

Nadine und Tatjana sind durch die Feuerwehr beste Freundinnen geworden



#team112

VIELE GESICHTER. EINE HEIMAT.

Nadine und Tatjana kennen sich seit der Grundschule, doch richtig gute Freundinnen sind sie erst in der Feuerwehr geworden. Die beiden Frauen aus dem niederbayerischen Konzell geben der Kampagne des LFV Bayern ihr Gesicht. Genauso wie Tamara und Cem aus Hersbruck und Maurice aus Sonthofen. In kurzen Videos erzählen alle von dem Zusammenhalt in ihrer Feuerwehr, von dem Gefühl dazuzugehören. Die Protagonistinnen und Protagonisten stellen sich bewusst nur mit ihren Vornamen vor, so dass sie sofort eine gewisse Nähe zu den Betrachtenden aufbauen. „Die Feuerwehr fühlt sich an wie eine zweite Familie“, finden Nadine und Tatjana. In den sozialen Medien wie Facebook und Instagram wollen sie dadurch Menschen eine Antwort auf die Frage geben: „Warum soll ich mich freiwillig in der Feuerwehr engagieren?“ Denn die Kernbotschaft der Kampagne lautet: Alle können bei der Freiwilligen Feuerwehr mitmachen und damit eine Heimat in der Feuerwehrfamilie finden. Im Video der Feuerwehr Sonthofen im Oberallgäu steht der 18-jährige, kleinwüchsige Maurice im Mittel-



Getränkekisten tragen für ein Fest

Bei der aktuellen **KAMPAGNE DES LFV BAYERN** zur Mitgliederwerbung für die bayerischen Feuerwehren geht es darum, der starken Gemeinschaft ein Gesicht zu geben, besser gesagt: Viele Gesichter! VON ULRIKE NIKOLA

punkt. Seit drei Jahren gehört er zu den Aktiven und stellt fest: „Mit der Feuerwehr habe ich einen Platz gefunden, an dem ich akzeptiert werde. Hier ist Platz für jeden.“

AUFREGENDE DREHARBEITEN

Der LFV Bayern hat sein Kampagnen-Konzept modifiziert, indem der Schwerpunkt auf Social Media-Inhalten liegt. Über das Kampagnenjahr verteilt gibt es insgesamt sieben Geschichten aus den sieben bayerischen Regierungsbezirken. Und zwar anhand von Reels, also kurzen Social Media Clips, und begleitenden Social Media Posts. „Die Dreharbeiten waren ganz schön ungewohnt, weil man ja nicht täglich vor einer Kamera steht und verkabelt wird“, erzählt Tatjana. Einen ganzen Tag hat das Filmteam einer Medienagentur, beauftragt vom LFV Bayern, mit ihnen verbracht, um ihre Statements aufzuzeichnen, sie im Feuerwehrhaus und mit den Kameraden beim Pizzassessen zu filmen. Die Bilder sollen nach außen vermitteln: Die Feuerwehren in Bayern sind eine starke Gemeinschaft. Wer sich hier engagiert, erlebt Freundschaft und

Kameradschaft. Das kann eine gute Motivation sein, in die Feuerwehr einzutreten. Nadine und Tatjana, beide 27 Jahre alt, sind bereits als Jugendliche zur Feuerwehr Konzell gekommen. Sie haben dort nicht nur die Grundausbildung gemeinsam absolviert, sondern sind mittlerweile beide auch Atemschutzgeräteträgerinnen.

WELTWEITE FEUERWEHRFAMILIE

Beruflich haben sie sich zusammen als Wirtschaftsfachwirtinnen qualifiziert. Hilfreich ist auch, dass Tatjana mehr als 50 Prozent im Homeoffice arbeitet und damit auch tagsüber im Ort ausrücken kann. Als Nadine und Tatjana vor zwei Jahren privat nach New York geflogen sind, haben sie spontan bei mehreren Fire Departments vorbeigeschaut. Und obwohl sie bei den US-amerikanischen Kameradinnen und Kameraden völlig unangekündigt vor der Tür standen, wurden sie überall freudig hereingebeten: „Wir durften sogar die Schutzausrüstung anziehen, bekamen alle Fahrzeuge erklärt und haben uns ausgetauscht. Das war wirklich beeindruckend“, berichtet Nadine.

Eine solche Offenheit ist auch in der mittelfränkischen Feuerwehr Hersbruck im Nürnberger Land selbstverständlich. Dort geben Tamara und Cem der LFV-Kampagne ihre Gesichter. „Der Zusammenhalt in unserer Feuerwehr ist sehr groß, und egal wann man hierher ins Feuerwehrhaus kommt, es ist immer jemand da“, sagt Tamara. Und Cem ergänzt: „Unsere Gemeinschaft geht über die Einsätze hinaus, wir trainieren zusammen in der Freizeit und pushen uns auch da!“ Ob Stairrun, Radfahren, Laufen oder im Fitnessstudio – gemeinsam halten sich viele Kameradinnen und Kameraden fit für die Einsätze, „und am Ende des Tages weiß man einfach, dass man mit seinem Hobby was Sinnvolles macht“, findet Tamara.

UNTERSTÜTZUNG BEI DER MITGLIEDERGEWINNUNG

Bereits seit 2011 fördert das Bayerische Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration (StMI) jährliche Kampagnen zur Imagepflege und Mitgliedergewinnung für die bayerischen Feuerwehren. Bei der Mottofindung für 2025/2026 setzte der LFV Bayern erneut auf wissenschaftliche Fundierung, Beteiligung der Feuerwehren durch den Verbandsausschuss und enge, konstruktive Zusammenarbeit mit der Fachabteilung des StMI. Der LFV stellt alle Reels und Postings der Kampagne zum Download bereit und sie können



Maurice am Strahlrohr

von allen Mitgliedsfeuerwehren auf den eigenen Kanälen veröffentlicht werden. „Auch wenn ihr selbst derzeit keine Mitglieder sucht: teilt und liked die Beiträge anderer Feuerwehren zur Kampagne oder markiert bei euren Kampagnenbeiträgen die Kanäle von BFV, KfV/SfV oder dem LFV – gemeinsam können wir die Sichtbarkeit des Ehrenamtes Freiwillige Feuerwehr in den Sozialen Medien erhöhen und so einen Beitrag zur Mitgliedergewinnung für alle bayerischen Feuerwehren leisten!“, sagt Johann Eitzenberger, der Vorsitzende des LFV Bayern. Wichtig sei es, sowohl Aufmerksamkeit vor Ort zu schaffen, als auch im Gedächtnis zu bleiben: „Nur wenn die Feuerwehr vor Ort sichtbar ist, können Interessierte dieses Ehrenamt auch in Betracht ziehen“, so Eitzenberger. □

„NUR WENN DIE FEUERWEHR VOR ORT **SICHTBAR** IST, KÖNNEN INTERESSIERTE DIESES EHRENAMT AUCH IN BETRACHT ZIEHEN.“



Zur Kampagne des LFV Bayern:



Cem und Tamara von der Feuerwehr Hersbruck