, war ich von den erlebten Tätigkeiten beeindruckt. Das wollte ich auch machen! Jetzt bin ich schon 25 Jahre dabei und freue mich immer noch über die Akzeptanz, die Kameradschaft und das Vertrauen in der Truppe. Als Gruppenführerin höre bei Übungen und Einsätzen auch die Männer auf meine Kommandos. Das ist hier selbstverständlich. Meine Tochter ist nicht immer erfreut, wenn ich zu Einsätzen gerufen werde, dann aber doch voller Stolz, wenn zum Beispiel ihre Mutter mit der Drehleiter in die Schule kommt.

**Frauen zur Feuerwehr!**

**Über Freunde kam ich mit 19 zur Feuerwehr und wurde gleich voll integriert**

**Verena:** Mein erster Kontakt zur Feuerwehr war über Freunde und Arbeitskollegen. Mit 19 Jahren entschied ich mich, auch mitzumachen. Von Anfang an wurde ich vorbehaltlos in die Mannschaft aufgenommen und konnte schon bald die körperlich anspruchsvolle Ausbildung zum Atemschutzgeräteträger machen. Als Erzieherin erhalte ich auch von meinem Arbeitgeber volle Unterstützung, zum Beispiel wenn ich wegen eines Einsatzes erst später zur Arbeit komme. In meinem Kindergarten übernehme ich die Brandschutzziehung und organisiere für die Kinder die sehr beliebten Besuche in der Feuerwache.

**Aktionstag der Feuerwehr Stockstadt: Samstag, 30. April 2016**

**Nach Umzug von Mainz nach Stockstadt selbstverständlich weiter zur Feuerwehr**

**Katharina:** Als ich vor zehn Jahren nach Stockstadt zog, war mir klar, dass ich auch hier meinem Hobby Feuerwehr nachgehen möchte. Da meine Feuerwehreinheit in Mainz etwas kleiner war, habe ich mich schon gefragt, wie ich hier die vielfältigen Aufgaben bewältigen kann. Doch die Integration hat gut geklappt. Ich wurde gleich eingebunden und konnte mit meiner Familie neue Freundschaften schließen. Wenn heute ein Alarm kommt, sind meine Kinder schneller angezogen als ihre Eltern. In der Feuerwache findet sich dann immer jemand für die Kinderbetreuung, so kann ich auch als Mutter an Einsätzen teilnehmen.

**Frauen zur Feuerwehr!**

**Aktionstag der Feuerwehr Stockstadt: Samstag, 30. April 2016**

im Hinblick auf die spätere Verwendung erstellt und digital nachbearbeitet. Vorgesehen waren Poster, Handzettel, Anzeigen, Internetseiten und Beiträge in den sozialen Medien. In Interviews wurden die individuellen Geschichten der fünf Hauptdarstellerinnen aufgenommen und zu öffentlichkeitswirksamen Texten verarbeitet. In dieser Phase fanden vielen Gespräche mit den fünf Kameradinnen statt, da natürlich nicht alle Wünsche und Informationen in die Kampagne aufgenommen werden konnten.

Der Aktionstag wurde bereits 2015 auf den 30. April 2016 festgelegt. So war es möglich, diesen in öffentliche Veranstaltungskalender aufzunehmen und damit die Werbemaßnahmen einzuleiten. Die Kampagne startete acht Wochen vor dem Akti-

onstag. Den roten Faden der Kampagne bildeten sieben Anzeigen, die wöchentlich nacheinander im gemeindlichen Mitteilungsblatt geschaltet und im Internet veröffentlicht wurden.

Die erste Anzeige eröffnete das Thema ‚Frauen bei der Feuerwehr‘ aus einer sehr allgemeinen Sicht. Darauf folgte die Vorstellung unserer fünf Feuerwehrfrauen mit ihren individuellen Motivationen. Den Abschluss bildete eine Einladungsanzeige für den Aktionstag. Vier Tage vor der Veranstaltung erhielten alle Haushalte in der Gemeinde einen Einladungsflyer als Posteinwurf.

Insgesamt 30 Einzelmaßnahmen oder Beiträge wurden mit der Kampagne umgesetzt. Am auffälligsten waren sicherlich die 50 DIN-A0-großen Plakate, die in öffentlichen Einrichtungen und zahlreichen Gewerbebetrieben aufgehängt wurden. An den beiden Ortseingängen begrüßten unsere fünf Feuerwehrfrauen von Bauzaunbannern die nach Stockstadt einfahrenden Menschen.

In den Kindergärten wurden 300 Minibücher »Meine Mama ist Feuerwehrfrau« des LFV zusammen mit dem Einladungsflyer zum Aktionstag verteilt.

Eine zentrale Rolle der Werbeaktivitäten spielten die Homepage der FF Stockstadt und der Auftritt der Feuerwehr bei Facebook. Viele junge Menschen sind heute über diesen Weg am besten zu erreichen. Alle klassischen Anzeigen wurden auch bei Facebook gepostet und gegen Geld beworben. Gerade Facebook bietet sich hier ausgezeichnet an, da die Werbung regional auf den Ort eingegrenzt werden kann. So können schon mit vergleichsweise kleinen Beträgen bemerkenswerte Effekte erzielt werden. Die einzelnen Veröffentlichungen erreichten einen Aktionsradius von 3.500 bis 9.500 Menschen.

Schon während der laufenden Werbekampagne konnten die Stockstädter Kameraden zahlreiche positive Reaktionen feststellen. Im Kindergarten interessierten sich nicht nur die Kinder, sondern auch die Erzieherinnen für die Feuerwehr.

Am Arbeitsplatz wurde eine der Kampagnen-Frauen vom Chef zu den tollen Bildern beglückwünscht, eine Andere wurde am Veröffentlichungstag ihres Beitrags im Fitnessstudio mit Applaus begrüßt. Auch die Lokalpresse wurde auf die Kampagne aufmerksam und veranlasste den Chefredakteur zu einem Artikel über die Aktion.

Am Aktionstag war dann unsere komplette Frauentruppe gefordert. Vierzehn Besucherinnen fanden den Weg zur Feuerwehr. Nach Einkleidung in Schutzanzüge wurden die Frauen mit den aktiven Feuerwehrfrauen in Gruppen eingeteilt. So konnten schon erste persönliche Kontakte ge-

Ausschnitte aus der Werbekampagne zum Aktionstag der FF Stockstadt im April letzten Jahres.

Bilder u. und auf der folgenden Seite: Impressionen vom Aktionstag der FF Stockstadt.



\*Der Autor ist Oberlöschmeister und Pressesprecher der FF Stockstadt. Aufn.: FF Stockstadt.

knüpft werden. Auf dem Programm standen eine Fahrt mit der Drehleiter, das Schneiden mit dem hydraulischen Rettungssatz an einem Auto, das Anprobieren von Atemschutzgeräten und das Kennenlernen der Erste-Hilfe-Ausrüstung. Damit sich die Besucherinnen voll auf die Feuerwehr konzentrieren konnten, stand für die gesamte Zeit der Veranstaltung eine Kinderbetreuung zur Verfügung.

Nach der Veranstaltung entschloss sich eine Besucherin unmittelbar, in die Feuerwehr einzutreten. Andere Teilnehmerinnen zeigten Interesse und hatten eine tolle Zeit bei und mit der Feuerwehr. Auch wenn diese Frauen sich noch nicht zum Eintritt entschließen konnten, ist der gewonnene positive Eindruck überaus wichtig. Denn viele Frauen sind Mütter oder wollen es einmal werden. Sie haben einen wesentlichen



Einfluss auf die Entwicklung ihrer Kinder, die wir später natürlich gerne in der Jugendfeuerwehr begrüßen würden. □

## (K)leidige Frage



Bei passender Einsatzkleidung und gut sitzenden Uniformen für Frauen geht es nicht um reine Eitelkeit nach dem Spruch »Spieglein, Spieglein an der Wand...«, sondern um repräsentative und handfeste sicherheitsrelevante Fragen. Schließlich hat gut sitzende Arbeitskleidung in erster Linie etwas mit vernünftigem Schutz zu tun. Laut dem Netzwerk Feuerwehrfrauen ist dies eine der am häufigsten gestellten Fragen – nämlich: Gibt es passende Feuerwehrkleidung für Frauen? Denn das ist definitiv nicht Jacke wie Hose! | Von Ulrike Nikola

Symbolfoto:  
Fotolia@anima-  
flora.

»Der Körperbau einer Frau ist nun mal anders als der von Männern«, sagt *Andrea Fürstberger*, Frauenbeauftragte des LFV Bayern, und sie ist froh, dass sie zumindest eine Uniform mit weiblichem Schnitt hat. Schließlich trägt sie die bei offiziellen Anlässen der Feuerwehr und eine Uniform soll nicht nur die Zugehörigkeit zum Diensttherm belegen, sondern auch repräsentativ sein. Wenn frau aber in einem sackähnlichen Sakko steckt, das bis zu den Knien reicht, wirkt dies wenig seriös. Für die Frauenbeauftragte sind daher neben den weiblichen Schnittmustern auch die Elastizität des Materials wichtig, »denn die Uniform soll passen und bequem sein.«

Bislang haben sich viele Feuerwehrfrauen notgedrungen selber eine dunkle Hose oder Rock in einem Modegeschäft gekauft, und zur Herrenjacke getragen. Denn oft wurde ihnen gesagt, dass es nichts anderes gibt. Das stimmt aber nicht. »Fakt ist, dass es Damenuniformen

gibt und dass jede und jeder eine gut passende Uniform bekommen sollte, um die Feuerwehr entsprechend gut repräsentieren zu können«, sagt *Andrea Fürstberger*. Dazu sind inzwischen auch Damenblusen in bügelfreier Baumwolle erhältlich (praktisch und zeitsparend!) made in Tirschenreuth. Und heuer soll eine Damenarbeitshose im Cargo-Stil auf den Markt kommen: »Wir arbeiten derzeit an einem Modell«, sagt *Pointsmen-Geschäftsführer Erich Lingg*, doch bei der Frage nach weiblich geformter Einsatzkleidung muss er (noch) passen: »Wir stehen in ständigen Gesprächen mit Herstellern, weil wir den dringenden Bedarf sehen. Aber die Fertigung von Sondermaßen ist aufwändig. Hier brauchen wir den Druck und die Nachfrage der Frauen.« 26.000 Feuerwehrfrauen allein in Bayern sind ein schlagendes Argument und ein Blick in derzeitige Kinderfeuerwehren zeigt: Die Feuerwehr wird weiblich! Und nur gut sitzende Einsatzkleidung bietet den nötigen Ar-

beitsschutz. Denn wer über seinen eigenen Hosensaum stolpert oder mit zu weiten Ärmeln hängen bleibt, bringt sich bei einem Einsatz selber in Gefahr. Das hat also nichts mit einem »Laufsteg« oder Mannequin-Allüren zu tun, was sich Feuerwehrfrauen manchmal von männlichen Kollegen vorwerfen lassen müssen.

Darüber hinaus ist ein häufiges Argument gegen spezielle Damenschneidung oder maßgeschneiderte Schutzkleidung der meist höhere Preis aufgrund geringerer Stückzahlen. Das Netzwerk Feuerwehrfrauen rät daher: »Möglichkeiten, hier Abhilfe zu schaffen wäre zum einen eine entsprechende Ausschreibung mit der Forderung, dass nur Angebote, die Damen- und Herrenschnitte beinhalten, berücksichtigt werden und zweitens, sich mit einer Nachbarfeuerwehr zusammenzutun und so vielleicht größere Stückzahlen bestellen zu können.«

Kontaktadressen von Herstellern gibt es per E-Mail unter [info@feuerwehrfrauen.de](mailto:info@feuerwehrfrauen.de) □