

BERICHTS-KENNBLETT

BERICHTSNUMMER: 185	TITEL DES BERICHTES: Untersuchung der Wirksamkeit von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehren mit besonderem Aspekt auf die Gewinnung von Mitgliedern für die freiwilligen Feuerwehren und auf die Motivation der Bürger zum Einsatz von Rauchmeldern im Wohnbereich	ISSN: 0170-0060	
AUTOREN: Dr. rer. nat. Sabine Richter (Projektleiterin) Dipl.-Chem. Ursula Seliger	DURCHFÜHRENDE INSTITUTION: Institut für Brand- und Katastrophenschutz Heyrothsberge Biederitzer Straße 5 D-39175 Biederitz, OT Heyrothsberge Direktor: BrOR Frank Mehr		
NUMMER DES AUFTRAGES: 78 (3/2012) IdF	AUFTRAG GEBENDE INSTITUTION: Ständige Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder, Arbeitskreis V - Ausschuss für Feuerwehrangelegenheiten, Katastrophenschutz und zivile Verteidigung		
DATUM DES BERICHTES: August 2015			
SEITENZAHL: 237	BILDER: 148	TABELLEN: 21	LITERATURVERWEISE: 107
<p>KURZFASSUNG:</p> <p>Gemäß Aufgabenstellung wurde die Öffentlichkeitsarbeit der Feuerwehren in Bezug auf die Mitgliedergewinnung für freiwillige Feuerwehren sowie auf die Motivation der Bürger zum Einsatz von Rauchwarnmeldern im Wohnbereich untersucht. Aufgrund der zunehmenden Rauchmelderpflicht in den Bundesländern lag der Fokus bei der Bearbeitung des Forschungsprojektes auf dem ersten Teil des Themas.</p> <p>Ausgehend vom Bild der Feuerwehr in der Gesellschaft, den möglichen Auswirkungen der demografischen Entwicklung auf die jetzt schon negative Mitgliederentwicklung sowie Entwicklungen im Ehrenamtsengagement wird die Lage eingeschätzt; ohne aktives Reagieren wird der Mitgliederschwund weiter zunehmen. Auf der Basis von allgemeinen Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit und auch Werbung werden Mittel und Methoden der Mitgliedergewinnung allgemein und an vielen Beispielen vorgestellt. Es wird ein Überblick über gängige PR-Instrumente, von klassischen Plakaten und Flyern, über die Nutzung der Neuen Medien bis zu Guerilla-Marketing und Schockwerbung gegeben und die Wirkung eingeschätzt. Auch anhand von ausgewählten Großkampagnen wurde versucht, deren Nutzen nachzuweisen.</p> <p>Im 2. Teil wird über eigene praktische Arbeiten zum Thema berichtet, u. a. Durchführung von Veranstaltungen, Herstellung von Flyer und Rollup Display, Praxistest mit Gratispostkarten inklusive QR-Code-Auswertung sowie Online-Befragungen zu spezifischen Problemstellungen unter Feuerwehrmitgliedern und Ausbildungseinrichtungen für die Feuerwehren (Auswertung in gesonderter Anlage).</p> <p>Somit steht umfangreiches Datenmaterial für Auswertungen und Schlussfolgerungen zur Verfügung.</p>			
<p>SCHLAGWÖRTER:</p> <p>Feuerwehr, Öffentlichkeitsarbeit, Mitgliederwerbung, Nachwuchsgewinnung, Werbemaßnahme, Kampagne, Rauchwarnmelder, Befragung</p>			