

# #team112

## »Machen, was wirklich zählt? Unbezahlbar«



Wer kommt eigentlich, wenn es brennt? Viele, die in einem Notfall die 112 wählen, gehen fälschlich davon aus, dass üblicherweise die Berufsfeuerwehr anrückt. Die Imagekampagne 2023/24 des Landesfeuerwehrverbands Bayern e. V. (LFV) stellt daher die rund 318.000 ehrenamtlichen Einsatzkräfte in den Mittelpunkt. Entwickelt und umgesetzt wurde die Kampagne von der Agentur »Cross-Media-Solutions (CMS)« aus Würzburg sowie dem Filmteam von »Goldgrube-Media«. Die Erfahrung, mit und für den LFV zu arbeiten, sei »rundum beglückend« gewesen. | Von Anja Bischof\*

Logo mit Flamme: Das neue Erkennungszeichen des #team112

\*Die Autorin ist Journalistin und arbeitet u. a. für die brandwacht Aufnahmen: Goldgrube-Media Würzburg

Der Imagefilm 2023/24 des LFV Bayern beginnt mit einer Luftaufnahme von der Staatlichen Feuerweherschule Würzburg, gedreht mit einer Drohne. Zu sehen ist die junge Frau Hannah, die als eine der beiden »Hauptdarsteller« des Films für die weibliche Rolle im Ehrenamt steht. Nun kommt Heiko ins Bild. Er repräsentiert ehrenamtliche Feuerwehrleute, in deren Familien schon Generationen bei der Feuerwehr im Einsatz waren. Auch im »echten« Leben ist er der Kommandant der unterfränkischen Freiwilligen Feuerwehr Kleinrinderfeld, in der auch Hannah aktiv ist. Nach dem ruhigen, informativen Einstieg nimmt der Kampagnenfilm mit Hannah und Heiko an Fahrt auf. Die beiden Hauptdarsteller und weitere Einsatzkräfte von Freiwilli-

gen Feuerwehren aus ganz Bayern nehmen an einer Ausbildung in der Staatlichen Feuerweherschule Würzburg teil. Die Musik wird schneller, die Schnitte auch, ein Schlauch wird ausgerollt, es raucht aus dem Brandhaus, die Drehleiter fährt nach oben, einzelne Einsatzkräfte tragen jetzt ihre Atemschutzrüstung, ein »geretteter« Kamerad steigt aus dem Rettungskorb der Drehleiter. Friederike Sauerbrey von der Agentur Cross-Media-Solutions (CMS) betont, dass die dynamische Bildsprache auch junge Leute ansprechen möchte: »Wir arbeiten mit Reflexionen, Schärfeverlagerungen und Überblendungen, mit einem Wechsel aus Action und ruhigen Szenen.« Die Bilder sind zum Teil richtig spektakulär, vor allem aber echt. Viele Feuerwehrleute kennen die Location, die

Feuerweherschule Würzburg, da sie selbst dort geübt und geschwitzt haben. Ein lustiger Zufall: Die Agentur CMS befindet sich nur wenige hundert Meter entfernt. Da lag es nahe, diesen topmodernen, landesweit bekannten Ausbildungsort als Drehort zu nutzen. »Die Schule war sofort offen für das Projekt und hat uns tatkräftig unterstützt«, sagt Friederike Sauerbrey von CMS. »Ihrem Team war nichts zu viel, egal zu welcher Uhrzeit, egal wie viele Drehtage und auch die Vermittlung von Feuerwehrleuten als Komparsen. So viel Engagement haben wir in 20 Jahren selten erlebt.«

**Glaubhaft und fotogen: die weibliche Hauptrolle**

Im Film legt Hannah gerade ihre Atemschutzrüstung an. Sie sagt

mit Blick in die Kamera mit großer Ernsthaftigkeit, dass sie mit ihrer Ausbildung zur Atemschutzgeräteträgerin wirklich gebraucht werde und man merkt: Sie meint, was sie sagt. Im Interview mit der brandwacht betont Hannah ihre Freude darüber, dass sie als Frau und Mutter eines kleinen Kindes bei der Kampagne zum Ausdruck bringen kann: Freiwillige Feuerwehr und Familienleben, das passt, wenn Frau will, durchaus zusammen! »Bei der Feuerwehr ist man als Frau vollwertige, ernst genommene Kameradin«, betont sie. »Ich bin einen Meter sechzig groß, habe aber zum Beispiel die Atemschutzprüfung abgelegt und arbeite auch im Einsatz.« »Hannah war von Beginn an sehr glaubhaft und fotogen«, beschreibt Friederike Sauerbrey: »Die schwere Einsatzkleidung sieht bei ihr ganz natürlich aus.«

**Dreamteam Agentur, Filmleute und Feuerwehr**

Heiko und Hannah berichten von den Dreharbeiten und dem Fotoshooting für die Kampagnenbilder und -plakate, dass es richtig anstrengend gewesen sei, aber auch, wie gut die Zusammenarbeit funktioniert habe. »Das junge Team von der Agentur und vom Film war kommunikativ und offen für Ideen. Da stimmte von

Anfang an die Atmosphäre«, lobt Heiko. Er spiele gerne in dem Film mit, weil dieser eine Botschaft transportiere, die er unterstreichen kann: »Es wird für eine Mitgliedschaft bei den Freiwilligen Feuerwehren und für ein Engagement für die Gemeinschaft geworben.«

Heiko und Hannah sind selbst die besten »Testimonials« für diese Botschaft. Beide sind jeweils seit ihrem 16. Lebensjahr bei der Freiwilligen Feuerwehr Kleinrinderfeld aktiv. Während Heikos »Brotjob« Rettungssanitäter ist, schlüpf er in der Freizeit in die gelbe Weste mit der Aufschrift »Kommandant«. »Ich bin stolz darauf, Teil einer verlässlichen und hervorragend ausgebildeten Mannschaft zu sein«, sagt er. »Bei der Freiwilligen Feuerwehr kann man erfahren, dass jeder für jeden einsteht, egal, was ist – und dass man sich in allen Einsatzsituationen auf seine Kameradinnen und Kameraden verlassen kann.«

**Hochachtung vor Feuerwehrdienst**

Ein Zufall hat dafür gesorgt, dass Hannah und Heiko für den gut zwei Minuten langen Kampagnenfilm »Machen, was wirklich zählt? Unbezahlbar« entdeckt wurden: Der Chef der Agentur CMS, Konstantin Amrehn, ist nämlich selbst ehren-

Bild o.: Tolle Location für den Filmdreh: das Brandhaus in der Feuerweherschule; Bild m.: Hinter den Kulissen: Hannah und Heiko mit den Filmemachern.



INFO: EHRENAMT IM #TEAM112

Die Kampagne des Landesfeuerwehrverbandes Bayern 2023/24 »Machen, was zählt? Unbezahlbar« besteht aus dem Film, Großplakatierungen in ganz Bayern, einem Flyer und weiteren Infomaterialien, die alle Freiwilligen Feuerwehren auf [www.team112.bayern](http://www.team112.bayern) anfordern können. Zur Kampagne gehört auch ein neues Logo, eine rote Flamme vor weiß-blauen Rauten. Diese Flamme ist das neue Erkennungszeichen aller, die im #team112 dabei sind.

Den LFV hat betroffen gemacht, dass immer weniger bekannt ist, wie viele Ehrenamtliche bei der Feuerwehr im Einsatz sind. Schließlich ist dieses Wissen wichtig, wenn es um Wertschätzung und Nachwuchs geht. Nur wer die Möglichkeiten kennt, sich bei der Feuerwehr zu engagieren, kann sich für ein Ehrenamt im Feuerwehrdienst entscheiden. »Mit der Kampagne wollen wir Menschen darauf aufmerksam machen, dass Feuerwehrdienst kein verpasster Berufswunsch aus Kindheitstagen sein muss. Feuerwehrdienst ist ein Ehrenamt, das jede und jeder jederzeit für sich entdecken darf – als eine gute und sinnvolle Möglichkeit, sich für die Gesellschaft einzusetzen«, heißt es auf der Kampagnenseite des LFV: [www.team112.bayern](http://www.team112.bayern).

Quelle: Landesfeuerwehrverband Bayern

amtlicher Feuerwehrmann in dem 2.000-Seelen-Ort Kleinrinderfeld und konnte sich seine beiden Kameraden gut als Protagonisten der Kampagne des LFV vorstellen – das Endergebnis gibt ihm Recht. »Es war eine rundum beglückende Arbeit«, fasst Friederike Sauerbrey zusammen. »Wir durften ganz besondere Menschen kennenlernen und haben tiefen Respekt und Hochachtung vor der Arbeit der Freiwilligen Feuerwehr.«

Eines der Kampagnenfotos: Heiko und Hannah repräsentieren ehrenamtliche Feuerwehrleute.