

Bachelorarbeit

Michael Paffendorf

Mitgliedergewinnung bei Freiwilligen Feuerwehren

**Praktische Lösungsansätze für
das Nachwuchsproblem**



**Bachelor + Master
Publishing**

Michael Paffendorf

Mitgliedergewinnung bei Freiwilligen Feuerwehren: Praktische Lösungsansätze für das Nachwuchsproblem

Originaltitel der Abschlussarbeit: Möglichkeiten der Mitgliedergewinnung und Nachwuchsförderung bei Non-Profit Organisationen, dargestellt am Beispiel der freiwilligen Feuerwehren

ISBN: 978-3-86341-640-9

Herstellung Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2012

Zugl. Hochschule Mittweida (FH), Mittweida, Deutschland, Bachelorarbeit, Juli 2010

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2012

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2012
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Vorwort	10
TEIL I - EINLEITUNG /PROBLEMBESCHREIBUNG	11
1. Definitionen zum Thema	12
1.1. Definition "Non-Profit Organisationen"	12
1.2. Definition "Freiwillige Feuerwehr"	12
1.3. Definition "Freiwillige Feuerwehr mit hauptamtlichen Kräften"	13
1.4. Definition "Berufsfeuerwehr"	13
1.5. Definition "Ehrenamt"	13
2. Grundlegende Informationen zum Thema	14
2.1. Beschreibung des Themas.....	14
2.2. Lage und Beschreibung der Stadt Rösrath	15
2.3. Struktur der Freiwilligen Feuerwehr der Stadt Rösrath	16
3. Problembeschreibung.....	18
3.1. Personalbedarf bei Freiwilligen Feuerwehren	18
3.2. Personalbedarf bei der Freiwilligen Feuerwehr Rösrath	19
3.3. Personalstruktur der Freiwilligen Feuerwehr Rösrath	20
3.4. Konsequenzen durch hauptamtliche Kräfte	23
4. Problemfelder der Mitgliederentwicklung und -bindung	25
4.1. Die berufliche Situation	25
4.2. Die soziale Situation	26
4.3. Interessenverlagerung und Kosten/Nutzen Abwägung	27
4.4. Das wachsende Freizeitangebot	28
TEIL II - ZIELGRUPPENANALYSE.....	29
5. Die Sinus Milieus als Zielgruppen für Werbemaßnahmen.....	30
5.1. Konservative.....	31
5.2. Etablierte.....	31
5.3. Postmaterielle	32
5.4. Moderne Performer	32
5.5. Experimentalisten	33
5.6. Bürgerliche Mitte	34
5.7. DDR Nostalgische	34
5.8. Traditionsverwurzelte	35
5.9. Konsum Materialisten	35
5.10. Hedonisten	36
5.11. Relevante Zielgruppen für Freiwillige Feuerwehren.....	36

6. Zielgruppen für Werbemaßnahmen nach Alter und Geschlecht	38
6.1. Kinder	38
6.2. Jugendliche.....	39
6.3. Junge Erwachsene	40
6.4. Erwachsene - Frauen	41
6.5. Erwachsene - Männer	41

TEIL III - ALLGEMEINE LÖSUNGSANSÄTZE43

7. Imageveränderung	44
7.1. Ein gutes Image	44
7.1.1. Corporate Design (CD).....	46
7.1.2. Corporate Behaviour (CB)	48
7.1.3. Corporate Communication (CC)	48
7.2. Professionalität	49
7.3. Kontinuität	49

TEIL IV - SPEZIELLE LÖSUNGSANSÄTZE50

8. Werbemaßnahmen für Kinder.....	51
8.1. Brandschutzerziehung.....	51
8.2. Kinderfeuerwehr	54
8.3. Tag der offenen Tür.....	55

9. Werbemaßnahmen für Jugendliche	56
9.1. Jugendfeuerwehr - Ein Überblick	56
9.2. Jugendfeuerwehr - Ein Angebot von vielen	57
9.3. Jugendfeuerwehr - Wie unterscheidet man sich von der Masse	57
9.4. Jugendfeuerwehr - Wie steigert man die Attraktivität	59
9.5. Jugendfeuerwehr - Werbemaßnahmen der JF Rösrath	59
9.6. Jugendfeuerwehr - Ideen zur Attraktivitätssteigerung der JF Rösrath.....	64
9.7. Jugendfeuerwehr - Fazit.....	65

10. Vorteile durch eine ehrenamtliche Mitgliedschaft in einer Freiwilligen Feuerwehr.....	66
10.1. Das Wissen etwas Gutes zu tun	66
10.2. Umgang mit moderner Technik	66
10.3. Erwerb von Zusatzqualifikationen.....	67
10.4. Ersatzdienst bei der Feuerwehr	68
10.5. Teamgeist und Kameradschaft.....	69
10.6. Vereinsleben und Brauchtumspflege	69
10.7. Spaß und Abenteuer	70

11. Finanzielle Attraktivitätssteigerung bei den Mitgliedern	71
11.1. Aufwandsentschädigungen.....	72
11.2. Feuerwehrrente	73
11.3. Vergünstigungen innerhalb der Kommune	73
12. Nicht-finanzielle Attraktivitätssteigerung bei den Mitgliedern	75
12.1. Schaffung von neuen Funktionen und Funktionsträgern.....	75
12.2. Bevorzugung in der Gesellschaft.....	75
13. Das Werbekonzept	77
13.1. Das richtige Werbekonzept.....	77
13.2. Formen der Werbung.....	79
13.2.1.Klassische Werbung	80
13.2.2.Schockwerbung.....	82
13.2.3.Erotische Werbung	83
13.2.4.Humorvolle Werbung	84
13.3. Vermarktungsstrategie	85
13.3.1.Above-the-line - Printmedien	85
13.3.2.Above-the-line - Hörfunk & TV.....	87
13.3.3.Below-the-line - Internet	87
13.3.4.Below-the-line - Guerilla Marketing	88
13.3.5.Below-the-line - Eventkommunikation	89
TEIL V - ZUSAMMENFASSUNG	91
14. Resümee.....	92
Literaturverzeichnis	93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Organigramm der Freiwilligen Feuerwehr Rösrath Teil I	17
Abbildung 2: Organigramm der Freiwilligen Feuerwehr Rösrath Teil II.....	17
Abbildung 3: Altersstruktur der Feuerwehr Rösrath	20
Abbildung 4: Tagesverfügbarkeit bei der Feuerwehr Rösrath	21
Abbildung 5: Verteilung Frauen und Männer in der Feuerwehr Rösrath	22
Abbildung 6: Sinus Milieus nach Sociovision.....	30
Abbildung 7: Berufswünsche von Jungen im Alter von 6-12 Jahren.....	39
Abbildung 8: Vertrauen der Bevölkerung in Berufsgruppen.....	45
Abbildung 9: Logo der Freiwilligen Feuerwehr Rösrath.....	47
Abbildung 10: Briefkopf des Löschzug Rösrath.....	47
Abbildung 11: Brandschutzerziehung bei der Feuerwehr Rösrath	53
Abbildung 12: Technik wird bei der Brandschutzerziehung einfach erklärt	53
Abbildung 13: Kinderlöschübung des Löschzug Rösrath.....	55
Abbildung 14: Kinder werden spielend an die Feuerwehr herangeführt	55
Abbildung 15: Logo der Jugendfeuerwehr	56
Abbildung 16: Gruppenmotiv der Werbekampagne der JF Rösrath.....	60
Abbildung 17: Einzelmotiv der Werbekampagne der JF Rösrath.....	60
Abbildung 18: Titelmotiv der Werbekampagne der JF Rösrath	60
Abbildung 19: Flyer der JF Rösrath	61
Abbildung 20: Neues Jugendfeuerwehrhaus in Rösrath.....	62
Abbildung 21: Entwicklung der Mitgliederzahlen der JF Rösrath	63
Abbildung 22: Beispiel informative Werbestrategie zur Brandverhütung.....	80
Abbildung 23: Beispiel informative Werbestrategie zur Mitgliederwerbung	80
Abbildung 24: Suggestive Mitgliederwerbung der Feuerwehr Siegburg	81
Abbildung 25: Suggestives Plakatmotiv "Rauchmelder-retten-Leben"	81
Abbildung 26: Suggestives Plakatmotiv „Frauen am Zug“	81
Abbildung 27: Schockwerbung der Berliner Feuerwehr	82
Abbildung 28: Schockwerbung der Hannelore-Kohl-Stiftung	82
Abbildung 29: Erotische Werbung der Firma Alice	83
Abbildung 30: Erotische Werbung des ZDF.....	83
Abbildung 31: Humorvolle Nachwuchswerbung der Feuerwehr Hamburg.....	84
Abbildung 32: Hauptmotiv Plakatkampagne der Feuerwehr Rösrath	86
Abbildung 33: Beispiel Nebenmotiv der Rösrather Plakatkampagne	86
Abbildung 34: Beispiel Nebenmotiv der Rösrather Plakatkampagne	86

Vorwort

Die Motivation zur Wahl des Themas meiner Bachelorarbeit ist durchaus von persönlichem Interesse geprägt. Durch meine langjährige aktive Mitgliedschaft in der Freiwilligen Feuerwehr der Stadt Rösrath sind mir die Mitgliederprobleme der Freiwilligen Feuerwehren im Allgemeinen, aber auch die Sorgen der Feuerwehr Rösrath im Speziellen, gut bekannt. Gleichwohl ist klar, dass die wirtschaftlichen Hochzeiten der Kommunen in Deutschland lange der Vergangenheit angehören, die Gelder in allen Bereichen des öffentlichen Lebens knapp sind und aufgrund dessen überall der Rotstift angesetzt werden muss. Auch die Feuerwehren als Organisationen der Kommunen bleiben davon vielerorts nicht verschont.

Mit dieser Arbeit soll der Spagat geschafft werden, zwischen der wissenschaftlichen Analyse einer komplexen Problematik und deren fachlicher Betrachtung sowie der praktischen Beschreibung möglicher Lösungsansätze. Dabei wird die Thematik wissenschaftlich neutral betrachtet, allerdings oftmals belegt anhand von Erfahrungen, welche ich im Rahmen meiner Tätigkeit in einer Freiwilligen Feuerwehr gemacht habe. Diese praxisnahe Beschreibung soll die Arbeit auch für fachfremde Personen verständlich machen und dazu führen, dass die beschriebenen Lösungsansätze bei den Feuerwehren, aber auch bei Politik und Verwaltung angewendet werden.

Für die Erstellung dieser Arbeit stand mir - zum Zeitpunkt der Anfertigung teilweise noch unveröffentlichtes - Datenmaterial der Stadt Rösrath bzw. der Freiwilligen Feuerwehr Rösrath zur Verfügung. Für die Bereitstellung des Materials und die Unterstützung möchte ich mich bei den Verantwortlichen herzlich bedanken.

Teil I

- Einleitung / Problembeschreibung -

1. Definitionen zum Thema

An dieser Stelle werden grundlegende Begrifflichkeiten definiert, welche für die Arbeit erforderlich sind. Im Besonderen die Definitionen der unterschiedlichen Arten der Feuerwehren sind für das Verständnis der Thematik – gerade für Personen ohne feuerwehrtechnischen Background – unerlässlich.

1.1. Definition „Non Profit Organisationen“

Eine Non-Profit-Organisation (NPO) ist eine gemeinnützige Organisation ohne Absicht zur Gewinnerzielung. Non-Profit-Organisationen dienen gemeinnützigen sozialen, kulturellen oder wissenschaftlichen Zielen ihrer Mitglieder oder der Allgemeinheit. In den meisten Fällen handelt es sich bei Non-Profit Organisationen um die Rechtsform einer gemeinnützigen GmbH oder eines eingetragenen Vereins.¹

1.2. Definition „Freiwillige Feuerwehr“

Eine Freiwillige Feuerwehr ist eine öffentliche Feuerwehr, die ausschließlich aus ehrenamtlichen Mitgliedern besteht. Die ehrenamtlichen Mitglieder der Freiwilligen Feuerwehren bekommen i.d.R. für ihre Dienste keine Entlohnung. Ausnahmen bilden ehrenamtliche Mitglieder der Freiwilligen Feuerwehr, welche regelmäßig über das übliche Maß hinaus Feuerwehrdienst leisten. Diese können dafür eine Aufwandsentschädigung von der Gemeinde erhalten.² Entgegen der weitverbreiteten Meinung wird der Brandschutz in den meisten Städten Deutschlands hauptsächlich durch freiwillige Kräfte sichergestellt. Bei einer Gesamtzahl von 2.074 Städten in Deutschland³ existieren lediglich in 102 dieser Städte Berufsfeuerwehren⁴.

¹ vgl. <http://www.wirtschaftslexikon24.net/d/non-profit-organisation/non-profit-organisation.htm>, 23.April.2010

² vgl. Gesetz über den Feuerschutz und die Hilfeleistung in Nordrhein-Westfalen (FSHG NRW) (idF vom 10.02.2009) §12 Abs.6

³ <http://www.dfv.org> Feuerwehr Jahresstatistik 2009–Deutscher Feuerwehrverband (DFV), 14.April 2010

⁴ ebenda