



Feuerwehr Lindau

Mit kreativen Ideen in die Zukunft

Wenn es um die Sicherung des Nachwuchses geht, ist diese Feuerwehr ganz vorne dran: Die Feuerwehr Lindau stellt unter anderem ihre eigenen Leute in die Fußgängerzone, um Werbung zu machen – als »Pappkameraden«. Verbunden mit dem selbstironisch-charmanten Spruch: »Wenn ich es kann, kannst du es auch«, hat sich diese Werbeaktion als sehr erfolgreich erwiesen. Doch die Lindauer haben noch mehr zündende Ideen, die ihnen die Herzen zufliegen lassen. | Von Anja Bischof*

Nachwuchswerbung mit authentischen Modells: 2D-Aufsteller echter Lindauer Feuerwehrleute sollen Nähe und Sympathie schaffen

*Die Autorin ist Journalistin und arbeitet u. a. für die brandwacht Aufnahmen: Marcus Fischer (1), FF Lindau (5), Christian Flemming (1)

Die Feuerwehrgeschichte der Lindauerin *Tracy Obeng* beginnt im Jahr 2014 in Schleswig-Holstein. Sie ist Anfang 20 und lebt mit ihrer Familie in einem Hochhaus in der Nähe von Hamburg. Eines nachts passiert das Unvorstellbare: Das Hochhaus steht in Flammen. »Ich konnte die ganze Nacht zusehen, wie 400 Feuerwehrleute gekämpft haben, um uns und das Haus zu retten«, blickt Tracy Obeng zurück. »Es hat mich sehr

Feuerwehr mitzuarbeiten, würde sie sie ergreifen.

Zeitsprung: Lindau im Jahr 2020. Tracy Obeng ist in die Stadt am Bodensee gezogen, wo sie als examinierte Altenpflegerin einen Arbeitsplatz gefunden hat. In der Fußgängerzone sieht sie einen lebensgroßen Aufsteller eines Feuerwehrmannes und etwa zur selben Zeit auch Plakate, die eine Frau in Feuerwehruniform zeigen. Die mittlerweile 25-Jährige erinnert sich an ihren Vorsatz aus dem Jahr 2014. Gleichzeitig fühlt sie sich von den Botschaften angesprochen. »Da stand ›Wenn ich es kann, kannst du es auch‹ – diese Worte haben mir wohl den letzten Schubs gegeben«, berichtet die junge Frau. Sie schreibt eine E-Mail an die Feuerwehr und muss nicht lange warten: »Die Antwort kam prompt und schon am nächsten Tag haben wir einen Termin zum Kennenlernen ausgemacht.«

Nichtstun ist die schlechteste Lösung

Als Tracy Obeng sich meldet, merkt Kommandant und Stadtbrandinspektor *Max Witzigmann* einmal mehr, wie erfolgreich die Werbeaktion mit den Pappkameraden (die eigentlich aus einem Aluminiumverbund beste-

hen) ist. Denn Tracy Obeng ist nicht die Einzige, die sich in den Monaten seit Beginn der Aktion als Quereinsteigerin für den Feuerwehrdienst bewirbt. Witzigmann erzählt, dass eine Agentur die zündende Idee für die Kampagne gehabt hatte. »Die Vorgabe für die Kreativen war: Wir möchten, dass die Menschen nicht nur zur Feuerwehr gehen möchten, sondern zur Feuerwehr Lindau!«. Rund 20.000 Euro hat die Werbemaßnahme gekostet, finanziert wurde sie von der Stadt und aus Spenden. Die Investition hat einen ernsten Hintergrund: »Wenn wir nichts tun, sinkt die Zahl unserer Aktiven«, sagt Max Witzigmann. Im Jahr 2019 hatten sich dann 16 Kameradinnen und Kameraden in Einsatzkleidung fotografieren lassen und zusätzlich eine Botschaft auf Video eingesprochen. Diese Videos kann man ansehen, wenn der QR-Code am Aufsteller gescannt wird. Dann wurden die lebensgroßen 2D-Figuren an prägnanten Plätzen in der Stadt verteilt und gesichert. Stadtbrandinspektor Witzigmann ist überzeugt, dass die Haupt-Botschaft der Kampagne ankommt: »Die Aktiven der Feuerwehr sind nette, sympathische Menschen wie du und ich. Es sind Frauen und Männer mit unterschiedlichen Berufen, Schul-



Quereinsteigerin Tracy Obeng verstärkt die Feuerwehr Lindau seit 2020

beeindruckt, wie diese Menschen alle Hand in Hand zusammengearbeitet haben.« Tracy Obeng und ihre Familie haben das Feuer unverletzt überlebt. Damals beschloss die junge Frau, wenn sich ihr einmal die Gelegenheit bieten würde, bei der

abschließen und Herkünften. Feuerwehr ist also auch etwas für mich.«

Neue Werbekampagne im Jahr 2022

Die Feuerwehr Lindau hat derzeit 194 Aktive, darunter 13 Frauen. Pro Jahr sind es im Durchschnitt 400 Einsätze, die sie gemeinsam stemmen. Der Lindauer Stadtrat hat im Jahr 2021 einen Feuerwehrbedarfsplan verabschiedet, der Anforderungen an die Mindestpersonalstärke und -ausstattung der Feuerwehr stellt. Damit die Fahrzeuge zuverlässig besetzt werden können, wurden 200 Aktive (plus minus X) als dauerhaftes Ziel festgelegt. Ausruhen ist da nicht drin. Schon in diesem Jahr steht eine neue Kampagne zur Nachwuchsgewinnung an – über die schweigt sich Max Witzigmann aber noch aus. Die Aufsteller jedenfalls hätten noch einen weiteren positiven Effekt gehabt, erzählt er: Die abgebildeten Aktiven hätten sich dadurch noch stärker mit der Feuerwehr Lindau identifiziert. »Sie sind oft angesprochen und für ihren Einsatz gelobt worden«, resümiert der Stadtbrandinspektor.

Eine weitere, ebenso öffentlichkeitswirksame wie praktische Idee hat die Feuerwehr Lindau ohne Agentur umgesetzt: Die sogenannten »Alarmfahrräder«. Der Anstoß dazu kam aus den eigenen Reihen und macht richtig viel Sinn, wenn man sich die Gegebenheiten in Lindau genauer ansieht. Das malerische Bodenseestädtchen mit seinen rund 27.000 Einwohnern ist ein Magnet für Touristen. Pro Jahr zählt man hier eine Million Übernachtungen. Eine dicht bebaute Bodensee-Insel, die zur Altstadt gehört, ist sowohl eine Besucherattraktion als auch eine Herausforderung für die Feuerwehr, wenn es dort brennt. Denn: Straßen, die auf die Insel führen, sind oft verstopft, das Parken manchmal unmöglich. Auch Feuerwehrzufahrten seien häufig zugestellt, sagt Max Witzigmann, fügt aber ohne Groll hinzu: »Die Menschen wissen es oft nicht besser und parken schnell einfach irgendwo.« Witzigmann fühlt sich wie alle anderen Aktiven der Feuerwehr sehr verbunden mit seiner Stadt Lindau und gleichzeitig

für sie verantwortlich, wenn er sagt: »Wir dürfen dieses schöne Fleckchen Erde schützen.«

Alarmfahrräder als Einsatzfahrzeuge und Werbemittel

Das Feuerwehrhaus der eigenständigen Abteilung »Löschgruppe Altstadt« befindet sich auf der Insel, direkt am Wasser. Neben zwei Fahrzeugen betreut die »Sondergruppe See« von dort aus auch zwei Mehrzweckboote. Damit die Einsatzkräfte der Löschgruppe Altstadt vor allem im Sommer trotz viel Verkehr schnell zum Feuerwehrhaus kommen, stehen überall auf der Insel die abgeschlossenen »Alarmfahrräder« bereit: übliche Herren- und Damenfahrräder, die noch nicht einmal rot sind. Aber jedes trägt ein Schild mit der Aufschrift »ALARM Fahrrad, FFL Löschgruppe Altstadt«. Es folgt die persönliche Aufforderung: »Wir brauchen dich« und die Internetadresse der Feuerwehr Lindau für eine Kontaktaufnahme potenzieller neuer Kameradinnen oder Kameraden. Die Alarmfahrräder sind somit doppelt wirksam: Als Einsatzfahrzeug und als Werbeträger.

Von den anderen Werbeträgern, den »Pappkameraden«, stehen leider nur noch die Hälfte aufrecht in der Lindauer Innenstadt. Die anderen acht seien blinder Zerstörungswut zum Opfer gefallen, bedauert Kommandant Max Witzigmann. »Manche sind im Bodensee entsorgt worden«, sagt er und betont, dass jeder Vandalismus zur Anzeige gebracht wird: »Wir haben auf im Internet veröffentlichten Smartphone-Videos gesehen, wie Menschen auf die Aufsteller eintreten. Das hat schon etwas von »Auf die Feuerwehr einschlagen!«. Solche Taten seien schmerzhaft, denn die Kameradinnen und Kameraden hätten viel Herzblut in die Aktion gesteckt. Doch Witzigmann ist ein positiver Mensch. Er freut sich lieber über die Quereinsteiger, wie Tracy Obeng, als sich über Vandalen zu ärgern. Im vergangenen Corona-Jahr seien sogar 29 neue Aktive zur Feuerwehr Lindau gestoßen, berichtet er voller Stolz. Einige von ihnen kamen aus der eigenen Jugendfeuerwehr,



andere fanden ihren Zugang über die Öffentlichkeitsmaßnahmen, zu denen neben der Aufstelleraktion auch das regelmäßige Füttern von Social-Media-Kanälen, Feuerwehr-Plakate und immer wieder ein Tag der offenen Tür gehörten.

Gute Übung: Freiwilliges Soziales Jahr bei der Feuerwehr

Die Aufsteller mit den Lindauer Kameradinnen und Kameraden darauf wandern übrigens immer mal wieder an einen anderen viel besuchten Ort in Lindau, damit sie wieder neue Blicke auf sich ziehen. Für den Umzug ist der aktuelle Absolvent des freiwilligen sozialen Jahres bei der Feuerwehr Lindau zuständig. Derzeit werden wieder ein oder zwei Freiwillige gesucht. Stadtbrandinspektor Max Witzigmann hofft, dass sich wieder jemand meldet, und verspricht spannende Blicke hinter die Kulissen: »Er oder sie unterstützt unsere sechs hauptamtlichen Kräfte, ist bei der Pflege und Wartung der Fahrzeuge und in der

Bild o.: Ausbaufähig: Die Wasserfahrzeuge der Feuerwehr Lindau sind in die Jahre gekommen; **Bild m.:** Kommandant und Stadtbrandinspektor Max Witzigmann hat Grund, optimistisch in die Zukunft zu blicken; **Bild u.:** Dank der »Alarmfahrräder« kommt die Löschgruppe Altstadt auch bei viel Touristen-Verkehr schnell zum Feuerwehrhaus.



Künftige Einsatzkräfte aus den eigenen Reihen: Die Jugendfeuerwehr Lindau ist mit Freude dabei

Schlauchwerkstatt dabei und in der Brandschutzerziehung in Kindergärten und Schulen im Einsatz.« Das sei eine tolle Übung, meint Witzigmann, und für die Feuerwehr Lindau eine große Hilfe – schließlich wird auch mit zu Einsätzen ausgerückt.

Familiäre Stimmung und ein Feuerwehrbaby

Tracy Obeng, die erstmals im Jahr 2020 Kontakt zur Feuerwehr Lindau aufgenommen hatte, hat heute längst ihre Truppmannausbildung bestanden und ist ein Teil des aktiven Teams. »Ich bin mit offenen Armen empfangen worden«, sagt die 28-Jährige. Die Stimmung bei der Feuerwehr Lindau beschreibt sie als sehr familiär: »Ich habe Brüder und Schwestern dazu gewonnen.« Auch

Tracy Obengs Mann ist mittlerweile in die Feuerwehr Lindau eingetreten. Weil die beiden im Jahr 2021 Eltern einer kleinen Tochter geworden sind, wechseln sie sich bei den Diensten ab. Sobald sie ihre Elternzeit hinter sich hat, will Tracy Obeng als nächstes Ziel die Atemschutzgeräte-trägerausbildung in Angriff nehmen. Wenn sie heute in Lindau zufällig an einem Aufsteller mit einem ihrer Kameradinnen oder Kameraden vorbeiläuft, lächelt sie und denkt: »Stimmt. Ich kann es auch.« □