

# Erfolgreiche Werbekampagne: Quereinsteiger 35 plus

Rund eine Million Tagestouristen strömen jährlich ins berühmte Andechser Kloster, das auf dem knapp 700 m hohen »Heiligen Berg« weithin sichtbar am Ostufer des Ammersees liegt. Andechs selbst besteht aus fünf Gemeindeteilen. Drei Freiwillige Feuerwehren sorgen für die Sicherheit im 4.000 Hektar großen Gemeindegebiet, darunter die Freiwillige Feuerwehr Erling-Andechs mit 58 Aktiven. In deren Zuständigkeitsbereich fallen der Ort Andechs (rund 3.500 Einwohner) und Erling (knapp 1.650 Einwohner), das Benediktinerkloster, die Klosterbrauerei, eine Molkerei, Waldflächen und die Personenrettung im unwegsamen Wandergebiet Kiental. Um die vielfältigen Aufgaben bewältigen zu können, muss die Mannschaftsstärke stimmen. Entsprechend stark engagieren sich die Kameradinnen und Kameraden in der Nachwuchsgewinnung und setzen gezielt auf interessierte Erwachsene. Von Manuela Praxl\*

Der Andechser Ortsteil Erling mit Pfarrkirche St. Vitus  
\*Die Autorin ist Journalistin und arbeitet u. a. für die brandwacht  
Aufn.: picture alliance/ imageBROKER | F. Scholz; Autorin; FF Erling-Andechs (5)

Eigentlich waren wir personell immer gut aufgestellt«, überlegt Georg »Schorsch« Feigl, Ausbilder und zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit der Freiwilligen Feuerwehr Erling-Andechs, laut. »Wir hatten lediglich eine Lücke im Alter um 40 Jahre«, bestätigt Maximilian Fendt, stellvertretender Kommandant. Als jedoch wiederholt verschiedene Neubürger, darunter Bastian Laucke, ein hauptberuflicher Kameramann, ihren Nachbarn »Schorsch« fragen, wie sie sich in den Ort integrieren können, erkennt dieser eine generelle Chance für die Feuerwehr. »Nachdem Bastian dann bei uns einstieg, wollten wir zusammen mehr daraus machen. Wir haben überlegt, wie wir diese bestimmten Leute finden können, auch die, die sich vielleicht nicht trauen, den ersten Schritt zu uns zu machen.« So ist die Idee für eine Fotokampagne geboren. Im gemeinsamen Brainstorming überlegen sich die

Kameradinnen und Kameraden, wer ihre Zielgruppen sind. Darunter fallen nicht nur Zugezogene, sondern auch beispielsweise Mütter, deren Kinder den Kindergarten oder die Schule besuchen. »Sie haben vielleicht vormittags Zeit. Wir müssen flexibel sein«, beschreibt Feigl die Gedanken. Danach steht schnell fest: Medienprofi Bastian Laucke ist der richtige Mann, um das Thema ins optimale Licht zu rücken. »Die Feuerwehr ist ja wie ein Branchenbuch, es sind quasi alle Berufsgruppen vertreten«, meint Feigl schmunzelnd. Laucke holt schließlich seine Kameraden und Kameradinnen vor die Linse, denn in erster Linie soll die Aktion glaubwürdig sein: »Wir wollten keine Profimodels nehmen. Wenn ein Blick authentisch ist und man das Gesicht kennt, bleibt es hängen. Das funktioniert im Dorf«, erklärt Laucke den Ansatz. Feigl nickt zustimmend: »Wir wollten damit einen »Aha«-Effekt erzielen. Es bindet

die Leute viel besser, wenn sie die Nachbarin oder den Fußball-Spezl erkennen.« Da aber ein gelungenes Bild nicht ausschließlich für die Wirkung einer Werbung verantwortlich ist, bittet Laucke eine befreundete Werbetexterin und eine Grafikerin, dem Team unter die Arme zu greifen. Das Ergebnis: Cool inszeniert, blicken die Kameraden und Kameradinnen in die Kamera. Freche und markige Sprüche wie »Ausrücken statt Abhängen«, »Hobbygruppe – Starke Truppe!« oder »Dein Einsatz für Erling«, geben den Plakaten den professionellen Schliff.

## Zehn Neue verstärken das Team

Etwa sechs Wochen läuft die Aktion im vergangenen Jahr. Der Erfolg ist beachtlich, denn seither verstärken zehn Neue die Truppe: Zwei Quereinsteigerinnen, sieben Quereinsteiger und ein Wiedereinsteiger. Dem klassischen Einstiegsalter der



Feuerwehr sind sie längst entwachsen. »Wir haben sogar welche dazu gewonnen, die schon Jahrzehnte im Ort leben, zum Beispiel einen Unternehmer. Der ist in seinen Vierzigern und hat gesehen, dass die Firma läuft, die Kinder aus dem Größten raus sind und Zeit für etwas Neues ist«, verrät Feigl. Thomas Stumbaum (50), selbst ein »Spätberufener«, der seit fünf Jahren an Bord ist, bemerkt noch einen anderen positiven Effekt: »Die Akzeptanz in der Bevölkerung war außerordentlich. Darauf haben mich wirklich viele Leute angesprochen.« Michael Manhardt ist einer von den »Neuen«. Der zweifache Vater kann bereits auf 12 Jahre »Blaulichteinsätze« beim THW zurückblicken. Die Plakate schubsten den 37-Jährigen an, zu wechseln. »Ich hätte aktiv wegsehen müssen. Auf dem Weg zum Kindergarten habe ich sie überall gesehen. Dadurch kam ich darauf, etwas im eigenen Ort machen zu wollen.« Kamerad Michael Heider ergeht es ähnlich: »Ich bin Hundebesitzer, von daher regelmäßig draußen, sie waren unübersehbar.« Mit 48 Jahren gehört Heider zu den lebenserfahrenen Quereinsteigern, genauso wie Nils Juhl (47): »Bei mir war es ein Mix aus privaten Kontakten und der

Kampagne. Sie hat signalisiert, dass es sich um einen »Verein handelt«, der die Leute willkommen heißt.«

## Gelebte Willkommenskultur ist wichtig

Aufmerksamkeit mit Werbemitteln zu erregen, kann zwar als Erstmaßnahme wirkungsvoll sein, doch um potentielle Anwärter zum Einstieg ins Ehrenamt zu überzeugen, bedarf es zusätzlicher Bemühungen, überlegen die Verantwortlichen. Es sei die Aufgabe aller Kameraden, interessierte Anwärter mit offenen Armen zu empfangen und sie »an die Hand zu nehmen«. »Wenn sich niemand um einen Neuen kümmert, springt er wieder ab«, so Feigl. Thomas Stumbaum fügt grinsend hinzu: »Aber hier wird man sofort eingekleidet und kommt dann halt nicht mehr aus.« Das fröhliche Lachen und die allgemeine Zustimmung der Kameraden belegen den vertrauensvollen und freundschaftlichen Umgang untereinander. An dieser Stelle sind sich alle Quereinsteiger über die »großartige Willkommenskultur« bei den Erlinger Kameradinnen und Kameraden einig: »Nicht nur die, sondern auch der spürbare Zusammenhalt sind hier wirklich ausschlaggebend«, betont Zugang

Manhardt. Neu-Kamerad Juhl findet: »Viele denken, dass es sich bei der Feuerwehr um eine exklusive Gesellschaft handelt und trauen sich nicht hin. Das ist oft eine Hürde, aber hier ist das völlig anders.« Der 47-jährige Zafer Bicer hebt hervor: »Ich kann, egal um was es geht, jeden ansprechen, wenn ich etwas bei einer Übung vergessen oder nicht richtig verstanden habe. Jeder unterstützt dich hier, und das ist der Schlüssel für das Nachhaltige.«

Zur Werbekampagne und »Willkommenskultur« gesellt sich ein dritter ausschlaggebender Faktor, um den dauerhaften Einstieg potentieller Interessenten zu sichern, weiß Feigl. »Wir haben zeitnah mit Übungen und dem Kurs für die Quereinsteiger losgelegt. Der Kurs lief von August bis zur Zwischenprüfung im November, ein echter Crashkurs also.« Das sportliche Tempo und das umfangreiche Pensum überfordere die Neulinge nicht, ist sich der Ausbilder sicher. Als Lehrender mache ihm der Unterricht auf einer »ganz anderen Ebene Spaß«. Das höhere Alter seiner Anwärter erweist sich als enormer Vorteil: »Noch nie hatte ich so motivierte Neuzugänge. Man merkt einfach, dass sie es sich gut überlegt haben und sich bewusst

Bild o. l.: Die Aktiven der FF Andechs; Bild u. l.: Die FF Erling freut sich über 10 neue Kameraden (v. l. stehend): Georg Feigl (Ausbilder und Öffentlichkeitsarbeit), Bastian Laucke (Fotograf der Werbeaktion), Thomas Stumbaum, Nils Juhl, Michael Manhardt, Maximilian Fendt (stellv. Kdt.), Josef Pfänder (Kdt.), Florian Frey (1. Vorstand), (v. l. kniend): Zafer Bicer, Michael Heider, Christian Koder, Anastacia Koder; Bilder r.: »Making of« der Werbeposter.



Oben die »Models« der FF Erling, unten das fertige Plakat



dazu entschieden haben. Die sind bei Einsätzen oder Fortbildungen hochkonzentriert.« Die niedrige Hemmschwelle, nachzuhaken, und die konzentrierte Herangehensweise versetzen den erfahrenen Feuerwehrmann ins Staunen: »Die Teilnehmer haben meine »Handouts« gelesen, nachgefragt, und es blieb viel mehr und vor allem schneller hängen. Manche haben sogar mitgeschrieben. Das habe ich bei den Jugendlichen noch nie gesehen.«

### Hohe Motivation der Quereinsteiger

Nils Juhl, der nach eigenem Bekunden wisse, wie er seine »freie Zeit sonst füllen« könne, das »gesellschaftliche Engagement aber für extrem wichtig« halte, beschreibt seinen Lerneifer: »Die meisten Quereinsteiger waren, wie ich, die letzten Jahre eher Schreibtischtäter. Ich kann zuhause technisch schon etwas machen, aber Schläuche habe ich dort nicht gekoppelt. Das ist etwas anderes als der klassische Bleistiftspitzer. Und das macht Spaß!« Auch für Zafer Bicer steht die ehrenamtliche Betätigung im Mittelpunkt: »Darüber hinaus lerne ich aber für mich etwas und ich mag die gute Kameradschaft. Vor allem aber habe ich einfach Bock.«

Trotz der Freude über die Quereinsteiger will der Kommandant, Josef Pfänder, die Wichtigkeit der Jugendarbeit nicht schmälern: »Wir suchen nach wie vor Jugendliche. Man kann nicht sagen, 45-Jährige sind für den Dienst besser geeignet als 18-Jährige oder umgekehrt. Aber

bei dieser Aktion haben wir den Fokus auf Neubürger und Menschen zwischen 35 und 50 Jahren gelegt.«

Unterm Strich mache das »natürlich viel Arbeit«, ganz besonders in einer verhältnismäßig kleinen Feuerwehr, sagt Feigl. Er hoffe, die Leute bei der »Stange halten« zu können, bis weiterführende Kurse auf Kreis- und Landesebene stattfinden: »Das ist schwierig, denn da liegen oft lange Zeitspannen dazwischen«, sagt der tatkräftige Vollblut-Feuerwehrlere und spricht trotzdem weitere Pläne an: »Wir haben inzwischen drei Ärzte im aktiven Dienst und überlegen, ob wir auch First-Responder ausbilden, denn für die Bevölkerung wäre das ein Gewinn.« Bastian Laucke ist, wenn nötig, wieder zur Stelle: »Dann machen wir wieder eine Kampagne«, verspricht der Fotograf.

Georg Scheitz, Bürgermeister von Andechs, freut sich »unbandig« über den »Model-Einsatz« der Mannschaft. Der Rathauschef ist seit seiner Jugend bei der Feuerwehr und kennt als ehemaliger Vorstand die Herausforderung, aktive Mitglieder zu gewinnen. »Ich kann die Aktion nur unterstützen und vor allem auch empfehlen. Als Zusatzeffekt hat sie dem Vereinsleben sehr gut getan und die Gemeinschaft gefördert.« In Quereinsteigern sieht Scheitz »allgemein beträchtliches Potenzial« für die Freiwilligen Feuerwehren: »Es ist wichtig den Fokus auf die Altersgruppe 30 bis 50 zu legen. Das macht Jugendarbeit nicht nebensächlich, aber Feuerwehren sollten offen sein. Es gibt viele, die gerne mit 35 oder älter einsteigen wollen.« □