

# MIT UNS!

PARTNER  
DER  
FEUERWEHR



## IMPRESSUM

Herausgeber:  
DEUTSCHER **FEUERWEHR** VERBAND

Konzeption und Produktion:  
DFV-Medien GmbH  
© 1999

Vertrieb:  
Versandhaus des Deutschen Feuerwehrverbandes GmbH  
Postfach 240 125, 53154 Bonn  
Tel.: (02 28) 9 53 50-10  
Fax: (02 28) 9 53 50-90  
eMail: [info@feuerwehrversand.de](mailto:info@feuerwehrversand.de)  
Internet: [www.feuerwehrversand.de](http://www.feuerwehrversand.de)

# Feuerwehr: OHNE UNS WIRD'S BRENZLIG

Das Motto der Feuerwehr-Aktionswoche 1999 und des Deutschen Feuerwehrtages 2000 ist mit gleicher Dringlichkeit auch auf den Wechselbezug der Feuerwehren mit den Arbeitgebern zu übertragen.

In mehrfacher Richtung:

- **Ohne ...**  
***den zustimmenden Arbeitgeber zum Feuerwehrencorengement der Mitarbeiter(in)***  
wird es brenzlig für den Arbeitnehmer in einer Zeit mit steigendem Arbeitsplatzrisiko. Das 'Hemd' der eigenen Existenz ist selbstverständlich näher als der Feuerwehrdienst-'rock'. Das gilt im übertragenen Sinn ebenso für den Unternehmer.
- **Ohne ...**  
***das Verständnis der Kunden, der Auftraggeber,***  
wird es brenzlig für den Arbeitgeber, wenn er wegen eines Feuerwehreinsatzes fest zugesagte Kundenarbeiten nicht erfüllen kann.
- **Ohne ...**  
***die um ihren Arbeitsplatz bangenden Arbeitnehmer/ Feuerwehrangehörigen***  
wird es brenzlig bei der Freiwilligen Feuerwehr. Im Ernstfall wird es dann u.U. schwierig, die Einsatzfahrzeuge sachgerecht zu besetzen.
- **Ohne ...**  
***die wegen unabhömmlicher Arbeitnehmer nicht mehr einsatzfähige Feuerwehr***  
wird es brenzlig für Kunden und Arbeitgeber.

Der Kreis schließt sich. Das ist kein utopisches Horrorszenerario. Das bestätigen Hinweise aus allen deutschen Landen. Deshalb die

**OFFENSIVE ZUR VERBESSERUNG  
DER BESCHÄFTIGUNGSBEDINGUNGEN VON  
ANGEHÖRIGEN DER FREIWILLIGEN  
FEUERWEHREN IM EINSATZDIENST.**

**Ziel dieser Aktion** ist es - zum allseitigen Nutzen unseres bürgerlichen Zusammenlebens - die Zusammenarbeit zwischen den Arbeitgebern der Feuerwehrangehörigen und den betreffenden Wehren zu fördern. Feuerwehrangehörige, und dazu gehören auch die Jugendfeuerwehrwarte, zu beschäftigen, darf nicht nur ein Kostenfaktor und/oder ein Organisationsproblem sein, sondern muß sich auch - und sei es immateriell - als Unternehmenswert darstellen lassen.

Daß sich etwas auszahlen muß, war zu allen Zeiten üblich. Das ist nichts neues. Gewandelt haben sich lediglich die Werte, die etwas Wert sind, die zählen.

Zu den Aufgaben der Feuerwehr und ihres Trägers, d.h. der örtlichen Gemeinde gehört es deshalb auch, der Bevölkerung bewußt zu machen, daß dem Einsatz unserer Feuerwehrleute ein ebenso großes Engagement der Arbeitgeber - selbst unter Inkaufnahme wirtschaftlicher Nachteile - zur Seite steht.

Nur so wird auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten diese 'nachbarschaftliche', ehrenamtliche Hilfeleistungsleistung möglich gemacht. Ohne die professionelle und schnelle, weil ortsnahe, Einsatzbereitschaft ist aber das Schutz- und Hilfeziel für die örtliche Bevölkerung nicht zu gewährleisten.

Um die Bedeutung und Wichtigkeit der positiven Zusammenarbeit zwischen den Arbeitgebern und der Feuerwehr hervorzuheben und deutlich zu machen, ist es unerläßlich, daß sowohl der Träger der örtlichen Feuerwehr mit seinen herausgehobenen Kommunalvertretern als auch die Repräsentanten der Arbeitgeber- und Gewerbeverbände uneingeschränkt in die anstehenden Aktionen der OFFENSIVE ... einbezogen sind.

Auf den übergeordneten Ebenen gilt es analog zu verfahren. Neben der Lösung grundlegender Fragen und Probleme gilt es auch, unterstützend für die Ortsebene zu wirken.

In dem Kreis der meinungsbestimmenden Faktoren dürfen auch die örtlichen Persönlichkeiten aus dem vorparlamentarischen Umfeld nicht fehlen. Wenn es darum geht, der örtlichen Wehr - und damit auch ausstrahlend auf die verbundenen Arbeitgeber - das für eine erfolgreiche Tätigkeit unumgängliche Ansehen zu verleihen, ist deren Position nicht hoch genug einzuschätzen.

# FÖRDERSCHILD

## Sichtbares Zeichen

der partnerschaftlichen Zusammenarbeit von Handwerk, Handel, Gewerbe, Verwaltung und Industrie mit der Feuerwehr soll das nunmehr von den deutschen Feuerwehren verliehene Förderschild sein.



(links) Muster der Urkunde; farbig, Blattformat DIN A 4

(rechts) Plakette; 14x20 cm, rot/schwarz/weiß

(Muster gesetzl. geschützt)



Mit dem Förderschild sollen Arbeitgeber ausgezeichnet werden, die in ihrem Betrieb ehrenamtliche Feuerwehrangehörige beschäftigen und diesen keine Schwierigkeiten (weder offen noch verdeckt) bei der Ausübung der dienstlichen Pflichten bei der Feuerwehr bereiten.

Das Förderschild soll Zeichen des Dankes und der Anerkennung sein sowie öffentliche Hervorhebung des Betriebes im Sinne der „Goodwill-Werbung“ bei der Bevölkerung.

## Beantragung

- Die vorgesehene Auszeichnung soll gemeinschaftlich
- von der örtlichen Wehrleitung und dem öffentlichen Träger der Feuerwehr, i.d.R. die Kommunalgemeinde,
- über den Kreisfeuerwehrverband mindestens sechs Wochen vor der vorgesehenen Verleihung (wegen Ausfertigung einer Vielzahl von Urkunden mit ggf. mehreren Originalunterschriften)
- beim Landesfeuerwehrverband beantragt werden.

Das Antragsformular ist als Kopiervorlage dieser Veröffentlichung beigeheftet.

## Verleihung

Die Übergabe des Schildes durch den für die Feuerwehr vor Ort ranghöchsten/wichtigsten Repräsentanten z.B. Bürgermeister, Landrat, MdL, MdB, .... kann je nach örtlichen Gegebenheiten erfolgen, z.B.:

- im Rahmen des Jahrestreffens der Feuerwehrarbeitgeber,
- anlässlich einer öffentlichen Innungs- oder Kammerversammlung,
- während einer örtlichen Gewerbeschau oder ähnlichen Publikumsveranstaltung,
- am Tag der Offenen Tür der Feuerwehr,
- in Abstimmung mit dem Arbeitgeber aus bestimmten Anlaß in dessen Geschäfts-/Betriebsräumen.

Wichtig ist, daß alle Medienkontakte einschließlich der des Trägers (z.B. der Kommune) für diesen Anlaß aktiviert werden, um ein für den/ die Arbeitgeber nützliches Medienecho zu erreichen.

## Nur ein Baustein

Die gewünschte meinungsbildende Wirkung im Sinne des Anliegens der Feuerwehren ist jedoch nicht mit nur einer derartigen „Eintagsfliege“ Förderschild - selbst wenn die Verleihung in einem attraktiven äußeren Rahmen eingebettet ist - zu erreichen. Das Förderschild ist lediglich ein, wenn auch herausgehobener Baustein in einem Zusammenspiel unterschiedlicher, den örtlichen Gegebenheiten angemessenen und erforderlichen Maßnahmen.

Als Anregung für eigene örtliche Aktivitäten sind nachfolgend einige ergänzende Aktionen skizziert. Diese Maßnahmen sind nicht zwanghaft an eine Kombination mit der Verleihung von Förderschildern gekoppelt. Konsequenterweise, d.h. dauerhaft durchgeführt eignen sie sich dazu, auch unabhängig vom Förderschild einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Partnerschaft zwischen Arbeitgebern und örtlicher Feuerwehr zu leisten. Wichtig ist die Dauerhaftigkeit derartiger Einstiege, weil daran die Ernsthaftigkeit des Anliegens ablesbar ist und erkennbar wird, daß es sich dabei nicht lediglich um ein (z.B. wahl-)taktisches Manöver handelt.

# BEGLEITAKTIONEN

## Jahrestreffen der Arbeitgeber der örtlichen Feuerwehrangehörigen einschließlich Pendler-Arbeitgeber und Medien evtl. unter Beteiligung des Rates und der zuständigen Verwaltungsmitarbeiter (Feuerwehrdienst, Entschädigungen, Lohnkostenerstattung)

**Ziel:** Dankeschön (mit Beköstigung); Aussprache über Beschwerden und Probleme; Erfassung und - soweit gleich möglich - Aussprache über Arbeitgeberanregungen zum Feuerwehrdienst; Jahresrückblick und Jahresplanung der örtlichen Feuerwehr und der Jugendfeuerwehr; je nach örtlichem Bedarf und Teilnehmerkreis Tips/Hinweise z.B. über Neuerungen und Möglichkeiten im betrieblichen und häuslichen vorbeugenden Brandschutz, Feuerversicherungsfragen, Forschungs- und Brandanalyseergebnisse (Nebennutzen für die Teilnehmer).

**Veranstalter:** Träger der Freiwilligen Feuerwehr.

**Einladende:** Bürgermeister zusammen mit Wehrführung.

## Informationsveranstaltung für Arbeitgeber

**Ziel:** Verständniswerbung für die Vielseitigkeit und die Anstrengungen beim Feuerwehrdienst ihrer Arbeitnehmer.

**Maßnahme:** Einladung der Arbeitgeber (und der Medien) zu einem (kostenfreien Bus-)Besuch der Landesfeuerwehrschule mit Spezialprogramm zur Demonstration der obigen Zielsetzung und evtl. Probleme des 'eigenen' betrieblichen Brandschutzes.

Je nach örtlichen Bedingungen sollten Vertreter der Standesorganisationen dazu geladen werden.

# Beteiligung des/der Arbeitgeber(s) bei Ehrungen von Feuerwehrangehörigen und z.B. bei Jahresempfängen für die Feuerwehrangehörigen durch die Kommune

**Ziel:** Öffentliches Eingeständnis, daß es der Wehrführung bewußt ist, daß das Engagement des Feuerwehrmitgliedes nur dadurch möglich war und ist, weil der Arbeitgeber den Einsatzdienst nicht behindert.  
**Wichtig! Hinweis für den Redetext unter Namensnennung der Firma.**

**Verantwortlich:** Wehrführung für die Berücksichtigung auf der Ladungsliste evtl. zusätzliches, ermunterndes Anschreiben, das im Falle einer Verhinderung bereits den Dank zum Ausdruck bringt.

## Firmenlistung

**Tenor:** Diese Firmen sind es, die es unseren Feuerwehrleuten ermöglichen, daß unsere Feuerwehr (mit ausreichender Besetzung) so „schnell wie die Feuerwehr“ am Einsatzort ist.

**Maßnahme:** Auflistung aller Firmen mit Firmenzeichen bei denen Mitglieder der örtlichen Feuerwehr (ohne Einsatzbehinderungen) beschäftigt sind,  
z.B.:

- Schildertafel (an der Feuerwache) ähnlich wie bei Einfahrten in Gewerbegebiete/Plakativer Daueraushang;
- Plakate/Transparente am Tag der Offenen Tür;
- Rückseitendruck auf Briefpapier oder als Fußzeile (dann ohne Firmenzeichen);
- als „Pflichtveröffentlichung“ in allen Publikation bzw. auf Einladungsplakaten (vergleichbar mit Sponsoren-aufdrucken).



# Dankurkunden für Einsatzbetriebe

**Ziel:** Aufzeigen der 'Mitbeteiligung' der Feuerwehrarbeitgeber an dem Feuerwehreinsatz anlässlich großer (mehrtägiger) Schadensfälle vor Ort oder bei Mitwirkung an überörtlichen Einsätzen.

**Produktion:** vor Ort als Einzelstücke evtl. mit Foto vom Einsatzgeschehen.

**Unterschriften:** Einsatzleiter, Wehrführer, Bürgermeister, Vors. LFV.

**Verleihung:** Zum Beispiel im Rahmen einer auf den Einsatz folgenden Ratssitzung.

## Spezielle Pressearbeit „Neueinstellung“

**Ziel:** Bürgerinformation und Good-will-Aktion für Arbeitgeber.

**Maßnahme:** Bei Einstellung eines Feuerwehrangehörigen Kurzbericht der Feuerwehr mit Firmennennung an die regionalen Medien mit (wiederholtem) Hinweis auf die Bedeutung für die örtliche Sicherheit der Bevölkerung u.s.w.

Bei guten Pressekontakten evtl. Serie oder „Wochenend“-Bericht über alle Arbeitgeber der örtlichen Feuerwehr und die Last der Arbeitgeber mit den Feuerwehreinsätzen und warum sie es dennoch tun.