



KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

#ENGAGIERTFÜRNRW

DER ABSCHLUSSBERICHT



Eine Initiative des Ministeriums
des Innern des Landes Nord-
rhein-Westfalen zur Stärkung
der ehrenamtlichen Kräfte im
Katastrophenschutz



**DIE MEDIASTRATEGIE
SEITE 26**



**CLARI IM ERNST
SEITE 48**



**DAS KICK-OFF-EVENT
SEITE 38**



**ERSTER AUFTRITT
SEITE 14**



**STARKE INITIATIVE
SEITE 44**



**ALLES IN DER TOOLBOX
SEITE 58**



**SUCHHUNDE
SEITE 52**



**„UNWETTER“ IN DORTMUND
SEITE 78**



**#ENGAGIERTFÜRNRW
SEITE 50**



**DER SPOT FÜRS KINO
SEITE 54**



**DAS FOTOSHOOTING
SEITE 32**

INHALT

Vorwort des Ministers	2
Vorwort der Organisationen	4
Statements Organisationen	6
Auf den Weg gebracht	
Die ersten Schritte	9
Eine Idee entsteht	10
Die Wort-Bild-Marke	12
Der erste öffentliche Auftritt	14
Gemeinsame Sache hoch fünf	16
Wissen schafft Klarheit	18
Das sind die Fakten	20
Wir setzen's um	22
Zwei Säulen – eine Richtung	24
Volle Aufmerksamkeit – auf allen Kanälen	26
Das sind die Etappen	28
Die Kampagnengesichter in Szene gesetzt	32
Die Kampagne wird lebendig	
Medial, digital, überall	37
Startschuss im Livestream	38
Engagement Schulter an Schulter	40
Mitgliedergewinnung ganz individuell	42
Starke Initiative auf allen Ebenen	44
Kampagne on Tour – im ERNST	46
Erklärung mit ganz viel Format	48
#EngagiertFürNRW	50
Gefahrensucher trifft Mantrailer	52
Ehrenamt auf der großen Leinwand	54
Ein Werkzeugkoffer für alles	
Vor Ort im Einsatz	57
Hilfe und Handwerkszeug	58
Work und Shop	60
Angebot und Austausch	62
Kontakten und Vernetzen	64
Impulse vor Ort	66
Einsteigen und Dranbleiben	68
Klicks und Kontakte	70
Katschutz zum Anfassen	
Für alle ein Erlebnis	73
„Blackout“ in Bonn	74
„Unwetter“ in Dortmund	78
„Alarm“ in Krefeld	82
Starke Arbeitgeber für starkes Ehrenamt	86
Dank für einmaliges Engagement	88
Ein großartiger Abschluss	90
Kampagnen Key Facts	92
Impressum	94

VORWORT DES MINISTERS

Liebe Leserinnen und Leser,

das Ehrenamt ist das Rückgrat unserer Gesellschaft. Ohne die Frauen und Männer, die sich freiwillig engagieren, ist unser Land schlicht nicht vorstellbar. Auch der Katastrophenschutz wäre nicht denkbar. Deshalb ist es so wichtig, dieses Ehrenamt zu stärken. Hierfür haben wir uns mit allen Akteuren auf den Weg gemacht. Ihnen allen, besonders den vielen ehrenamtlich Engagierten, gilt mein ausdrücklicher Dank – dafür, dass Sie alle engagiert sind für Nordrhein-Westfalen!



Gemeinsam mit den im Katastrophenschutz tätigen Organisationen und ihren Mitgliedern, den kommunalen Spitzenverbänden, den Bezirksregierungen und den Kommunen haben wir einen Prozess initiiert, der zwei wichtige Ziele erreichen soll: die Wertschätzung der ehrenamtlich engagierten Menschen und die Einladung an alle Bürgerinnen und Bürger, sich über den Katastrophenschutz zu informieren und selbst aktiv zu werden. Dieser Bericht anlässlich des Abschlusses unserer Imagekampagne für das Ehrenamt im Katastrophenschutz veranschaulicht, was bisher erreicht wurde.

Wir schauen zurück auf einen langfristig angelegten Prozess. Die Stärkung des Ehrenamts im Brand- und Katastrophenschutz startete mit dem Projekt „FeuerswEhrensache“, aus welchem die Personalwerbe- und Imagekampagne für die Freiwilligen Feuerwehren „Für mich. Für alle.“ entstanden ist. Die Stärkung des Ehrenamts im Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen knüpft hieran an und nimmt die anerkannten Hilfsorganisationen, das Technische Hilfswerk und die Feuerwehr in den Blick. Eine eigene Wort-Bild-Marke gab dem Katastrophenschutz NRW

erstmal ein gemeinsames Dach, eine gemeinsame Identität aller Organisationen. Auf der Grundlage einer für das Ehrenamt im Katastrophenschutz NRW durchgeführten wissenschaftlichen Befragung wurden mit allen und für alle Beteiligten vielfältige Maßnahmen entwickelt und umgesetzt. Eine Imagestrategie zur Mitgliederbindung und Mitgliedergewinnung, die Verleihung der Förderplakette für Arbeitgeber, der Festakt zum Tag des Ehrenamts und die ersten landesweiten Katastrophenschutztage waren wichtige Schwerpunkte.

Ich bin stolz auf das, was wir gemeinsam erreicht haben. All dies wäre ohne die Unterstützung der im Katastrophenschutz NRW tätigen Organisationen, ihren engagierten Mitgliedern, den Kommunen und vielen weiteren Akteuren nicht möglich gewesen.

Vielen Dank! Und: Bleiben Sie gemeinsam mit uns **#EngagiertFürNRW!**

Herbert Reul MdL

Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen

VORWORT DER ORGANISATIONEN

„Ohne die Freiwilligen im Katastrophenschutz geht es nicht.“ Minister Herbert Reul betont dies immer wieder. Wie recht er hat. Wer kommt, wenn nichts mehr geht? Wer ist engagiert für NRW? Es sind die Frauen und Männer in den Feuerwehren, in den Hilfsorganisationen und im THW, die 24 Stunden am Tag, sieben Tage in der Woche für die Sicherheit der Menschen in unserem Bundesland sorgen. Sie können zwar keine Katastrophen verhindern, aber deren Folgen spürbar lindern. Sie geben Hoffnung in schweren Zeiten. Sie kümmern sich, wenn Hilflosigkeit um sich greift. Diese Engagierten wertzuschätzen, neue Engagierte zu gewinnen und die Menschen in unserem Bundesland auf die Bedeutung des Katastrophenschutzes und die tragenden Organisationen hinzuweisen, das war das Ziel dieses Projektes und nach fünf Jahren ziehen wir eine dankbare und zufriedene Bilanz.

Wir sind dem Ministerium des Innern des Landes NRW sehr dankbar für die Mittel und Unterstützung, ohne die dieses Projekt nicht möglich gewesen wäre. Ehrenamt kostet Geld und wir alle haben in den vergangenen zwei Jahren der Imagekampagne gesehen, dass es gut angelegtes Geld ist. Auch in der Zukunft. Denn während der Corona-Pandemie und der Flutkatastrophe haben die Ehrenamtlichen der Blaulichtfamilie eindrucksvoll gezeigt, dass #EngagiertFürNRW nicht nur eine werbewirksame Überschrift ist, sondern gelebte Realität in der Gemeinschaft der Einsatzkräfte. Die Partner in der Gefahrenabwehr haben über einen langen Zeitraum konzentriert, kreativ, professionell und kameradschaftlich verbunden in verschiedenen Arbeitsgruppen dieses Projekt in eine zukunftsweisende Image- und Werbekampagne geführt. Immer eng begleitet und moderiert durch das Referat 35 des Ministeriums. Ganz herzlichen Dank für diese großartige

Arbeit. Unser Dank gilt auch den externen Partnern dieses Projektes. Die Befragung und Analyse des Ehrenamtes durch die KU Eichstätt-Ingolstadt zu Beginn des Prozesses haben neue Maßstäbe im Ehrenamtsmanagement gesetzt und dabei wichtige Erkenntnisse für die Kampagnenmacher und frische Impulse für unsere Tagesarbeit geliefert. Die beteiligten Agenturen, allen voran Kopfkunst, haben uns gezeigt, dass Katastrophenschutz auch unter werbeästhetischen Gesichtspunkten in Szene gesetzt werden kann. Unser Dank gilt unseren Ehrenamtlichen, die als Models, Botschafterinnen und Botschafter vor und hinter den Kulissen während der Katastrophenschutztage in Bonn, Dortmund und Krefeld oder bei lokalen Events dieses Projekt mit Leben gefüllt haben. Das Netzwerk der Ehrenamtlichen im Katastrophenschutz in NRW ist noch stärker geworden.



DIE KAMPAGNE WAR FÜR UNS EIN VOLLER ERFOLG, WEIL ...



Dr. Stefan Sandbrink
Landesgeschäftsführer,
Arbeiter-Samariter-Bund NRW e. V.

„... sie die Sichtbarkeit des Bevölkerungsschutzes und des ASB in NRW erhöht hat. Die Bevölkerung hat einen positiven Eindruck von den herausragenden Leistungen unser ehrenamtlichen Einsatzkräfte bekommen. Wir werden viele Erfahrungen aus der Kampagne in unsere weitere Arbeit einfließen lassen.“



Stefan Albrecht
Präsident,
DLRG-Landesverband Nordrhein e. V.

„... wir viel öffentliche Aufmerksamkeit für die ganze Bandbreite unserer Arbeit erhalten haben und sich die Hilfsorganisationen in NRW durch regelmäßige Treffen und intensiven Austausch nähergekommen sind. Höhepunkt der Kampagne waren für mich die Katastrophenschutztage 2021 und 2022.“



Frank Keminer
Präsident,
DLRG-Landesverband Westfalen e. V.

„... sie die vielen Facetten des Katastrophenschutzes abgebildet und das Interesse der Menschen für die Arbeit der Hilfsorganisationen geweckt hat. Die Kampagne hat einen wichtigen Beitrag für die Wertschätzung und die Anerkennung der Arbeit der ehrenamtlichen Einsatzkräfte geleistet.“



Hartmut Krabs-Höhler
Vorsitzender des Vorstands,
DRK-Landesverband Nordrhein e. V.

„... wir es geschafft haben, die Vielfalt der sieben Hilfsorganisationen unter der starken Marke #EngagiertFürNRW zu präsentieren. Damit konnten wir Menschen für unser gemeinsames Engagement erreichen, informieren und begeistern. Der Katastrophenschutz in NRW wurde so gefestigt und gestärkt.“



Tanja Knopp
Landesrotkreuzleiterin,
DRK-Landesverband Westfalen-Lippe e. V.

„... wir dem Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen gemeinsam ein Gesicht gegeben haben. Die Kampagne war dabei so gestaltet, dass jede Organisation trotz des gemeinsamen Auftritts eigene Besonderheiten und Ideen wie unseren Katastrophenschutztag aus der Kiste einbringen konnte.“



Udo Schröder-Hörster
NRW-Landesvorstand,
Johanniter-Unfall-Hilfe e. V.

„... sie den Ehrenamtlichen im Katastrophenschutz wichtige öffentliche Wertschätzung gab und sie viele neue Interessierte für die Hilfsorganisationen gewinnen konnte. Wir Johanniter haben gerne und aktiv mitgemacht.“



Dr. Sophie von Preysing
Regional- und Landesgeschäftsführerin,
Malteser Hilfsdienst e. V. in NRW

„... es uns gelungen ist, die Menschen im Katastrophenschutz aktiv einzubinden und sympathisch abzubilden. Die Kampagne mit all ihren Elementen war lebendig, interessant und im besten Sinne des Wortes Werbung für ein freiwilliges Engagement im Katastrophenschutz.“



Nicolas Hefner
Landesbeauftragter,
Technisches Hilfswerk Landesverband NRW

„... die Kampagne die sieben Organisationen noch enger zusammengebracht und den Austausch bei vielen Themen intensiviert hat. Die öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen haben die Bekanntheit erhöht und das Bild eines starken Miteinanders im nordrhein-westfälischen Katastrophenschutz geprägt.“



Bernd Schneider
Stellvertretender Vorsitzender,
Verband der Feuerwehren in NRW e. V.

„... wir gemeinsam im Katastrophenschutz-Projekt die Strukturen aller Beteiligten präsentieren konnten. Wir danken dem Projektteam im Ministerium des Innern und allen, die zum gemeinsamen Erfolg beigetragen haben. Der weitere Fokus muss nun auf der inhaltlichen Weiterentwicklung des Katastrophenschutzes liegen.“

**WIR BLEIBEN
#ENGAGIERTFÜRNRW**

DIE ERSTEN SCHRITTE WIE ALLES BEGANN

Jeder Weg beginnt mit dem ersten Schritt. Im Falle der Imagestrategie für den Katastrophenschutz NRW liegt dieser erste Schritt einige Jahre zurück. Im Jahr 2017 wurde die Idee zur Stärkung der ehrenamtlichen Kräfte in den sieben im Katastrophenschutz NRW tätigen Organisationen auf den Weg gebracht. Von der Absichtserklärung über die Zieldefinition und die wissenschaftliche Fundierung bis hin zur strategischen Umsetzung in einem partizipativen und dynamischen Prozess.

AUF DEN WEG GEBRACHT



EINE IDEE ENTSTEHT

WIR STARTEN #ENGAGIERTFÜRNRW

Der Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen ruht zu großen Teilen auf den Schultern von ehrenamtlichen Kräften in den sieben im Katastrophenschutz NRW engagierten Organisationen. Diese haben eine starke eigene Identität, mit der sich ihre Mitglieder identifizieren. Die Idee hinter der Imagestrategie ist es, die einzelnen Engagierten in ihren jeweiligen Organisationen mit einem gemeinsamen Selbstverständnis als Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer zu stärken.

In der Legislaturperiode 2017 bis 2022 hat sich die Landesregierung die besondere Unterstützung des Ehrenamtes im Katastrophenschutz auf die Fahnen geschrieben. Denn es werden dauerhaft Bürgerinnen und Bürger gebraucht, die sich ehrenamtlich engagieren, um das bewährte Gesamtsystem aus ehren- und hauptamtlichen Kräften im Katastrophenschutz zukunftsfest zu machen. Ein wichtiger Bestandteil dabei sind die Förderung und Wertschätzung dieses Engagements. Der Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen wäre ohne die Engagierten des Arbeiter-Samariter-Bundes, der Johanniter-Unfall-Hilfe, des Malteser Hilfsdienstes, der Deutschen

Lebens-Rettungs-Gesellschaft, des Deutschen Roten Kreuzes, des Technischen Hilfswerkes und der Feuerwehren schlicht nicht denkbar.

Vom Was zum Wie

Unter der Leitung des Ministeriums des Innern des Landes NRW wurden erste Arbeitsgruppen gemeinsam mit den sieben Organisationen ins Leben gerufen. Auch wenn Ziele und Maßnahmen erst noch definiert werden mussten, war eines von Anfang an klar: Es geht nur gemeinsam! Nur wenn alle Beteiligten an einem Strang ziehen, wird es gelingen, den Katastrophenschutz NRW zu stärken.



Weiterhin herrschte schnell Einigkeit über Meilensteine und Eckpunkte der gemeinsamen Arbeit.

- Um dem Katastrophenschutz NRW eine für die Bevölkerung greifbare Identität und Wiedererkennbarkeit zu geben, braucht es eine starke Wort-Bild-Marke – ein Logo, das von allen Organisationen gleichermaßen verwendet und gelebt werden kann.
- Der Prozess baut auf zwei Säulen: Zum einen geht es um die Stärkung, Bestätigung und Wertschätzung der bereits in den Organisationen engagierten ehrenamtlichen Kräfte und zum anderen um die Gewinnung neuer Interessierter und Engagierter.
- Das Ministerium des Innern des Landes NRW tritt im Prozess als Organisator und Bereitsteller von Maßnahmen in Aktion, der den Organisationen Material zur selbstständigen und/oder gemeinsamen Umsetzung in den Landes-, Kreis- und Ortsverbänden zur Verfügung stellt.
- In der Kommunikation liegt der Fokus vor allem auf digitalen Kanälen und den sozialen Medien, um neue Interessierte zu erreichen, aber auch auf Außenwerbung, um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu wecken.
- Um das Gemeinschaftsgefühl und die Kompetenzen der Organisationen erlebbar zu machen, werden Events und Livekommunikation eine zentrale Rolle spielen.

Und bereits nach den ersten Arbeitsgruppensitzungen und noch bevor das Logo verabschiedet war, einigte man sich – ganz pragmatisch – auf die zentrale Message, die in einem digital-tauglichen Hashtag zur zentralen Aussage und zur bindenden Klammer für alle folgenden Aktionen für den Katastrophenschutz NRW werden sollte:

#EngagiertFürNRW!

3 FRAGEN AN ...



Cornelia de la Chevallerie
Ministerialdirigentin a.D.

Was bedeutet das Ehrenamt für den Katastrophenschutz?

Ein leistungsfähiger Katastrophenschutz wäre ohne ehrenamtliches Engagement nicht denkbar. Ca. 80% der im Katastrophenschutz engagierten Menschen sind freiwillige Kräfte. Allein daran kann man erkennen, welche große Bedeutung das Ehrenamt für den Katastrophenschutz hat.

Warum haben Sie sich „auf den Weg“ gemacht?

Der Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen braucht eine starke ehrenamtliche Basis, um zukunftsicher aufgestellt zu sein. Das kann nur im Zusammenspiel aller Beteiligten erreicht werden, deswegen haben wir die vielfältigen Maßnahmen gemeinsam mit den beteiligten Organisationen entwickelt und umgesetzt.

Die Kampagne war für Sie ein voller Erfolg, weil ...

... erstmals alle im Katastrophenschutz engagierten Organisationen unter dem gemeinsamen Dach der Kampagne verbunden waren. Zusammen haben wir unsere Wertschätzung für alle ehrenamtlich Engagierten auch nach außen sichtbar gemacht und aktiv für neue Mitglieder geworben.

DIE WORT-BILD-MARKE

AM ANFANG STAND EIN LOGO

Noch vor dem Start der Imagestrategie galt es, dem Katastrophenschutz NRW und den darin tätigen Organisationen eine eigene gemeinsame öffentliche Marken-Identität zu geben. Dies leistet die neugeschaffene Wort-Bild-Marke. Sie ist ausdrücklich ein Gemeinschaftslogo, das sowohl von allen Beteiligten verwendet als auch gemeinschaftlich mit Leben gefüllt wird.

Kraft der Marke

Marken haben die Macht, Menschen zu erreichen, zu bewegen und zu begeistern. Die Marke „Katastrophenschutz NRW“ hat genau das zum Ziel: Menschen für eine Sache zu vereinen und dafür zu begeistern, gemeinsam noch mehr zu erreichen! Die Wort-Bild-Marke setzt ein wiedererkennbares Zeichen, das nach innen und außen wirkt. Sie zielt darauf, ein neues Bewusstsein für das Engagement ehrenamtlicher Kräfte im Katastrophenschutz in NRW zu wecken, die Organisationen und ihre Mitglieder zu stärken und gemeinsam in der Öffentlichkeit wahrgenommen und wertgeschätzt zu werden.

Flexibel und funktional für alle

Das Logo löst dies ganz konkret ein. Die Landesgrenzen Nordrhein-Westfalens geben die Form vor, die Streifen – 14 in der großen Auflösung, sieben in der kleineren – repräsentieren die sieben beteiligten Organisationen. Die Streifen bilden als stilistisches Element ein gemeinsames Wiedererkennungsmerkmal aller Organisationen. Sie erscheinen auf Fahrzeugen oder Ausrüstung und erinnern an das Absperrband, das bei Einsätzen verwendet wird. Zentrale Farbe, die auch von allen Organisationen gleichermaßen verwendet wird, ist das Neongelb. Um die Identifikationsfunktion noch zu stärken, ist das Logo bewusst in verschiedenen Farbumsetzungen verwendbar.

Tragfähig für die Kampagne

Aus beidem – den schraffierten Streifen und der Farbigkeit der Logos – haben sich die zentralen Gestaltungselemente für alle folgenden Kampagnenmaßnahmen abgeleitet. So ist sukzessive ein identitätsstiftendes, vereinendes digitales Corporate Design für den Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen entstanden. Die Vorlagen in diesem Corporate Design Manual wurden im ebenfalls neuen BrandCenter, einer neuen Download-Website, für die Städte und Kommunen bereitgestellt. Diese hatten dort die Gelegenheit, die Vorlagen ohne Registrierung für unterstützende Maßnahmen frühzeitig herunterzuladen. Später war das BrandCenter in die Toolbox integriert.



DER ERSTE ÖFFENTLICHE AUFTRITT BEIM PARLAMENTARISCHEN ABEND 2019

Ein erster wichtiger Meilenstein im angestoßenen Prozess zur Stärkung der ehrenamtlichen Kräfte im Katastrophenschutz NRW war der „Parlamentarische Abend“. Am 21. Mai 2019 hatten Minister Herbert Reul und Landtagspräsident André Kuper 350 Engagierte sowie die rund 200 Landtagsabgeordneten in den Düsseldorfer Landtag eingeladen – mit dem Ziel, den Dialog zwischen Ehrenamt und Politik zu fördern, um ganz konkret aktuelle Herausforderungen darzustellen sowie erste Ergebnisse und weitere Maßnahmen zu präsentieren.



Landtagspräsident André Kuper begrüßte neben Minister Herbert Reul 350 Engagierte und 200 Landtagsabgeordnete am 21. Mai 2019 zum Parlamentarischen Abend im Düsseldorfer Landtag.

Bei dem Parlamentarischen Abend wurde den sieben Organisationen eine große Bühne geboten, um sich erstmals gemeinsam unter dem neuen Markenzeichen „Katastrophenschutz NRW“ zu präsentieren. So wurden die Informationsstände jeweils mit aufmerksamkeitsstarken Beachflags und Factsheet-Booklets zur Selbstdarstellung bestückt, die das Organisationslogo mit dem neuen Gemeinschaftslogo im Corporate Design kombinierte. Die Veranstaltung war jedoch mehr als ein grafischer Testlauf. Schließlich ging es um die Interessenvertretung gegenüber den zahlreich anwesenden Abgeordneten sowie den Vertretern der kommunalen Spitzenverbände.

Wunsch und politische Wirklichkeit

In der Podiumsdiskussion sowie in den Einzelgesprächen wurde schnell klar: Ehrenamtliche Kräfte leisten im Katastrophenschutz eine unschätzbar wertvolle Arbeit. Dieses Engagement gilt es, konkret zu unterstützen – sowohl bei der Bindung bestehender Kräfte als auch der Gewinnung neuer Interessierter. An der sogenannten „Wall of Wishes“ konnten die Ehrenamtlichen festhalten, warum sie ihr Ehrenamt ausüben und was sie sich für die Zukunft wünschen. Die ebenfalls präsente Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt nahm diese Wünsche auf und informierte gleichzeitig über die bald startende breit angelegte wissenschaftliche Befragung zum Ehrenamt im Katastrophenschutz NRW.

Gelungene Generalprobe

Wie gut die Generalprobe für den neuen Markenauftritt gelungen ist, beweisen die zahlreichen Gruppenfotos, die an der eigens erstellten Fotowand gemacht wurden. Mit plakativen Pappschildern, die das Logo und/oder den Hashtag #EngagiertFürNRW zeigten, posierten hier Vertreterinnen und Vertreter aus Organisationen und Politik für die gemeinsame Sache. Ein erster starker Aufschlag war gemacht – vor Ort und auch schon in den sozialen Medien. So resümierte Minister Herbert Reul die gelungene Vorstellung des Konzepts dann auch zufrieden: „Wir wollen den Katastrophenschutz zukunftssicher machen. Junge Menschen für das Ehrenamt zu begeistern, ist dabei ein ganz wichtiger Schritt.“



GEMEINSAME SACHE HOCH FÜNF AM AKTIONSTAG „WIR SIND AUF DEM WEG“

Nach der Generalprobe im Landtag sollen dann auch den Engagierten endlich das neue Logo und die geplanten Kommunikationsmaßnahmen vorgestellt werden. So wichtige Dinge erledigt man am besten persönlich. Da NRW aber ein großes Land ist und hier sehr viele Ehrenamtliche engagiert sind, wurden dafür nicht eines, sondern gleich fünf zeitgleiche Events in den fünf Regierungsbezirken des Landes konzipiert.

Wertschätzung und Aktivierung

Mit dem Aktionstag „Wir sind auf dem Weg“ sollten die Ehrenamtlichen in den fünf Regierungsbezirken bei dem Prozess der Imagestrategie mitgenommen werden. Aber nicht nur das. In seiner per Livestream aus Mülheim an der Ruhr zeitgleich zu den anderen vier Veranstaltungsorten übertragenen Rede sprach Minister Herbert Reul den Engagierten ein dickes Dankeschön für ihre wertvolle Leistung aus. Mit den abwechslungsreichen Programmpunkten und Show-Acts vor Ort wurde dieser Dank unterstrichen und abgerundet. Und außerdem warfen zwei große Ereignisse bereits ihren Schatten voraus. Zum einen die wissenschaftliche Befragung zum Status quo der ehrenamtlichen Kräfte und zum anderen der – damals noch für Juni 2020 geplante – erste landesweite Katastrophenschutztag NRW in Bonn.



Ihre Erfahrungen waren gefragt: Ehrenamtliche Kräfte nahmen an der wissenschaftlichen Befragung teil.

Info- und Entertainment

An den Standorten Coesfeld, Mülheim an der Ruhr, Köln-Mülheim, Arnsberg und Gütersloh waren am 14. September 2019 insgesamt rund 2.500 Kameradinnen und Kameraden der sieben Organisationen eingeladen, einen informativen wie unterhaltsamen Nachmittag zu verbringen. Wir-Gefühl und Wertschätzung wurden durch die hochrangigen Vertreterinnen und Vertreter der Landes- und Kommunalpolitik, hochkarätige Comedy-Acts und köstliche Verpflegung gestärkt. Eines der Highlights war die Geschenkbox mit Sneak-Preview auf das Katastrophenschutztag-Thema Blackout, die jede/jeder in einem Logo-Turnbeutel mit nach Hause nehmen konnte.



„Der Katastrophenschutz erhält durch jede und jeden von Ihnen ein menschliches Gesicht. Sie tragen wesentlich dazu bei, dass der Bevölkerung in den verschiedensten Krisensituationen, wie Hochwasser- und Sturmereignissen, geholfen wird.“

Herbert Reul,
Minister des Innern des Landes NRW,
in Mülheim an der Ruhr



Ein Ausblick auf die nächsten Etappen wurde den ehrenamtlich Engagierten wortwörtlich an die Hand gegeben.



WISSEN SCHAFFT KLARHEIT

DER START DER BEFRAGUNG

Dass die Imagestrategie für den Katastrophenschutz NRW auf einer wissenschaftlich fundierten Basis entwickelt werden soll, war von Anfang an klar. So war das Team der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU) bereits von Beginn an in den Prozess und die entsprechende Arbeitsgruppe eingebunden. Schließlich ging es darum, Motive und Motivation, aber auch Herausforderungen und Hemmschwellen für ein ehrenamtliches Engagement in den sieben Organisationen zu verstehen.

Auftaktsymposium sendet Signal

Der Startschuss zur breit angelegten wissenschaftlichen Befragung mit dem offiziellen Projekttitel „Wertschätzung und Stärkung des Ehrenamtes im Katastrophenschutz“ fiel beim Auftaktsymposium am 5. Juli 2019 in Bergisch Gladbach. Geladen waren rund 125 Ehrenamtliche des Katastrophenschutzes NRW, darunter waren sowohl Mitglieder von der Basis als auch solche mit Führungsfunktion vertreten. Minister Herbert Reul würdigte in seiner Rede die sichtbare Motivation der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die für ein Gelingen der Befragung unerlässlich war. Mit seinen zehn „Empfehlungen für ein gelingendes Leben im digitalen Zeitalter“ gab der renommierte Zukunftsforscher Prof. Dr. Horst Opaschowski als Keynote-Speaker wertvolle Impulse und einen Ausblick auf eine Zukunft, in der ehrenamtliches Engagement nicht wegzudenken ist. Das Team der KU erarbeitete mit den Ehrenamtlichen zusammen in organisationsübergreifenden Workshops wesentliche Aspekte der Motivationslage ehrenamtlich Engagierter und gab außerdem Raum zum persönlichen Austausch. Die Arbeitsergebnisse und die Erkenntnisse des Parlamentarischen Abends am 21. Mai 2019 flossen maßgeblich in die Konzeption der Befragung ein.



ÜBRIGENS:

Den kompletten Abschlussbericht der KU zur Befragung können Sie über den QR-Code oder unter www.im.nrw/ehrenamt-im-brand-und-katastrophenschutz herunterladen.

Information und Aktivierung

Neben Information und Diskussion ging es beim Auftaktsymposium auch um die Aktivierung. Denn abschließend wurden die Kommunikationsmittel zur Bewerbung der Befragung vorgestellt. Die Anwesenden selbst sollten im Nachgang zu Multiplikatoren in ihre Organisation hinein werden, um möglichst viele Kameradinnen und Kameraden zur Teilnahme zu bewegen. Statische und animierte Social-Media-Postings mit aktivierenden Headlines wurden ebenso bereitgestellt wie ein aufmerksamkeitsstarkes Plakat. Das Motiv mit Ehrenamtlichen aus den Organisationen wurde übrigens eigens dafür an der Rheinpromenade in Köln aufgenommen.

Große Quantität und Qualität

Die Befragung war in zwei Stufen bzw. für zwei Zielgruppen konzipiert. Im ersten Schritt wurden die Engagierten selbst eingeladen, den onlinebasierten Fragebogen auszufüllen. Dem Aufruf folgten rund 8.500 Ehrenamtliche! Mit einer so großen Resonanz hatte kaum jemand gerechnet – aber die Vielzahl an Einblicken sorgte dann natürlich auch für sehr differenzierte und vor allem repräsentative Ergebnisse. In der zweiten Stufe wurde die breite Bevölkerung zu ihrer Ein- und Wertschätzung von ehrenamtlichem Engagement befragt. Die Zahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer von 1.500 lieferte eine valide Basis zur Auswertung.

Die Ergebnisse der Befragung wurden im Mitte 2020 fertiggestellten Abschlussbericht aussagekräftig zusammengefasst und den Vertreterinnen und Vertretern aus den Organisationen im Folgesymposium am 7. November 2020 präsentiert. Eine Essenz der wichtigsten Erkenntnisse auch für die Konzeption der Imagestrategie finden Sie auf den folgenden Seiten.



DAS SIND DIE FAKTEN

DIE ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

Die wissenschaftliche Befragung und die Auswertung der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU) lieferten die Basis für die Ausrichtung und Ziele der Imagestrategie. Aber sie lieferten auch beeindruckende Zahlen, überraschende Daten und viele informative Fakten. Eine Auswahl der prägnantesten Ergebnisse der Studie möchten wir Ihnen hier vorstellen – schwarz auf gelb und weiß.

106 SEITEN
UMFASST DER ABSCHLUSSBERICHT DER KU

SPASS & FREUDE
SIND DIE AUSSCHLAGGEBENDEN FAKTOREN
FÜR DIE FORTSETZUNG DES ENGAGEMENTS

17 JAHRE
DURCHSCHNITTLICHES
DAUERENGAGEMENT
IM EHRENAMT

Top 3 **Wünsche** der Engagierten:

- 1. WERTSCHÄTZUNG**
- 2. RESPEKT**
- 3. WISSEN, DASS EHRENAMT UNBEZAHLT IST**

Top 3 **Anreize** für Ehrenamt:

- 1. HELFEN**
- 2. SINN ERLEBEN**
- 3. PRIVATE NOTFALLKOMPETENZ**

65,8 %
VOLLZEITERWERBSTÄTIG
TROTZ EHRENAMT

Top 3 **Befürchtungen** der Bevölkerung bei eigenem Engagement:

- 1. ZEITLICHE ANFORDERUNGEN**
- 2. STARRE/KONSERVATIVE ORGANISATIONS-STRUKTUREN**
- 3. SORGE VOR ÜBERFORDERUNG**

10.000
BEANTWORTETE
FRAGEBÖGEN

DIE ALTERSGRUPPE
28–37
JAHRE STELLT DIE MEISTEN
TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER

**DIE MEHRHEIT
DER BEVÖLKERUNG**

- ... FÜHLT SICH NICHT GUT INFORMIERT
ÜBER KATASTROPHENSCHUTZ.
- ... WEISS NICHT, DASS 80 % DER
KATASTROPHENSCHÜTZERINNEN UND
-SCHÜTZER EHRENAMTLICH ARBEITEN.
- ... WEISS NICHT, DASS DIE ENGAGIERTEN
KEIN GELD DAFÜR BEKOMMEN.

8.499
EHRENAMTLICHE KRÄFTE HABEN MITGEMACHT



„Wertschätzung, soziale Einbindung und Sinn-erleben stärken das Ehrenamt im Katastrophenschutz NRW. Dieses freiwillige Engagement ist beeindruckend hoch. Es ist zugleich die Basis für die Befragung, an der dankenswerterweise fast 10.000 Personen teilgenommen und in der sie ihre Sichtweisen mit uns geteilt haben.“

Prof. Dr. Elisabeth Kals,
Katholische Universität
Eichstätt-Ingolstadt

WIR SETZEN'S UM VON DER WISSENSCHAFT IN DIE PRAXIS

Wie lassen sich aus den Erkenntnissen der Studie konkrete Maßnahmen für die Praxis ableiten? Welche Ziele sind mit den Tools der Imagestrategie erreichbar? Wo muss nachgeschärft werden? Wofür braucht man die professionelle Unterstützung der Agenturpartner und vor allem die wissenschaftliche Begleitung vom Team der KU? Antworten auf diese Fragen gab es in einem dynamischen und partizipativen Prozess mit Formaten für die Basis und die Führungskräfte aus den sieben Organisationen – zur Evaluation und mit Anregungen zur Optimierung in unterschiedlichen Themenfeldern.

Austausch beim Folgesymposium

Erster Meilenstein dafür war das digitale Folgesymposium am 7. November 2020. Minister Herbert Reul dankte den rund 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern für ihr Engagement und die Unterstützung bei der Durchführung der Befragung und bei deren Auswertung. Wirtschaftspsychologe Dr. Carl Naughton konnte in seinem unterhaltsamen Vortrag „Zukunftsmut“ dazu motivieren, in das psychologische Kapital zu investieren. Anknüpfend daran stand danach vor allem der Dialog zwischen Wissenschaft, Praxis und Politik im Mittelpunkt, um ein Voneinanderlernen und eine Perspektivenerweiterung zu erreichen. So wurden die empirischen Ergebnisse diskutiert und mit Best- und Worst-Practice-Beispielen aus der Praxis beleuchtet, um Handlungsstrategien für die Kampagnenziele Partizipation, Kameradschaft und Wertschätzung abzuleiten. Hier wurde gerade der organisationsübergreifende Austausch von allen Teilnehmenden als bereichernd und prägend für die Arbeitsergebnisse empfunden.

Feedback und Forum mit Potenzial

Auch in den folgenden sieben digitalen organisationsscharfen Feedback-Workshops zwischen dem 13. und 27. März 2021 konnten sowohl die Vertreterinnen und Vertreter der Organisationen als auch das Team der KU wechselseitig ihre Erfahrungen austauschen. Im Mittelpunkt stand bei diesen Workshops die Frage, wie der individuelle Charakter jeder einzelnen Organisation seine Stärken am besten bei der Mitgliederbindung und -werbung ausspielen kann. Im Dialogforum am 17. September 2021 wurden die Ergebnisse dann zusammenfassend präsentiert. Hier kristallisierte sich heraus, dass das größte Potenzial für die Kampagne darin liegt, die Werbebereitschaft der bereits Engagierten im organisationsübergreifenden Zusammenhalt zu nutzen. Denn die Ergebnisse der Befragung haben eines gezeigt: Die grundsätzliche Bereitschaft der bisher nicht im Katastrophenschutz engagierten Personen ist bemerkenswert. Noch besser ist aber, dass die Erwartungen der noch nicht Engagierten von den Erfahrungen der bereits engagierten Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer sogar übertroffen werden können. Das ist ein großartiges Zeugnis für das Ehrenamt im Katastrophenschutz!



Gemeinsamer Austausch und Dialog standen im Mittelpunkt des Folgesymposiums, das coronabedingt online abgehalten werden musste.

3 FRAGEN AN ...

Dr. Svenja Schütt (rechts) und Laura Pollack (links), M. Sc., KU Eichstätt-Ingolstadt



Was ist Ihre interessanteste Erkenntnis aus der Befragung?

Wir durften dieses Projekt mehrere Jahre wissenschaftlich begleiten und haben viele spannende Erkenntnisse gewonnen. Herausragend ist die große Bereitschaft der Ehrenamtlichen, sich weiterhin und langfristig zu engagieren. Das zeigte sich über die Befragungsergebnisse hinaus auch im persönlichen Kontakt.

Was hat Sie bei den Workshops beeindruckt?

Uns hat vor allem die unermüdliche Motivation der Teilnehmenden beeindruckt. Dadurch haben wir in kürzester Zeit vielfältige Ergebnisse erzielen können, die für das gesamte Projekt von großem Wert sind.

Hat Sie unsere Kampagne auch persönlich bereichert?

Wir als Wissenschaftlerinnen und auch als Privatpersonen haben durch die jahrelange Zusammenarbeit mit dem Katastrophenschutz und der Politik in besonderer Weise erleben dürfen, wie wichtig dieses Engagement für die Bevölkerung, aber auch für jeden Engagierten selbst ist. Die Zusammenarbeit hat uns große Freude bereitet. Vielen Dank an alle Engagierten des Katastrophenschutzes!

ZWEI SÄULEN – EINE RICHTUNG

DER AUFBAU DER IMAGESTRATEGIE

Die Ergebnisse der Befragung wurden durch die KU sorgfältig ausgewertet und mündeten in eine wissenschaftliche Studie, die im Jahr 2020 unter dem Titel „Stärkung des Ehrenamtes im Katastrophenschutz – Abschlussbericht“ veröffentlicht wurde. Diese Studie bildete die Grundlage für die Entwicklung der zweistufigen Imagestrategie. In der ersten Phase lag der Fokus auf dem „Wir“ – hier ging es um die Bindung bereits engagierter Ehrenamtlicher in den Organisationen. In der zweiten Phase rückten die Mitgliedergewinnung und noch nicht Engagierte in den Fokus – das „Du“.

WENN NICHT
DU,
WER DANN?

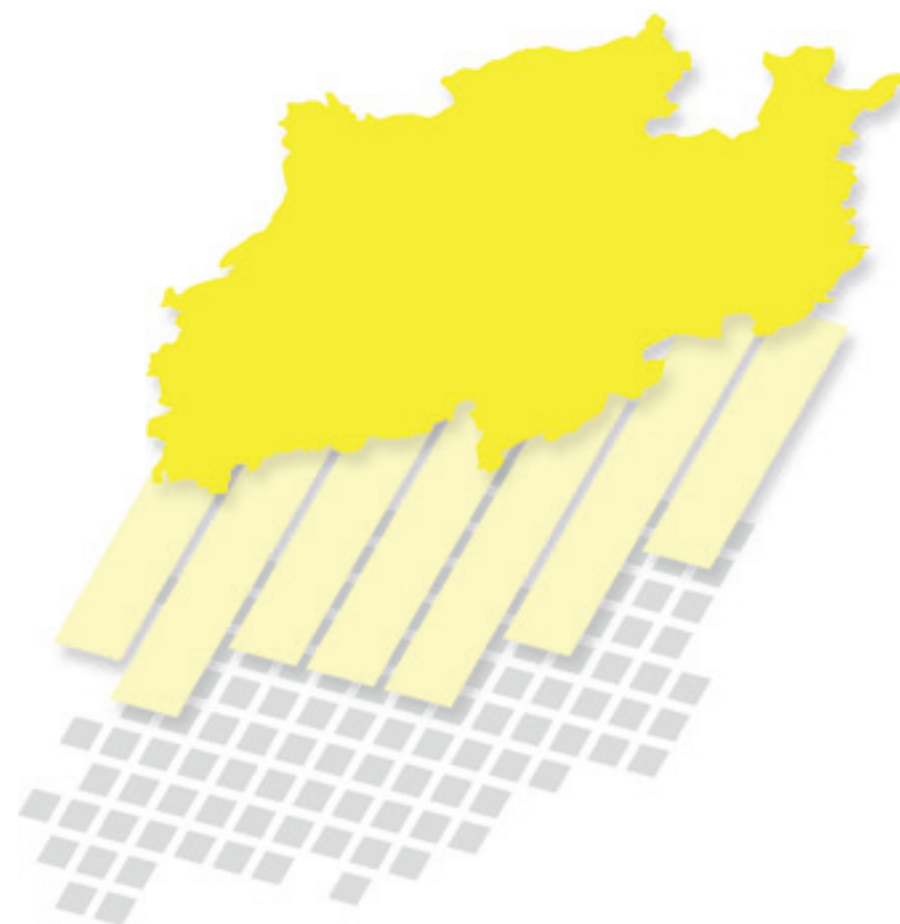
1. Mitgliederbindung

Wertschätzen, Motivieren, Stärken: In diesem ersten Schritt wurde der Blick nach innen in die Organisationen selbst gerichtet. Das Motto „Wenn nicht wir, wer dann?“ gab der „Wir-Phase“ einen verbalen Rahmen. Konkrete inhaltliche Zielsetzungen dieses ersten Teils der Imagestrategie leiteten sich aus der wissenschaftlichen Studie ab: Wertschätzung und Respekt für das ehrenamtliche Engagement steigern, die Bedeutung des Ehrenamtes im Katastrophenschutz für die Gesellschaft sichtbar machen, Motivation der einzelnen Ehrenamtlichen stärken (zum Beispiel Sinnhaftigkeit, Helfen, Gemeinschaftserleben), Kommunikation und Vernetzung unterstützen – und der Bevölkerung Informationen zur Verfügung stellen sowie das positive Image des Katastrophenschutzes Nordrhein-Westfalens stärken.

WENN NICHT
WIR,
WER DANN?

2. Mitgliedergewinnung

Den Blick nach außen richten, neue Menschen für den Katastrophenschutz und seine vielfältigen Facetten begeistern: Um diese Ziele drehte sich der zweite Teil der Kampagne. Der Leitspruch „Wenn nicht du, wer dann?“ richtete sich mit einer direkten Ansprache an eine neue Zielgruppe: die Bevölkerung und damit all jene, die noch nicht im Katastrophenschutz engagiert sind. Nach der Bindung bereits engagierter Mitglieder ging es nun um die Mitgliedergewinnung. Die Konzeption dieser Phase – basierend auf der hohen Bereitschaft der Allgemeinbevölkerung, sich zu engagieren, sowie dem Prinzip Mitglieder werben Mitglieder – leitete sich dabei ebenfalls aus der wissenschaftlichen Studie ab.



**MINISTERIUM DES INNERN
DES LANDES
NORDRHEIN-WESTFALEN**
für NRW-weite Kommunikation

**ÜBERREGIONALE
ORGANISATIONEN**
für überregionale Kommunikation

**KAMPAGNEBOTSCHAFTER-
RINNEN UND KAMPAGNE-
BOTSCHAFTER**
aus regionalen Organisationen
für regionale Kommunikation

Der Weg in die Öffentlichkeit

Die Inhalte und Maßnahmen wurden über drei verschiedene Absender ausgespielt: über das Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen, die überregionalen Organisationen – also die neun Landesverbände der sieben Organisationen – und die regionalen Untergliederungen. Beginnend mit der oberen Ebene wurden die Inhalte strategisch nach unten kommuniziert. Menschlich näher wurde es in den Organisationen vor Ort, deren Mitglieder persönlich von ihren Einsätzen und Erfahrungen berichteten. Diese Rolle übernahmen die – eigens in Workshops aus der Toolbox-Akademie geschulten – Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter. Gewissermaßen strahlten sie mit ihrem und durch ihr Engagement nicht nur nach innen in die Organisationen hinein, sondern auch nach außen in die Bevölkerung.

ÜBRIGENS:

Im Verlauf der Imagestrategie gab es zeitlich ein Nacheinander beider Stufen. Für die Stärkung des Ehrenamtes im Katastrophenschutz NRW insgesamt sind aber beide Stufen oder Säulen gleich wichtig. Zufriedene Engagierte sind die besten Empfehlenden und nur wenn die Wertschätzung stimmt, bleiben erfahrene wie junge Kräfte am Ball. In der Praxis liegt die Herausforderung für die Organisationen also darin, beides gleichzeitig und gleich gut zu tun.

VOLLE AUFMERKSAMKEIT – AUF ALLEN KANÄLEN DIE MEDIASTRATEGIE

Um nach innen und außen Wirkung zu erzielen, kam es auch auf die richtige Mediastrategie an. Diese spiegelt die beiden Säulen der Imagestrategie wider und basiert auf den Befragungs-Erkenntnissen zur Mediennutzung der Zielgruppen. Bei der Wahl der Mittel war – für maximale Reichweite in der Außenwerbung und in den sozialen Medien – über den langen Kampagnenzeitraum hinweg große Flexibilität gefragt.



Sie standen Modell: Die Kampagnengesichter posierten vor einem Plakat des ersten Media-Flights.

ÜBRIGENS:

Der Werbedruck und damit auch die breite Wirkung beider Kampagnen-Flights wurden maßgeblich durch die Unterstützung von über 100 Kommunen und Kreisen erhöht. Ihnen gebührt großer Dank für die initiative Bereitstellung zahlreicher eigener Werbeflächen!

Bindung stärken

Für den richtigen Mediaeinsatz lauteten die ersten herausfordernden Zielstellungen, die sich direkt aus den Ergebnissen der Befragung ableiten ließen, etwa wie folgt:

- ▶ Wie können wir die Aufmerksamkeit und die Wahrnehmung der Öffentlichkeit auf das Thema Katastrophenschutz lenken und so die nötige Aufklärungsarbeit leisten?
- ▶ Wie können wir gleichzeitig das wortwörtliche Selbstbewusstsein der Engagierten als Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer stärken?
- ▶ Wie können wir über beide Mechanismen Wertschätzung ausdrücken und Stolz auf die eigene Arbeit in der eigenen Organisation erzeugen?

Die Antwort für den ersten Kampagnen-Flight lautete: mit einer breit angelegten, reichweitenstarken Out-of-Home-Kampagne in ganz NRW. Und gleichzeitiger organischer, aber starker Reichweite durch vielfältige Bespielung der organisationseigenen Social-Media-Kanäle.

„Wir“ sind überall!

Synchronisiert mit dem Kick-off-Event am 17. April 2021 startete auch der erste Media-Flight der Imagestrategie. Kurz vor dem Start des Livestreams aus dem Studio hat es sich Minister Herbert Reul nicht nehmen lassen, gemeinsam mit einigen der Kampagnengesichter das erste Großflächenmotiv mit dem „Wir-Motiv“ feierlich zu enthüllen. Die Plakate waren schließlich vom 27. April bis 31. Mai 2021 auf rund 1.600 Außenwerbeflächen in 350 Kommunen in ganz NRW zu sehen.



Aktivierung erlebbar machen

Nachdem die Öffentlichkeit für die ehrenamtliche Arbeit der Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer – auch durch die kontinuierlichen Erklärformate mit Clari – sensibilisiert worden war, galt es in der zweiten Stufe der Kampagne, Interessierte für eigenes Engagement zu aktivieren. Auch hierfür waren die theoretischen Mechanismen klar.

- ▶ Die direkte Ansprache über die 14 „Du-Motive“ braucht eine ebenso große Reichweite – aber noch stärker die gezielte Adressierung über die Organisationen selbst.
- ▶ Wir müssen die in Workshops befähigten Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter darin stärken, vor allem in den sozialen Medien für ihre lokale Organisation vor Ort zu werben.
- ▶ Das außerordentliche Gemeinschaftsgefühl im Ehrenamt in den Organisationen wird nur durch Beteiligungsformate in der Livekommunikation erlebbar.

Leider mussten aufgrund der Coronaschutzbestimmungen des Landes NRW zahlreiche geplante Events – wie die kooperativen „Wir-mit-Dir“-Formate – entfallen; der ERNST als Eventmobil kam erst nach Lockerung der coronabedingten Kontaktbeschränkungen im Jahresverlauf 2022 lokal buchbar zum Einsatz. Dafür wurde im digitalen Raum aber kräftig für Aufmerksamkeit gesorgt.

„Du“ kannst was bewegen!

Um die appellativen Messages in der Du-Ansprache zu den Menschen zu bringen, ging die Kampagne im zweiten Flight ebenfalls in die Breite. Auf 469 Außenwerbeflächen in ganz NRW konnten im Herbst 2021 die 14 Kampagnengesichter strahlen. Parallel startete der Digital-Media-Flight, der in sozialen und digitalen Medien darauf zielte, interessierte Userinnen und User auf die individualisierten Landingpages der lokalen Organisationen zu lenken.

Pro Organisation entstanden zwei Plakatsmotive, die mit den appellativen Du-Messages im zweiten Media-Flight großflächig in ganz NRW veröffentlicht wurden.

DAS SIND DIE ETAPPEN DER ZEITSTRAHL



21. Mai 2019
**PARLAMENTARISCHER
ABEND**



14. September 2019
**5 DEZENTRALE VERANSTALTUNGEN
FÜR DIE MITGLIEDER DER ORGANISATIONEN
„WIR SIND ... ENGAGIERT FÜR NRW“**

19. November 2019
**12. VERLEIHUNG DER
FÖRDERPLAKETTE
FÜR ARBEITGEBER**



5. Dezember 2019
**TAG DES
EHRENAMTES**



5. Dezember 2020
**TAG DES
EHRENAMTES**

5. Juli 2019
AUFTAKTSYMPOSIUM

2019

2020

1. Q.

2. Q.

3. Q.

4. Q.

1. Q.

2. Q.

3. Q.

4. Q.

**AUSWERTUNG
FORSCHUNGSSTAND
UND KONZEPTION EINER
WORT-BILD-MARKE**



**BEFRAGUNG DER
EHRENAMTLICHEN
KRÄFTE**



**BEFRAGUNG DER
BEVÖLKERUNG**



**ABSCHLUSSBERICHT DER
WISSENSCHAFTLICHEN STUDIE**

7. November 2020
FOLGESYMPOSIUM

7. Dezember 2020 bis Januar 2021
**SNEAK-KAMPAGNE CASTING
KATASTROPHENSCHÜTZER*INNEN**



**FEEDBACK-
WORKSHOPS**

**WORKSHOPS
KAMPAGNEN-
BOTSCHAFTER*
INNEN**



17. April 2021
**KICK-OFF IMAGESTRATEGIE
UND LAUNCH TOOLBOX**



2. Oktober 2021
**LANDESWEITER
KATASTROPHENSCHUTZTAG NRW
IN BONN**

22. September 2021
**13. VERLEIHUNG DER
FÖRDERPLAKETTE
FÜR ARBEITGEBER**

17. September 2021
DIALOGFORUM

21.06. bis 01.07.2021
**5 INFOABENDE FÜR
KAMPAGNENBOTSCHAFTER*INNEN**



5. Dezember 2021
**TAG DES
EHRENAMTES**



6. August 2022
**LANDESWEITER
KATASTROPHENSCHUTZTAG NRW
IN DORTMUND**



21. Mai 2022
**GRILL-EVENT FÜR
KAMPAGNENBOTSCHAFTER*INNEN**

5. März 2022
**FRÜHJAHRSTREFFEN
DER KAMPAGNENBOT-
SCHAFTER*INNEN**

30. Mai 2022
**ONBOARDING-
WORKSHOP**



10. September 2022
**LANDESWEITER
KATASTROPHENSCHUTZTAG NRW
IN KREFELD**

27. Oktober 2022
**14. VERLEIHUNG DER
FÖRDERPLAKETTE
FÜR ARBEITGEBER**



5. Dezember 2022
**TAG DES EHRENAMTES
UND ABSCHLUSS-
VERANSTALTUNG DER
IMAGESTRATEGIE**

2021

2022

1. Q.

2. Q.

3. Q.

4. Q.

1. Q.

2. Q.

3. Q.

4. Q.

SHOOTING



**1. PHASE
MITGLIEDERBINDUNG**

**2. PHASE
MITGLIEDERGEWINNUNG**



**START LANDINGPAGE-GENERATOR
UND RECRUITING-WORKSHOPS**



DIGITAL-MEDIA-FLIGHT

EHRENAMT - KINOSPOT UND KINO-FLIGHT

PROMOTION-UNTERSTÜTZUNG ERNST



**ERKLÄRFORMATE
CLARI**

DIE KAMPAGNENGESICHTER IN SZENE GESETZT DAS FOTOSHOOTING

Ein gemeinsames Fotoshooting mit allen 14 Gewinnerinnen und Gewinnern war im Februar 2021 nicht möglich. Aber unter Einhaltung der gültigen Umgangsregeln (Abstand halten, Hygieneregeln beachten, Alltagsmaske tragen) konnte das professionelle Fotoshooting in kleinen Gruppen stattfinden: Am 20., 21. und 27. Februar setzte unser Fotograf die Ehrenamtlichen nacheinander professionell in Szene.





Tobias Lorek



Stefan Schröder

DLRG



Sofia Kiefer



Daniel Menne



Michelle Lenz



Michael Groß



Johann Rattapon Woopen



Leonie Kezman



Nelly Herbort



Niklas Klinkenberg



Christoph Kochs



Yasemin Gündogdu



Jennifer Ganz



Miguel Kohlenbeck

Es gab eine Vielzahl starker Bilder. Die 14 Kampagnengesichter tragen ihre Einsatzkleidung und sprechen mit ihrem Blick direkt die Betrachterin und den Betrachter an.

DIE KAMPAGNE WIRD LEBENDIG

MEDIAL, DIGITAL, ÜBERALL DIE FORMATE DER KAMPAGNE

Spätestens zum Startschuss der Kampagne war klar, warum wir bei den Ehrenamtlichen auch von Engagierten sprechen. Rund 1.000 Menschen warteten beim virtuellen Kick-off-Event darauf, dass das zentrale Kampagnenmotiv enthüllt wird. Auch Kampagnenbuddy Clari hatte hier ihren ersten Auftritt im ERNST, auf den noch über 30 in den verschiedenen Video-Formaten folgen sollten. Dass die Kampagne Format hat, bewiesen sowohl die Kreise und Kommunen mit individueller Außenwerbung, als auch die unzähligen kreativen Postings der Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter in den sozialen Medien. Alles in allem: ganz großes Kino!

„Sichtbarkeit ist für mich ein elementarer Baustein bei der Stärkung des Katastrophenschutzes. Nur, wer uns kennt, und weiß, was wir tun, hat Interesse, sich zu engagieren. Durch die Imagestrategie mit den verschiedenen Formaten sind wir sichtbarer geworden. Dies ist ein erster wichtiger Schritt.“

Daniel Menne,
Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft Westfalen,
Ortsgruppe Brakel e.V.



STARTSCHUSS IM LIVESTREAM DAS KICK-OFF-EVENT

Das Kick-off-Event für die Kampagne war zweigeteilt – in einen offiziellen Auftakt sowie einen anschließenden Auftakt für die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter.

Rund 1.000 Zuschauerinnen und Zuschauer waren im Livestream des ersten Teils dabei, als am Samstag, 17. April 2021, der offizielle Kick-off der Kampagne für den Katastrophenschutz Nordrhein-Westfalen erfolgte. Vorgestellt wurden dabei auch das Kampagnenmotiv und das Erklärformat „Clari im ERNST“. Für die 295 Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter gab es anschließend eine zweite, ebenfalls virtuelle Auftaktveranstaltung. Dort wurden die Strategie sowie die nächsten Schritte konkreter erläutert, die Maßnahmenpakete vorgestellt und das Rollenverständnis der Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter vermittelt. Diese hatten außerdem die Möglichkeit, während der interaktiven Veranstaltung live Fragen zu stellen oder auch zu beantworten und sich so auf virtuellem Weg einzubringen. In diesem interaktiven Dialog wurde deutlich, wie sehr die Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer für ihr Engagement brennen. Das zeigte sich in besonders häufig genannten Erklärungen dafür, die die Ehrenamtlichen während der Veranstaltungen nannten: dass sie durch ihr Engagement einen sinnvollen Beitrag leisten und Wertschätzung erleben.



Im Bild (von links nach rechts): Anja Backhaus (Moderatorin), Daniel Menne (Engagierter bei der DLRG Westfalen in Paderborn), Nelly Herbort (Engagierte bei den Maltesern in Neuss) und Minister Herbert Reul.

„Durch die Kick-Off-Veranstaltung wurde das Netzwerk organisationsübergreifend spürbar gestärkt. Das Verständnis im Team, der Austausch untereinander und das Gefühl, in einer gemeinsamen Sache an einem Strang zu ziehen, machen wirklich großen Spaß. Ich bin sehr stolz, ein Teil davon zu sein.“

Nelly Herbort,
Malteser Hilfsdienst e. V.,
Stadtgeschäftsstelle Neuss,
Erzdiözese Köln

ENGAGEMENT SCHULTER AN SCHULTER DAS WIR-MOTIV

Zu jeder Imagekampagne gehören starke Bilder. Das zentrale Kampagnenmotiv – das „Wir-Motiv“ – generiert Aufmerksamkeit für das Ehrenamt und drückt die Wertschätzung für die Arbeit aller Engagierten aus.

Das Plakat zeigt Vertreterinnen und Vertreter aller Organisationen geeint vor einem Hintergrund, der unterschiedliche Szenarien von Einsätzen im Katastrophenschutz andeutet. Es begleitet die erste Phase der Kampagne und gibt damit dem Thema „Mitgliederbindung“ ein ausdrucksstarkes Gesicht. Denn symbolisch gesprochen stehen Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer Schulter an Schulter für andere ein. Das einsatztypische Equipment der Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer wurde bereits im Vorfeld mit den Organisationen abgestimmt. Der Hintergrund setzte sich zusammen aus organisationsspezifischen Einsatzszenarien mit Bildmaterial, das die Organisationen bereitgestellt hatten. Auf rund 1.600 Werbeträgern aller Art – von Großflächen und Citylights bis hin zu Ganzsäulen – waren die Plakate vom 27. April bis 31. Mai 2021 schließlich in 350 Kommunen in ganz NRW zu sehen. Über 100 Kommunen und Kreise unterstützten die Aktion durch Plakatierungen auf eigenen Flächen auch über den eigentlichen Zeitraum des Media-Flights hinaus. Teilweise findet man sie heute noch auf Plakatwänden, Bauzaunbannern etc.



Die Plakate waren in ganz NRW zu sehen.

Übrigens:
Das zentrale Kampagnenmotiv wurde nachträglich am Computer aus sieben Einzelmotiven zusammengesetzt. Wegen coronabedingter Abstandsregeln war eine gemeinsame Aufnahme von sieben Protagonistinnen und Protagonisten für das Gruppenfoto Schulter an Schulter nicht möglich.

**WER KOMMT,
WENN NICHTS MEHR GEHT?
DIE KATASTROPHENSCHÜTZER*INNEN!**

**WENN NICHT
WIR,
WER DANN?**

DAS EHRENAMT
#EngagiertFürNRW

**KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN**
#EngagiertFürNRW

© 2021 Katastrophenschutz NRW e.V. Alle Rechte vorbehalten. Das Logo ist ein eingetragenes Warenzeichen. Alle anderen Warenzeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Alle Rechte vorbehalten. Das Logo ist ein eingetragenes Warenzeichen. Alle anderen Warenzeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Alle Rechte vorbehalten.

Eine Initiative zur Stärkung der ehrenamtlichen Kräfte im Katastrophenschutz NRW.

Ministerium des Innern
des Landes Nordrhein-Westfalen



DLRG



MITGLIEDERGEWINNUNG GANZ INDIVIDUELL DIE DU-MOTIVE

Der Startschuss für den zweiten Teil der Imagekampagne fiel im dritten Quartal 2021, womit auch eine neue Wort-Bild-Sprache einherging. Statt des ersten „Wir-Motivs“ rückten nun die 14 Kampagnengesichter in den Fokus, die die Betrachterin/den Betrachter direkt ansprechen.

Zugeschnitten auf den inhaltlichen Schwerpunkt „Mitgliedergewinnung“ mit dem Ziel, potenzielle Neuzugänge für den Katastrophenschutz zu begeistern: Jede der sieben Organisationen wird von zwei Personen repräsentiert, die entsprechende Ausrüstung für einen im Hintergrund abgebildeten organisationsspezifischen Einsatz tragen. Nicht nur die zugewandte Körperhaltung, auch die entsprechende Headline dazu richten eine direkte Ansprache an die Betrachterin/den Betrachter. Getreu dem neuen Motto „Wenn nicht du, wer dann?“. Auf 469 Werbeträgern aller Art – von Großflächen und Citylights bis hin zu Ganzsäulen – waren diese Plakate vom 5. Oktober bis 4. November 2021 in ganz NRW zu sehen. Ein besonderer Dank geht hierbei an die Kommunen und Kreise, die die Aktion auf eigenen Plakatflächen unterstützt haben.



„Ich bin über ein FSJ zum ASB gekommen, wo ich einen ersten Kontakt zum Ehrenamt knüpfen konnte. Durch die Kampagne ist mir die Vielfältigkeit des Katastrophenschutzes bewusst geworden. Ich habe mir dann den Katastrophenschutz des ASB Mettmann angeschaut und entschieden: Das ist das Richtige für mich!“

Sophia Sachs,
Arbeiter-Samariter-Bund,
Kreisverband Mettmann e.V.

STARKE INITIATIVE AUF ALLEN EBENEN IN DEN GEMEINDEN, STÄDTEN UND KREISEN

Der Großteil des freiwilligen Engagements findet vor Ort statt: im Stadtteil, in der Nachbarschaft, im Dorf. Dieses Engagement fördert maßgeblich das Miteinander in unserer Gesellschaft und verdient daher unsere besondere Anerkennung und Wertschätzung.



In Nordrhein-Westfalen engagieren sich über 100.000 ehrenamtliche Kräfte unentgeltlich und freiwillig für das Gemeinwohl im Brand- und Katastrophenschutz. Diese Menschen haben durch die Imagestrategie zu Katastrophenschutz und Ehrenamt ein Gesicht bekommen. Und Nähe wurde auf unseren Motiven erzeugt. Der bewusste Verzicht auf professionelle Fotomodelle war ein Erfolgsgeheimnis der Kampagne. Die Plakate zeigten Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer aus dem echten Leben und waren eine Art Dankeschön an die Ehrenamtlichen. Die Kampagne kam gut an. Genau dort, wo ehrenamtliches Engagement so wichtig ist. In Vereinen, Kultureinrichtungen, Schulen, in der direkten Nachbarschaft oder im Stadtteil unterstützten wir die, die sich kümmern. Denn hier findet der überwiegende Teil des bürgerlichen Engagements statt. Die große Bereitschaft der Kommunen, Strukturen zu schaffen und das Ehrenamt auf vielfältige Art und Weise zu unterstützen, stärkte die Kampagne. Ihnen gebührt daher besonderer Dank. Menschen werden in ihrem unmittelbaren Umfeld aktiv, wenn sie merken, dass ihr Einsatz etwas verändert, dass es möglich ist, die Gesellschaft mitzugestalten. Die Imagekampagne leistete ihren Beitrag dazu, die Bedeutung des Katastrophenschutzes für unsere Gesellschaft in der Öffentlichkeit bekannter zu machen. Die Rolle des Ehrenamtes in Ansehen und Ausübung galt es, nach außen sichtbar zu stärken und das Engagement der/des Einzelnen und der vielfältigen Gemeinschaft der Organisationen zu würdigen.

Lena Kalinke (DLRG-Ortsgruppe Wipperfürth) mit einem individualisierten Plakat (oben). Auch Busse konnten plakatiert werden.



Die Feuerwehr aus Siegen brachte ein großes Transparent am Schlauchturm der Wache an.



Der Katastrophenschutz des Kreises Coesfeld mit (von links nach rechts) den stellvertretenden Kreisbrandmeistern Günter Reuver und Matthias Heuermann, Landrat Dr. Christian Schulze Pellengahr sowie Kreisbrandmeister Christoph Nolte plakatierte ebenfalls.



Bürgermeister Torben Blome neben einem Katastrophenschutz-Plakat in Lügde.



Auch Jürgen Müller, der Landrat des Kreises Herford, sagte allen Engagierten danke.

„Katastrophenschutz hat in den Kommunen eine herausragende Bedeutung. Imagekampagne und Katastrophenschutztage haben dafür gesorgt, dass ehrenamtliches Engagement im Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen sichtbarer wird. Unser Ziel ist, mehr Menschen zur Mitwirkung zu begeistern.“

Dr. Christine Wilcken,
Beigeordnete,
Städte- und Kreisrat Nordrhein-Westfalen

Dr. Marco Kuhn,
Erster Beigeordneter,
Landkreisrat Nordrhein-Westfalen

Andreas Wohland,
Beigeordneter, Städte- und Gemeinde-
bund Nordrhein-Westfalen

KAMPAGNE ON TOUR – ... IM ERNST!

42 Jahre alt, vier Räder, knallgelbes Äußeres: Gestatten, das ist ERNST. Das unverwechselbare Kampagnenmobil für die Entdeckungsreisen rund um den Katastrophenschutz, treues Gefährt für Kampagnenbuddy Clari und Unterstützer bei Events der Organisationen. Mit ERNST ging die Kampagne sprichwörtlich auf Tour in ganz NRW.



Das ist ERNST: Das Kampagnenmobil war allein schon mit seinem markanten Äußeren in Knallgelb ein absoluter Hingucker und somit idealer Werbeträger für die Kampagne.

...im ERNST



Dabei war er nicht nur Clari schnell „sehr ans Herz gewachsen“. Der Mercedes-Bully, Baujahr 1980, entwickelte sich zu einem prägenden Teil der Kampagne. Auch deshalb, weil er in ganz NRW öffentlichkeitswirksame Auftritte hatte: etwa bei den Katastrophenschutztagen in Bonn, Dortmund und Krefeld, beim Grill-Event in Duisburg oder am 5. Dezember beim Tag des Ehrenamtes in Düsseldorf. Außerdem konnte er von Mai bis Ende November 2022 direkt von den Organisationen für eigene Veranstaltungen gebucht werden.



Dabei kam ERNST nie allein aus seiner Garage in Frechen zum Event. Zur Wahl standen das Premium-Paket mit Promoterin oder Promoter und das einfache gehaltene Basic-Paket für Selbstfahrerinnen und Selbstfahrer. In diesem war auch ERNSTs Promo-Gepäck enthalten: zwei Beachflags, ein Counter, zwei Liegestühle, die analogen Wasser- und BlackOut-Quiz und ein Pavillon – alles im coolen Kampagnendesign. Auf diese Weise war es nicht nur einfach, mit den Besucherinnen und Besuchern des Events ins Gespräch zu kommen. ERNST sorgte für Hingucker und Momente der Entspannung und war ein tolles Fotomotiv für die eigenen Social-Media-Kanäle. Die Buchung war kostenfrei, einzig die Tankkosten mussten die Organisationen selbst tragen.



ERNST kam mit einem umfangreichen Promo-Gepäck zu seinen Einsätzen.

ERKLÄRUNG MIT GANZ VIEL FORMAT

CLARI IM ERNST

Mit Charme, klugen Fragen und ganzem Körpereinsatz hat sie Kampagne und Katastrophenschutztage begleitet: Clari. Mit der Moderatorin wurde der Katastrophenschutz in all seiner Vielfalt greifbar. Denn bei ihren Entdeckungsreisen im ENRST zu den sieben Organisationen und bei Moderationen war die Videokamera dabei. Das Ergebnis sind abwechslungsreiche Video-Formate rund um den Katastrophenschutz.

Challenges mit den Organisationen, Alltags-Einblicke und persönliche Berichte finden sich im informativen Erklärformat zusammen. Die Links zu den etwa zwölfminütigen Beiträgen sind sowohl über den Shop in der Toolbox als auch über den YouTube-Kanal #EngagiertFürNRW abrufbar und können geteilt werden.



7 ERKLÄR-FORMATE

21 MINI-CLIPS

160+ SEITEN SKRIPT

38.210+ VIEWS

YouTube
#EngagiertFürNRW



„Was im Namen des Katastrophenschutzes ist denn das?“ Diese Frage ist Grundlage für das Mini-Format „Dingens Dinger“. In weniger als 60 Sekunden stellt Clari darin rätselhafte Gegenstände aus dem Katastrophenschutz vor. Weitere kurzweilige Formate sind auch das Interview-Format „5 schnelle Fragen“, in dem Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer zu Wort kommen, oder „Sieben Geschichten aus dem Katastrophenschutz“. Sie waren und sind perfekt, um bei Social Media viral zu gehen.

Claris Moderation der beiden Katastrophenschutz-tage 2022 in Dortmund und Krefeld komplettierte ihren Einsatz für den Katastrophenschutz. Kein Wunder also, dass sie sich am Ende der Kampagne auch vorstellen konnte, selbst ein Ehrenamt im Katastrophenschutz zu übernehmen: „Nach jedem Treffen mit Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern war ich durch sie sehr inspiriert und motiviert. Ich kann es mir auf jeden Fall für die Zukunft vorstellen, wenn mein Beruf es erlaubt.“

Das ist Clari
Name: Clarissa Corrêa da Silva
Im TV: u.a. Sendung mit der Maus,
Wissen mach Ah!, Kummerkasten
bei KiKA

3 FRAGEN AN ...

Clarissa Corrêa da Silva

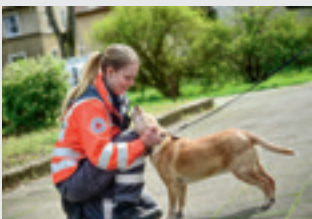
Was zeichnet ehrenamtliche Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer aus?
Eine enorme Überzeugung, ehrenamtlich tätig zu sein. Motivation, Teamgeist und ein riesengroßes Herz. Sich ehrenamtlich im Katastrophenschutz zu engagieren, war bei allen ein absolutes Herzensding und stand an oberster Stelle – und somit die Bereitschaft, das in seinen Arbeits- und Familienalltag ständig zu integrieren.

Was hat Sie am meisten überrascht und beeindruckt?

Am meisten, dass die meisten Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer, die ich kennenlernen durfte, seit sehr jungen Jahren ehrenamtlich tätig sind. Das bedeutet ja, dass dieses Engagement sie durch viele Phasen ihres Lebens begleitet hat und weiter begleiten wird. Diese daraus entstehende Motivation, nie dieses Engagement in Frage zu stellen, davor habe ich Hochachtung.

Welches Fazit der Kampagne ziehen Sie?

Jede und jeder kann in seinem Alltag etwas Ehrenamtliches tun. Allein im Katastrophenschutz gibt es so viele unterschiedliche Bereiche, dass wirklich jede/r einen Platz finden kann.



Der Hashtag #EngagiertFürNRW ist die schnell etablierte Verbindung, die die Organisationen, die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter sowie Interessentinnen und Interessenten nutzen. Ihre Aktivitäten erhalten so einen Rahmen. Denn der Ansatz ist nicht, über einen eigenen zentralen Social-Media-Kanal die Kampagne virtuell mit Leben zu füllen. Vielmehr lebt sie über das virtuelle Engagement aller Beteiligten.

#ENGAGIERTFÜRNRW

SOCIAL MEDIA

Bereitgestellt wurden Vorlagen für alles, was über die sozialen Netzwerke verteilt werden konnte. Im Fokus standen dabei die bekanntesten Plattformen Facebook, Twitter und Instagram. Auf YouTube ist die Kampagne mit all ihren Videoformaten auf einem eigenen Kanal zu finden. Wie der heißt? #EngagiertFürNRW.



14.850+ POSTINGS
#EngagiertFürNRW

GEFAHRENSUCHER TRIFFT MANTRAILER

DANIEL DANGER VS. DRK-SUCHHUNDESTAFFEL

Als 1LIVE-Radiomoderator Daniel Danger zwei Rettungshunde des Deutschen Roten Kreuzes herausforderte, kam dabei eine spannende Aktion heraus, die beste Aufmerksamkeit für den Katastrophenschutz erzeugte. So geschehen im Frühjahr 2021.



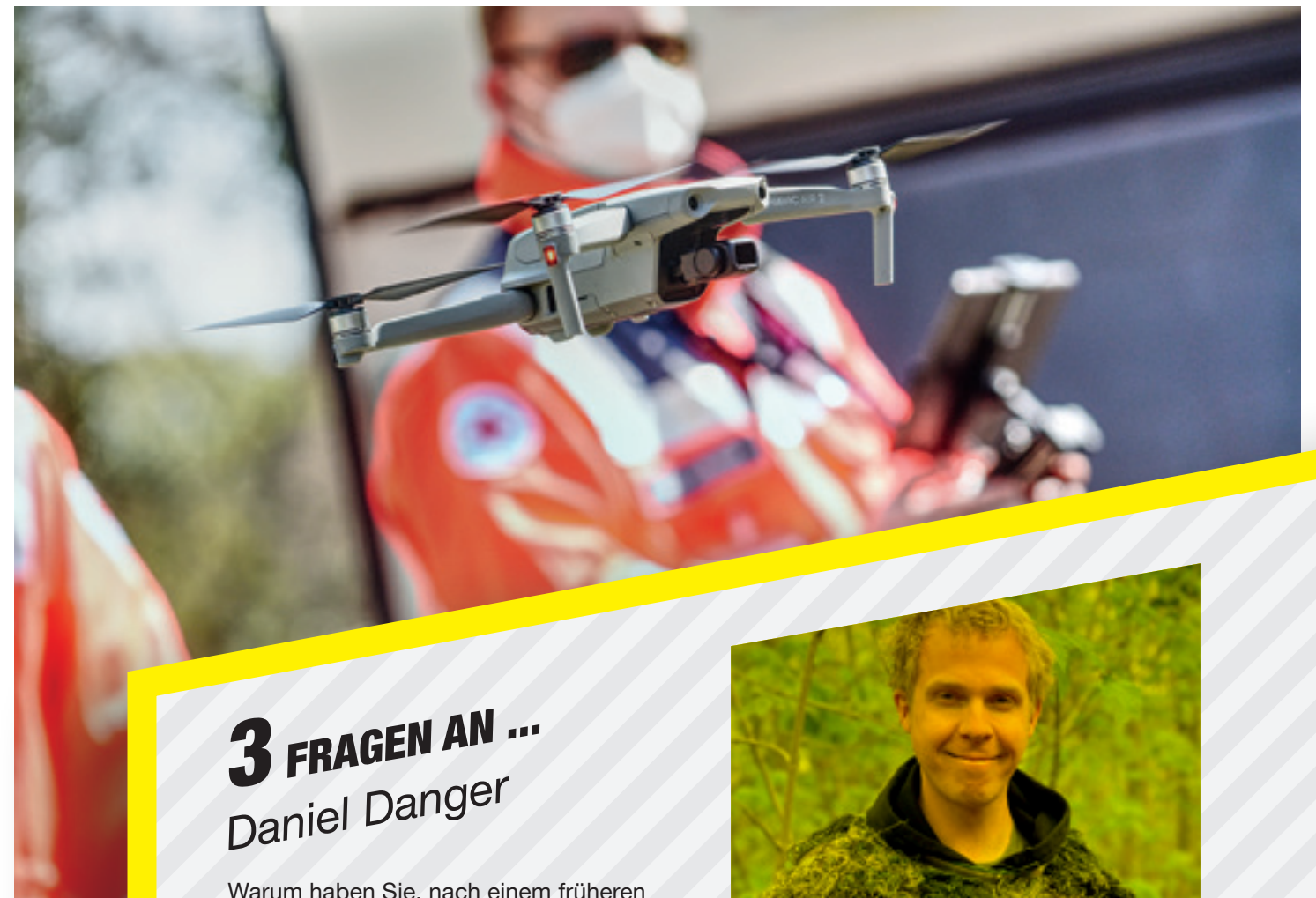
Das Gespann aus Aik und Jan Heymans vom DRK-Kreisverband Viersen kam Daniel Danger schnell auf die Fährte.

Daniel Danger – mit bürgerlichem Namen Daniel Schlipf – ist bekannt dafür, Challenges der besonderen Art anzunehmen. Im Zuge des 1LIVE-Themenschwerpunkts „Ehrenamt im Katastrophenschutz“, der an die Katastrophenschutz-Kampagne anknüpfte, forderte er die Spürnasen des DRK Nordrhein heraus. Schauplatz: ein Waldstück zwischen Duisburg und Mülheim an der Ruhr. Am Start: Mantrailer Kalle mit Hundeführerin Veronique Müller vom Kreisverband Mülheim sowie das Gespann Aik und Jan Heymans vom Kreisverband Viersen. Die Koordination übernahm der Einsatzleitwagen des Kreisverbandes Viersen, und aus dem Oberbergischen Kreis war die Drohnstaffel angereist, um den Triumph der Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer wie im richtigen Einsatz aus der Luft zu dokumentieren.

Denn natürlich hatten die Spürhunde die Nase vorn. Trotz einer Stunde Vorsprung und vielen Ablenkungsversuchen folgte Kalle Daniel Danger quasi auf dem Fuß. Nur neun Minuten brauchte Aik danach, um den Moderator im Wald aufzuspüren. Trotz Niederlage: Daniel Danger freute sich, diese Aktion durchgezogen zu haben: „Wenn am Ende auch nur zwei oder drei Menschen sagen: Toll, da wollen wir mitmachen! – Dann haben wir schon was erreicht. Aber besser wäre es natürlich, wenn es noch viel mehr wären!“

ÜBRIGENS:

Nicht nur in Printmedien und im Radio wurde über die Challenge berichtet – rund 15.000 Views hat auch die Video-Reportage bei YouTube.



3 FRAGEN AN ... Daniel Danger

Warum haben Sie, nach einem früheren Einsatz für den Katastrophenschutz in Köln, auch diese Kampagne unterstützt?

Ohne die unzähligen Ehrenamtlichen würde es den Katastrophenschutz nicht geben. Daher war es mir eine große Ehre, es zu unterstützen, genau diese Menschen in den Fokus zu stellen. Außerdem ist es sehr wichtig, die Öffentlichkeit darüber aufzuklären, was der Katastrophenschutz bedeutet und wie vielfältig er ist.

Welchen Stellenwert hat der Katastrophenschutz für Sie?

Der Katastrophenschutz hat einen sehr großen Stellenwert für mich. Vor wenigen Jahren wusste ich selbst noch gar nicht, was der Katastrophenschutz alles leistet. Nicht zuletzt das Jahrhundertereignis der Hochwasserkatastrophe 2021 hat gezeigt, wie wichtig die Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer für das ganze Land sind. Nicht nur dort haben sie Unglaubliches geleistet und nicht selten ihr eigenes Wohl hinter das gefährdeter Mitmenschen gestellt. Davor kann der Respekt nicht groß genug sein.

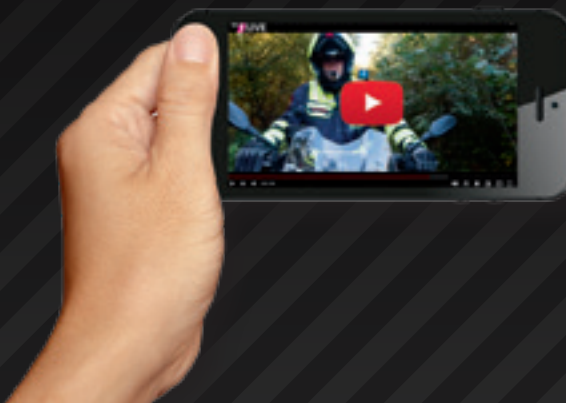


Hat sich durch die Rettungshunde-Challenge und die Moderation während des Katastrophenschutztages in Dortmund Ihr Bild des Katastrophenschutzes gewandelt?

Ehrlich gesagt nein, weil ich den Katastrophenschutz und dessen umfangreiche Arbeit erfreulicherweise ja schon einige Jahre zuvor näher kennenlernen durfte. Dazu passte die tolle Leistung der Rettungshunde-Staffel. Gleichwohl durfte ich einmal mehr die Vielfalt feststellen. Der Katastrophenschutztag in Dortmund hat mir gezeigt, mit welcher großartiger Leidenschaft alle Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer für ihre jeweilige Aufgabe unterwegs sind und wie groß die Dankbarkeit und das Interesse der Öffentlichkeit doch auch sind.

EHRENAMT AUF DER GROSSEN LEINWAND

DER SPOT FÜRS KINO



ÜBRIGENS:
DEN SPOT IN KINOQUALITÄT SAHEN AUF DEM
YOUTUBE-KANAL #ENGAGIERTFÜRNRW
RUND 4.100 MENSCHEN.

Actionfilme? Machen wir selbst und bringen den Katastrophenschutz ganz groß raus. Im Oktober feierte unser Ehrenamt-Kampagnen-Spot auf der großen Leinwand Premiere. In ganz Nordrhein-Westfalen, in 68 Städten, in über 100 Kinos und auf mehr als 500 Leinwänden hieß es: „Wenn nicht du, wer dann?“

Ob Familienfilm oder Superheldenfilm – in jedem Fall gab es schon vor dem Hauptfilm ein echtes Highlight zu sehen. Sympathisch. Emotional. Imagestärkend. Die Kino-Kampagne lief rund sechs Wochen in den nach Zuschauerzahlen traditionell starken Kino-Monaten Oktober und November. In diesem Zeitraum war der 30 Sekunden lange Ehrenamt-Kampagnen-Spot zu sehen.

Kinowerbung bietet einen hohen Erinnerungswert und erreicht vor allem junge Menschen im Alter von 14 bis 39 Jahren. Hier kommt Werbung im Vergleich zu anderen Medien besonders gut an. Denn das Kinoerlebnis beginnt schon vor dem Hauptfilm und Werbung wird eher positiv aufgenommen. Das trägt dazu bei, dass Kinowerbung die Bekanntheit einer Marke sowohl regional als auch überregional steigern kann. So konnten über einen ausgeklügelten Algorithmus, der für die Ausspielung der Kinowerbung verantwortlich war, über 1,4 Millionen Menschen mit dem Katastrophenschutz-Kinospot erreicht werden und so gleichzeitig auf die Kampagne #EngagiertFürNRW aufmerksam gemacht werden.

„Es war mir eine große Freude, am Dreh des Spots mitwirken zu können und somit Teil der Kampagne zu sein.“

Sandra van der Lugt,
Technisches Hilfswerk,
Ortsverband Wesel

EIN WERKZEUGKOFFER FÜR ALLES

VOR ORT IM EINSATZ DIE TOOLS DER KAMPAGNE

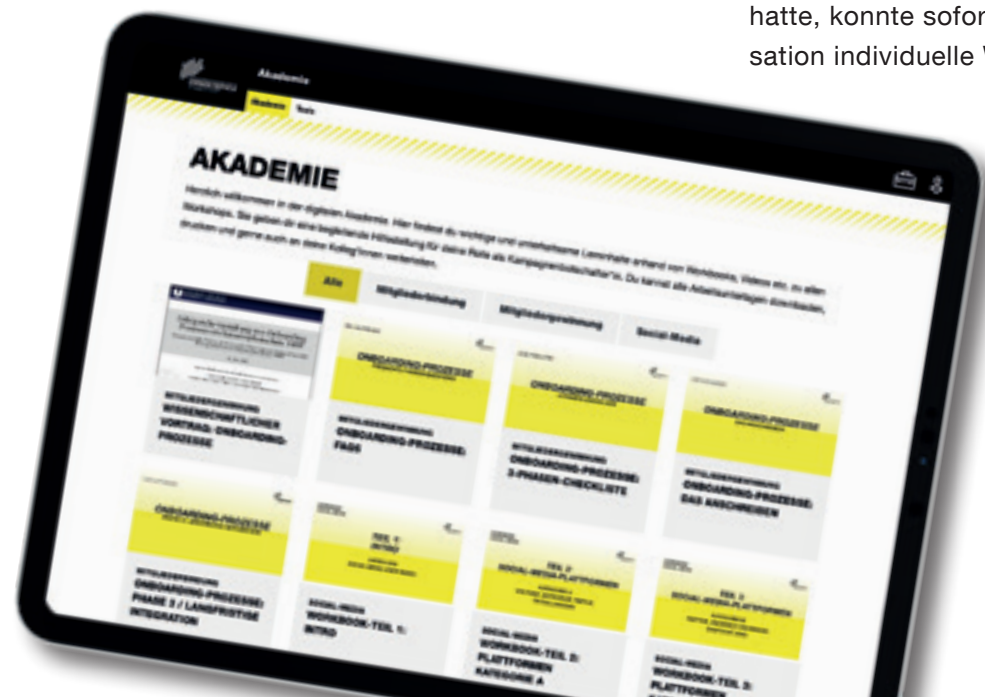
Öffentlichkeitsarbeit ist eine unerlässliche Arbeit. Und die erledigt man am besten mit professionellen Werkzeugen. Für alle, die auf unterschiedlichen Ebenen in ihrer Organisation im Sinne der Kampagne aktiv werden wollten, haben wir mit der digitalen Toolbox einen mächtigen Werkzeugkoffer bereitgestellt. So wurden über die Akademie knapp 300 Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter in Social Media unterstützt. Im Shop konnten individualisierte Werbemittel er- und bestellt werden. Und mit dem Recruiting Assistant, digitalen Bannern und lokalen Landingpages konnte die Kampagne ihre Kraft vor Ort voll entfalten.

HILFE UND HANDWERKSZEUG ALLES IN DER TOOLBOX

Die Toolbox war ein gut sortierter Werkzeugkasten, der die Ehrenamtlichen in die Lage versetzt hat, ohne viel Aufwand Mitgliederbindung und -gewinnung aktiv selbst zu gestalten. Dafür fanden sie in der Toolbox Informationen und praktische Online-Tools, die während der Kampagne in regelmäßigen Abständen aktualisiert und ergänzt wurden.

Sie bildete in Echtzeit ab, was alles in der Kampagne für den Katastrophenschutz und fürs Ehrenamt passierte. Die Inhalte, auf die die sieben Organisationen sowie die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter Zugriff hatten, waren kostenlos. Die Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer, die ebenfalls Interesse hatten, mit dem umfangreichen Angebot der Toolbox zu arbeiten, konnten sich anmelden und erhielten

danach auch Zugriff. Ausgenommen davon waren nur die Workshops. Die Individualisierungsfunktion der Toolbox wurde seit Kampagnenstart kontinuierlich erweitert. Angemeldeten Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern stand mit der Zeit eine große Auswahl an individualisierbaren Artikeln für den Katastrophenschutz und die Mitgliedergewinnung zur Verfügung. Dadurch ließ sich der öffentliche Auftritt zum Beispiel auf Messen und Events passend zur jeweiligen Organisation gestalten. Denn für jede Organisation stand ein organisationsspezifisches Bundle an Online- wie Offline-Maßnahmen bereit, in dem alle spezifischen Daten enthalten waren. Wer Spaß am Gestalten hatte, konnte sofort loslegen und für seine Organisation individuelle Werbemittel bereitstellen lassen.



Auf die richtigen Werkzeuge kommt es an:

Die Tools

An dieser Stelle waren alle Werkzeuge versammelt, die für eine erfolgreiche Kampagnenarbeit vor Ort wichtig und hilfreich sind. Es gab einen Überblick über digitale und analoge Hilfsmittel, die in der Toolbox direkt verlinkt waren.

Der Shop

Im Shop gab es alles, was das Kampagnenherz begehrt und was die Werbetrommel für den Katastrophenschutz und das Ehrenamt antreibt: vom Profilbildrahmen über Print- und Online-Maßnahmen bis hin zu einem Großflächenplakat und individualisierbaren Postings.

Das BrandCenter

Wie wird das Logo verwendet? Welche Varianten sind erlaubt, welche nicht? Das BrandCenter beantwortete alle diese Fragen und gab Informationen rund um das Katastrophenschutz-Logo.

Die Presse

Im Bereich Presse fanden sich alle Pressemeldungen, die von den Organisationen individuell genutzt werden konnten.

Die Events

Bei Events fand man alle öffentlichen Veranstaltungen und Rückblicke sowie Informationen über vergangene Events.

Die Akademie

In der Akademie standen Lerninhalte zur Kampagnenarbeit zur Verfügung. Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter hatten hier außerdem Zugang zu ihren Workshops.

Der Recruiting Assistant

Der Recruiting Assistant hob die Kampagne auf die nächste Stufe. Er legte den Fokus auf die Mitgliedergewinnung und gab in der Praxis erprobte Hinweise, potenzielle Ehrenamtliche zu gewinnen und für den Katastrophenschutz zu begeistern.

Das Dashboard

Online einfach den Überblick behalten. Mit dem Dashboard wurden alle Bestandteile der Kampagne übersichtlich aufgeführt.

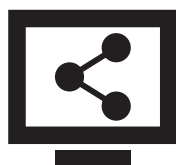
WORK UND SHOP

ALLES FÜR DIE KAMPAGNENARBEIT



**Gesucht und gefunden:
Das Vernetzungstool**

In der digitalen Welt ist Vernetzung das oberste Gebot, um erfolgreich zu sein, Aufmerksamkeit zu generieren und sich vom Einsatz anderer für die eigene Arbeit inspirieren zu lassen. Auch unter den Ehrenamtlichen ist der Wunsch danach groß. Mithilfe der Suchfunktionen für Umkreis und/oder Namen konnten sie einfach andere Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter finden. Dabei konnte jeder selbst entscheiden, welche persönlichen Informationen er für die Kontaktaufnahme in seinem Nutzerprofil bereitstellen wollte. Die Vernetzung lief dann ganz einfach über die Kanäle E-Mail, Telegram oder WhatsApp. Und damit war auch Kontakthalten abseits der Toolbox ganz einfach.



**Gewusst, wie:
Die Toolbox-Tutorials**

Wie ließen sich Werbemittel für die eigene Kampagne individualisieren? Wo gab es Give-Aways im Kampagnendesign? Wie ließ sich der Hashtag #EngagiertFürNRW im Social-Media-Bereich nutzen und wie ließen sich Postings gestalten? Diese und viele weitere Fragen wurden in kurzen Video-Tutorials beantwortet. Die Kurzclips stellten einen Leitfaden für die wichtigsten Tools in der Toolbox dar, die mit der Zeit um weitere Themen ergänzt wurden. Schritt für Schritt wurde in den in der Regel ein bis zwei Minuten langen Clips die richtige Nutzung erklärt und es wurde erläutert, und wo zusätzliche Informationen weiterhelfen könnten. Die Toolbox-Tutorials stellten eine Hilfestellung für die digitale Welt dar und waren eine Inspirationsquelle für die Kampagnenarbeit. Wer wissen wollte, was er beim Kampagnendesign beachten musste, war anschließend in der Lage, zum Beispiel das Kampagnenlogo, den QR-Code, den Textbereich und die Kontaktangaben zu bearbeiten und am Ende des Prozesses druckfähige Dateien herunterzuladen.

Das KatS-Quartett



„Wir Johanniter konnten mit unserem KatS-Quartett zeigen, dass sich unterschiedliche Menschen, ob jung oder alt, Studentin, Bürokauffrau oder Handwerker, gemeinsam ehrenamtlich im Katastrophenschutz engagieren können. Und dass der Katastrophenschutz und seine Aufgaben interessant und vielfältig sind.“

Tobias Hahn,
Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.,
Regionalverband Niederrhein

Das waren die beliebtesten
Artikel im Shop:

**SOCIAL-MEDIA-PAKET,
KAMPAGNENMOTIV ZUR
MITGLIEDERBINDUNG**



**VIDEO ZUR MITGLIEDER-
BINDUNG: „WER KOMMT,
WENN NICHTS MEHR GEHT?“**



**Einkufen im virtuellen Kaufhaus:
Der Shop**

Dort konnten die Nutzerinnen und Nutzer ihren virtuellen Einkaufswagen mit kostenlosen Inhalten füllen. Im Angebot war alles, was für die Aufgabe gebraucht wurde: sämtliche Print- und Online-Maßnahmen als Vorlage – vom Profilbildrahmen bis zum Großflächenplakat –, ein umfangreiches Social-Media-Paket mit dem zentralen Kampagnenmotiv ebenso wie aktuelle Posting-Texte und Links zu Videoformaten wie „Clari im ERNST“ oder „Dingens Dinger“. Druckvorlagen wurden zum Download angeboten, ebenso Online-Advertorials, die auf den Social-Media-Kanälen eingebunden werden konnten. Mit den bereitgestellten Vorlagen waren die Ehrenamtlichen in der Lage, auf sie zugeschnittene Druckmedien erstellen zu lassen. Es reichte, einfach eine Anfrage über die Toolbox zu hinterlassen.



**INSTAGRAM-STORY,
STICKER-PAKET**

ANGEBOT UND AUSTAUSCH

ALLES FÜR DIE KAMPAGNENBOTSCHAFTER*INNEN

Damit die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter ihre Aufgaben mit Leben füllen konnten, gab es praktische Angebote, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten waren.

Mit Workshops und anschließenden Sprechstunden zu den Themenbereichen Mitgliederbindung, Mitgliederengewinnung und Social Media. Die Idee dahinter: „Train the Trainer“. Denn eine zentrale Aufgabe der Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter bestand darin, sie zu befähigen, andere Ehrenamtliche anzuleiten, aktiv zu werden und sie in den Bereichen Social Media, Mitgliederbindung und Mitgliederengewinnung zu coachen. Der Zugang stand zum Kampagnenstart in der Toolbox bereit.

Konzipiert waren die Workshops als Präsenzveranstaltungen. Aufgrund der Pandemie wurde das Format Ende 2020 in eine neue digitale Form gegossen.

Die erste Runde fand von Anfang Mai bis Mitte Juli 2021 statt. Weil der Wunsch danach so groß war, wurden im Herbst 2021 die Workshops fortgesetzt. Im Fokus diesmal: den Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschaftern Wege aufzuzeigen, wie sie ihre persönlich beste Strategie finden, auf Interessenten und damit potenzielle Neuzugänge zuzugehen. Das digitale Frühjahrstreffen 2022 knüpfte nahtlos daran an. Gemeinsam mit dem Keynote-Speaker Cristián Gálvez wurde auf das Engagement im Katastrophenschutz und ein ereignisreiches Jahr 2022 vorausgeschaut, in dem es gleich zwei landesweite Katastrophenschutztage NRW geben sollte. Im Sommer folgte ein Workshop zum erfolgreichen Onboarding-Prozess. Hier stand die Frage im Mittelpunkt, wie man Menschen am besten für das Ehrenamt im Katastrophenschutz NRW gewinnt. Prof. Dr. Elisabeth Kals von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt führte mit ihrem Team von Sozial- und Organisationspsychologinnen professionell durch den Workshop, präsentierte die Learnings aus ihrer für das Ministerium durchgeführten Studie zum Ehrenamt im Katastrophenschutz und sensibilisierte die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Notwendigkeit einer individuellen Onboarding-Strategie.

Mit der Akademie stand eine digitale Ergänzung zu bereits absolvierten Workshops zur Verfügung, die eine Weiterbildung am heimischen PC oder Laptop zuließ. Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer konnten sich so jederzeit mit den aufbereiteten Inhalten beschäftigen. Wissen, Praxis und Vernetzung – alle Arbeitsunterlagen standen als Workbooks, Arbeitsblätter oder Kurzclips bereit.

13 TERMINE

178 TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER

150H KONFERENZ

17 SPRECHSTUNDEN/RETROSPEKTIVEN

4 VON 5 TEILNEHMENDEN HABEN DIE WORKSHOPS WEITEREMPFOHLEN

DAS SAGEN DIE TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER

„Für mich war der gesamte Workshop interessant. Ich hätte gerne mehr davon!“

„Für mich war es sehr hilfreich, dass ich Methoden zur Ideenfindung gelernt habe.“

„Ich nehme richtig viel mit: Die Arbeit mit dem Conceptboard war inspirierend, ich habe viele Ideen erhalten, wie ich Projekte angehen kann und welche Schritte als Nächstes nötig sind.“

„Die aktiven Gruppenphasen und die Zusammenarbeit mit anderen haben mir sehr viel Spaß gemacht.“

„Ideen für die Umsetzung praktischer Maßnahmen waren für mich am hilfreichsten. Davon hätte ich gern mehr gehabt.“

„Es war ein herausragender Workshop, danke! Der Austausch mit den anderen Teilnehmenden war besonders gut.“

„Es war viel interaktive Theorie, ich habe viel über Social Media gelernt.“

„Die Workshops waren ein sehr guter Raum für Austausch und Netzwerken mit anderen Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschaftern.“

„Man konnte gut verstehen, was einen selber antreibt, auf Social Media bestimmte Themen zu verfolgen.“

„Wie ich die richtige zielgruppenorientierte Ansprache verfasse, war besonders wichtig für mich.“

DAS SAGEN DIE TRAINERINNEN UND TRAINER

„Es ist bereits eine eigene interne Facebook-Gruppe entstanden. Darüber sind die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter seitdem in Austausch.“

„Die Teilnehmenden haben im Anschluss die Kurzweiligkeit gelobt und auch, dass sie viel selbst erarbeiten mussten. Sichert den Lerntransfer.“

„Insgesamt habe ich die Workshops als sehr positiv erlebt und auch die Teilnehmenden als offen, sich aktiv beteiligend und dankbar für das Angebot.“

KONTAKTEN UND VERNETZEN

ONLINE UND IN REAL LIFE

Vernetzung und Austausch mit anderen sind für eine erfolgreiche Kampagnenarbeit das A und O. Zur Unterstützung der Kampagne wurden ehrenamtliche Kräfte in ihrem Engagement bestärkt und aufgefordert, als Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter neue Mitglieder für die Organisation zu gewinnen.



Endlich mal wieder ein reales Treffen gab es beim Grillevent im Mai 2022 in Duisburg mit 45 engagierten Ehrenamtlichen.

Standen 2021 noch die digitalen Formate im Vordergrund, konnte 2022 die Kampagne auch im persönlichen Austausch vorangebracht werden. Bei zahlreichen lokalen Events lag das Augenmerk auf dem Miteinander. Der Austausch und der Spaß an der Sache wurden ernst genommen. Stellvertretend dafür stand das Grillevent im Mai 2022, das unter dem Motto „Wurst-Case-Szenario“ in Duisburg ausgerichtet wurde. Über die Grenzen der Organisationen hinweg tauschten sich 45 Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter sowie Kampagnenmitglieder über die Themen der Imagestrategie und darüber hinaus aus. Dabei wurden auch die zahlreichen Möglichkeiten, die sozialen Medien für die Kampagnenarbeit zu nutzen, besprochen. Besondere Aufmerksamkeit aller Beteiligten an so einem Tag aber lag bei ihm: ERNST. Das knallgelbe Kampagnenmobil, das inklusive umfangreicher Ausstattung für eigene Veranstaltungen gebucht werden konnte, war ein begehrter Hintergrund für Selfies. Die Idee des erstmals ausgerichteten „Wurst-Case-Events“ wird sicher Nachahmerinnen und Nachahmer finden. Warum? Weil es allen sprichwörtlich gut geschmeckt hat.

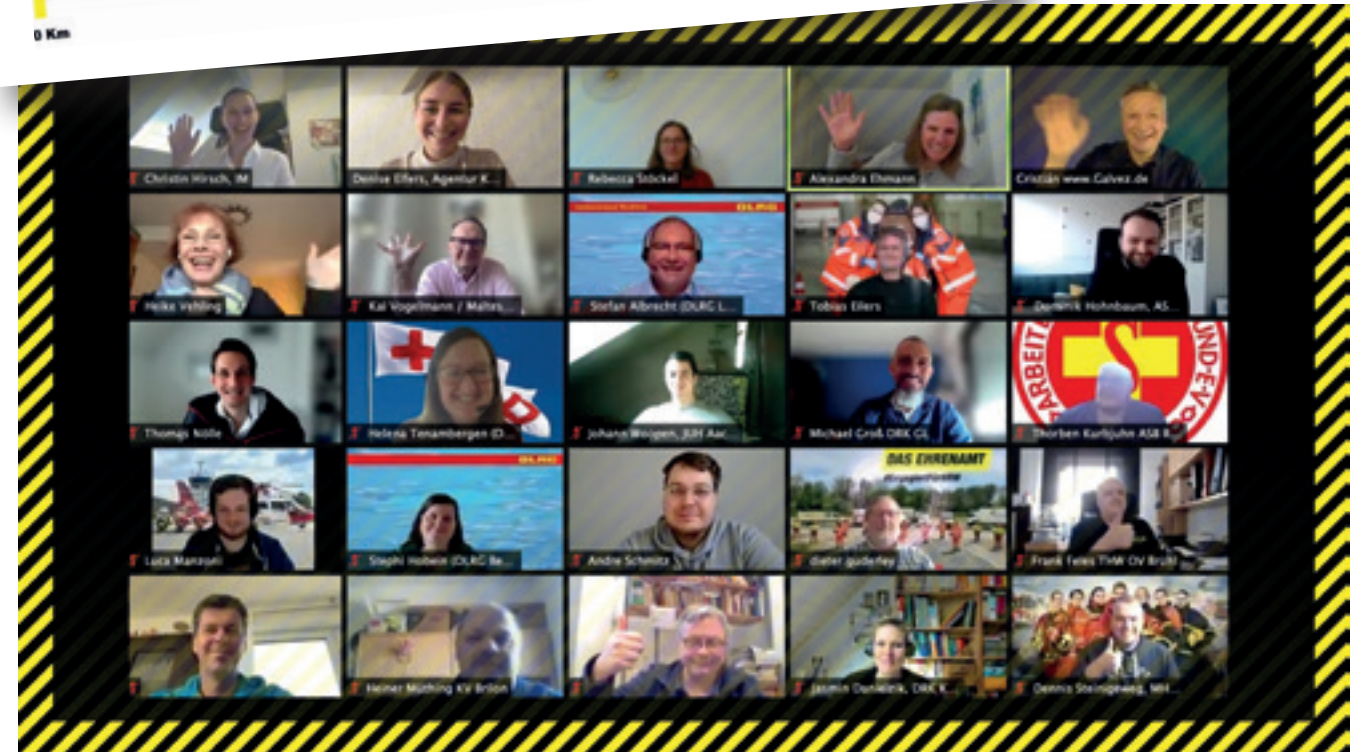
KAMPAGNEN-BOTSCHAFTER*INNEN FINDEN

Umkreis:

0 Km

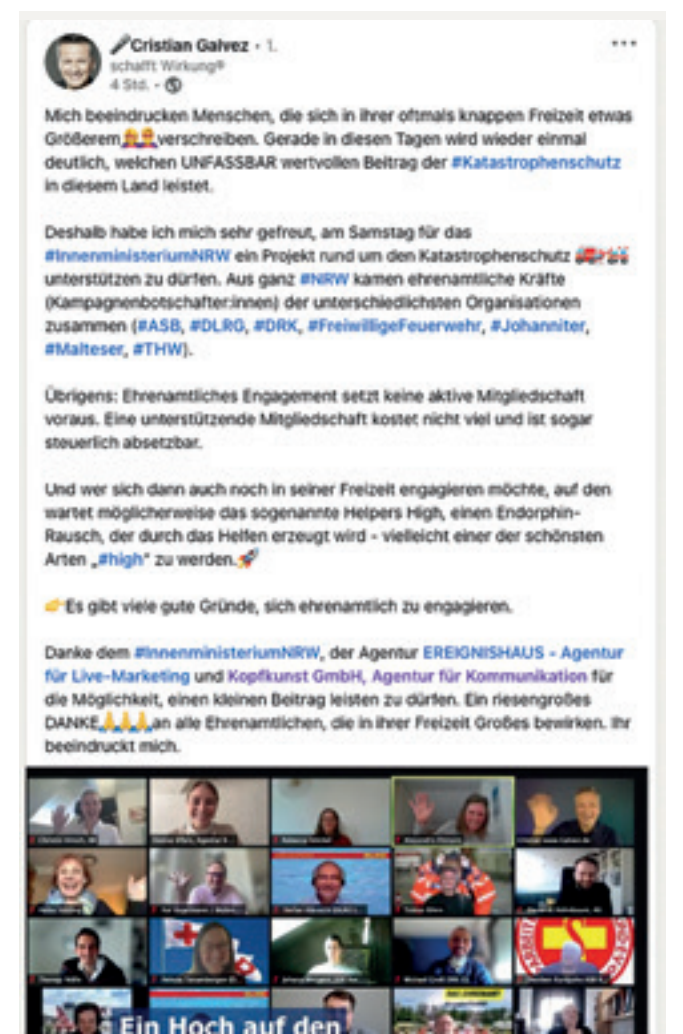
Nach Name suchen

Finde andere Kampagnenbotschafter*innen in deiner Nähe! Filter deine Suche, indem du einen Such-Umkreis festlegst oder auch gezielt nach Namen. Du kannst die gefundenen Mitglieder über die Plattformen kontaktieren, die sie in ihrem Nutzerprofil hinterlegt haben. Gib in deinem eigenen Profil die Medien an, über die du selbst kontaktiert werden möchtest. Vernetzt euch per E-Mail, Telegram oder WhatsApp – und bleib so auch über die Toolbox hinaus in Kontakt!



Ein großes Miteinander am Bildschirm gab es beim digitalen Frühjahrsstreffen mit 50 Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschaftern.

Rund 50 Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter stimmten sich mit dem digitalen Frühjahrsstreffen online auf das Kampagnenjahr 2022 ein. Die Teilnehmenden suchten den Austausch untereinander und lernten bei diesem moderierten Online-Event miteinander und viel voneinander. Unter der Anleitung des erfahrenen Coaches Cristián Gálvez gab es so manches Aha-Erlebnis und in Gesprächen wurden die dringendsten Fragen der Gruppe zur Mitgliedergewinnung fürs Ehrenamt geklärt: Wodurch entsteht die Motivation, sich ehrenamtlich zu engagieren? Welche Methoden und Strategien helfen bei der Mitgliedergewinnung? Mit solchen Fragen und den gemeinsam erarbeiteten Antworten entstand ein reger Austausch, der trotz Online-Format ein Gemeinschaftsgefühl vermittelte, sich für eine gute Sache einzusetzen. Die Teilnehmenden nahmen eine gehörige Portion Motivation mit in ihre Organisationen und freuten sich über wichtige Impulse und Anregungen für das anstehende Kampagnenjahr.



IMPULSE VOR ORT

IMMER FÜR EINE IDEE GUT

Stell dir vor, du entwickelst eine große Kampagne für den Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen, die dann von anderen aufgegriffen wird, die unterstützt wird, die verändert wird, die weiterentwickelt wird, die an örtliche Gegebenheiten angepasst wird. Besser geht es nicht!



Sie packte beim Katastrophenschutztag aus der Kiste kräftig mit an: Irmgard Janßen vom DRK.

ÜBRIGENS:

Das BlackOut- und das Wasserquiz waren auch Bestandteil der Promo-Ausstattung für den ERNST nach dem Katastrophenschutztag in Bonn. Und alle Quiz – BlackOut, Wasser, Unwetter und Alarm – findest du auch auf der Website des Innenministeriums. www.im.nrw/ehrenamt-im-brand-und-katastrophenschutz



Wenn unsere Kampagne in den Organisationen Impulse gibt für eigene Aktionen und Adaptionen, dann heißt das nur, dass die Kampagne wirkt und die Botschaft weiter in der Bevölkerung verankert werden kann. Für eine lebendige Kampagne ist es selbstverständlich, dass sie sich anpassen kann. Dafür haben viele freiwillige Helferinnen und Helfer in den Organisationen gesorgt. Sei es, dass die Kampagne einen lokalen Bezug bekommen hat durch die Verwendung der eigenen Logos, sei es, dass die ursprünglichen Formate zum Beispiel für einen Bauzaun adaptiert wurden oder dass ein völlig neues Tool entwickelt wurde – mit jeder Weiterentwicklung wurde die Kampagne ein Stück nahbarer und lebendiger. Eines unter vielen Beispielen ist das „BlackOut of the Box“-Set des DRK Westfalen-Lippe. Die Idee dazu entstand beim ersten landesweiten Katastrophenschutztag NRW in Bonn, der unter dem Motto BlackOut stand. Die „BlackOut of the Box“-Sets bestanden unter anderem aus einem Infostand, einem Pavillon, Roll-Ups, einer Messetheke und einem BlackOut-Parcours. Ausreichend Materialien, um bei lokalen Veranstaltungen für Aufmerksamkeit zu sorgen und für das Ehrenamt zu werben.

Sie stellten den Katastrophenschutztag aus der Kiste auf die Beine: das Team um Tanja Knopp (Dritte von links), ehrenamtliche Landesrotkreuzleiterin des DRK-Landesverbandes Westfalen-Lippe.



Am Ende wurde das Projekt gleich doppelt beim Förderpreis „Helfende Hand“ ausgezeichnet, der jährlich vom Bundesministerium des Innern des Landes NRW und für Heimat vergeben wird und als Deutschlands wichtigste Auszeichnung zur Würdigung ehrenamtlichen Engagements gilt: In der Kategorie „Innovative Konzepte“ belegte „BlackOut of the Box“ Rang zwei, beim Publikumspreis sogar Rang eins.

„Die Themen Katastrophenschutz und Ehrenamt müssen flächendeckend ins Land gebracht werden. So entstand die Idee eines Katastrophenschutztags aus der Kiste. Er ist nun in allen DRK-Kreisverbänden vorhanden und kann ganz einfach bei unterschiedlichsten Gelegenheiten interaktiv präsentiert werden.“

Tanja Knopp,
Landesrotkreuzleiterin,
DRK-Landesverband
Westfalen-Lippe e. V.

EINSTEIGEN UND DRANBLEIBEN

MIT RECRUITING ASSISTANT UND ONBOARDING-WORKSHOP

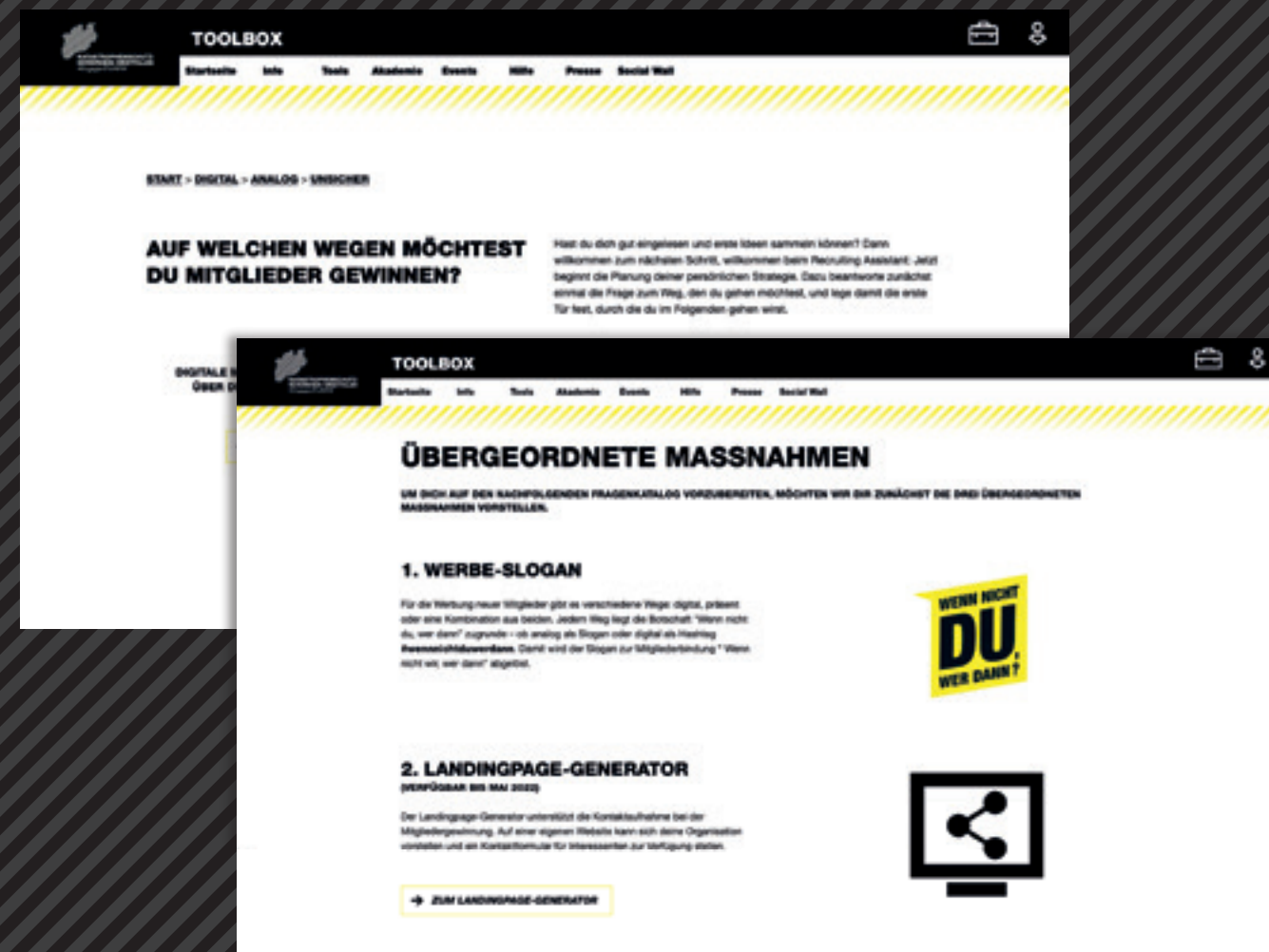
Wie holt man Menschen, die sich für das Ehrenamt im Katastrophenschutz NRW interessieren, am besten an Bord? Was möchten diese Personen typischerweise im Vorfeld wissen? Wie lässt sich der Onboarding-Prozess erfolgreich gestalten?

Mit Fragen wie diesen sind viele ehrenamtliche Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer konfrontiert, wenn es darum geht, potenzielle Neuzugänge in die Organisation aufzunehmen und bestmöglich von einem Engagement im Ehrenamt zu überzeugen.

Im Team ist man oft besser als allein. Damit möglichst viele Mitglieder für das Ehrenamt gewonnen werden konnten, wurde den ehrenamtlichen Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern ein Plan an die Hand gegeben. Mit anderen Worten: Wir haben das vorhandene Wissen gebündelt und neues geschaffen. Neben Brainstorming-Sessions in organisationsübergreifenden Kleingruppen wurden in Best-Practice-Beispielen konkrete Handlungsempfehlungen aufgezeigt und jede Menge spannende wissenschaftliche Erkenntnisse zu den unterschiedlichen Phasen des Onboarding-Prozesses geteilt. Über den Recruiting Assistant ließen sich in der Toolbox viele Tipps zum Onboarding-Prozess abrufen, die regelmäßig aktualisiert und erweitert wurden. Der Fokus lag auf einer praktischen und unkomplizierten Anwendung, mit der Kampagnenbotschafterinnen und -botschafter für sich individuelle Lösungen finden konnten. Praxisnahe Lösungen, um auf Interessierte und damit potenzielle Neuzugänge aktiv zuzugehen.



Um interessierte Neuzugänge bestmöglich an Bord zu holen, wurden den Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern Checklisten und Hilfestellungen mit an die Hand gegeben.



Der Recruiting Assistant unterstützte die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter dabei, die für sie passende Art der Mitgliedergewinnung zu finden.

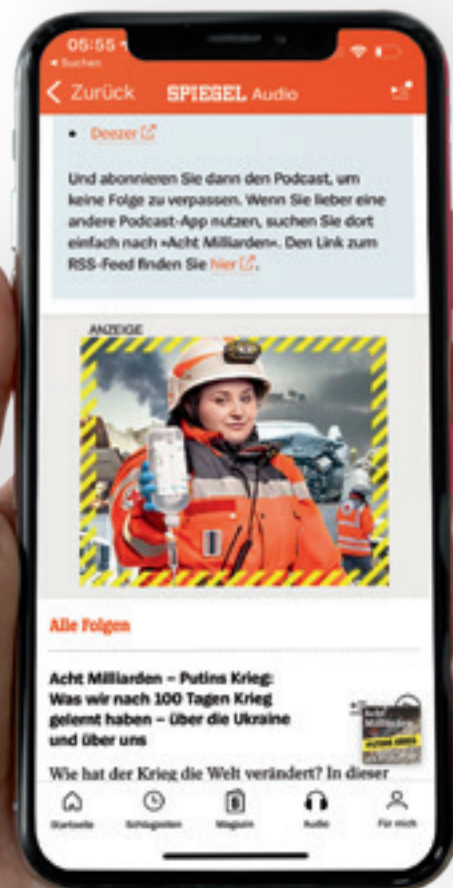


KLICKS UND KONTAKTE

VOM BANNER AUF DIE LOKALE LANDINGPAGE

Mit einem Klick zum Ehrenamt? Mit einem Kontakt neue Mitglieder gewinnen? Was auf den ersten Blick einfach klingt, bedarf einer eigenen digitalen Strategie, die regionale Aspekte und die Unterschiede der Organisationen berücksichtigt.

Der Digital-Media-Flight war in mehr als 100 Online-Medien zu sehen. Darunter befanden sich die Auftritte von Spiegel, Bunte, Bild, T-Online, Wetter-Online oder den Westfälischen Nachrichten. In zwei Monaten wurden die Digitalbanner mit den Kampagnenmotiven über 17 Millionen Mal ausgespielt. Rund 4,1 Millionen User in ganz Nordrhein-Westfalen konnten wir so mit den digitalen Adaptionen unserer Kampagne erreichen. Über 13.000 Menschen sind auf die lokalen Landingpages geführt worden. Haben sich informiert und das, was sie interessiert hat, in aller Ruhe durchgelesen – über das Ehrenamt, über den Katastrophenschutz oder zu den jeweiligen Organisationen. 158 individuell gestaltete Landingpages, die mithilfe unseres Landingpage-Generators entstanden sind, haben die Mitgliedergewinnung unterstützt. In wenigen Schritten ließ sich darüber eine Startseite personalisieren und ein angepasstes Kontaktformular erstellen. Die Verweildauer auf den Landingpages war mit knapp zweieinhalb Minuten recht hoch. Daher kann selbstbewusst festgehalten werden: Die Botschaft „Wenn nicht du, wer dann?“ ist im Netz angekommen.



DANKE FÜR EUER ENGAGEMENT! DER LANDINGPAGE-GENERATOR IST GESCHLOSSEN!

In den letzten Wochen und Monaten wart ihr besonders aktiv. Dadurch sind dutzende Landingpages entstanden, die den Katastrophenschutz in NRW beim Digitalen Flight repräsentieren werden. **Damit es losgehen kann, denkt bitte daran, eure Seite zu prüfen, ggf. zu überarbeiten und freizugeben.**

DAS SIND DIE SCHRITTE:

1. RUFT EURE LANDINGPAGE AUF.



2. INHALTE PRÜFEN

Lest euch noch einmal alle Inhalte durch, prüft die Bilder und vor allem die Kontaktmöglichkeiten im Footer.

- ☒ ORGANISATION AUSWÄHLEN
- ☒ KONTAKT-E-MAIL-ADRESSE EINTRAGEN
- ☒ LOGO HOCHLADEN
- ☒ TITEL DEINER LANDINGPAGE VERGEBEN

3. E-MAIL AN DAS SUPPORT-TEAM

Schreibt eine E-Mail an das Support-Team mit der URL und dem Einzugsgebiet in Form der Postleitzahlen, in der ihr für euren Ortsverband rekrutieren wollt. Damit wir euch bei eventuellen Rückfragen schnell kontaktieren können, würden wir uns freuen, wenn ihr für uns ebenfalls eine Telefonnummer hinterlegt.

[→ E-MAIL SCHREIBEN](#)



KATSCHUTZ ZUM ANFASSEN

FÜR ALLE EIN ERLEBNIS DIE EVENTS DER KAMPAGNE

„Was geht, wenn nichts mehr geht?“ Wer genau wissen will, was bei einem Katastrophenfall zu tun ist, der ist bei den landesweiten Katastrophenschutztagen NRW genau richtig! Bonn machte 2021 den Anfang, 2022 fanden die Katastrophenschutztage NRW in Dortmund und Krefeld statt. Bei den ganztägigen Open-Air-Events konnte sich die Bevölkerung über die vielfältigen Leistungen des Katastrophenschutzes in NRW informieren und sich ein Bild vom Ehrenamt im Katastrophenschutz machen.

„Es hat großen Spaß gemacht, organisationsübergreifend den ersten Katastrophenschutztag des Landes NRW in Bonn mitgestalten zu dürfen. Das Engagement und die Motivation von allen Beteiligten im Bevölkerungsschutz waren einfach super.“

Philip Knoff,
Feuerwehr und Rettungsdienst,
Bundesstadt Bonn



„BLACKOUT“ IN BONN

DER ERSTE LANDESWEITE KATASTROPHENSCHUTZTAG NRW

Die Bundesstadt Bonn machte den Anfang im Jahr 2021. Endlich, nachdem der Tag pandemiebedingt zunächst um ein Jahr verschoben werden musste. Aufgeschoben ist aber nicht aufgehoben. Bonn zeigte, wie das Thema Katastrophenschutz einem breiten Publikum nähergebracht werden kann. Die überwältigende Resonanz übertraf die Erwartungen und ließ sich an den Zahlen ablesen. Hunderte Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer der sieben Organisationen und 4.500 Besucherinnen und Besucher machten den ersten landesweiten Katastrophenschutztag Nordrhein-Westfalens am 2. Oktober 2021 auf dem Bonner Münsterplatz zu einem großen, nachahmenswerten Erfolg.

In unserem modernen Alltag hängt alles am Strom. Heizung, Herd, Kommunikation oder auch die Versorgung mit Leitungswasser, das über elektrisch betriebene Pumpen in jede Etage gelangt, funktionieren nicht ohne Strom. Daher war das Motto „Blackout – Was geht, wenn nichts mehr geht?“. Die im Katastrophenschutz Nordrhein-Westfalen tätigen Organisationen, die Stadt Bonn, das Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen und das Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK) hießen die große Zahl an kleinen und erwachsenen Gästen willkommen, die sich auf dieser Veranstaltung für die ehrenamtlichen Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer und ihre vielfältigen Aufgabenfelder begeistert gezeigt haben.

Am Veranstaltungstag selbst konnten die Besucherinnen und Besucher lernen, wie man im eigenen Haushalt für einen Stromausfall vorsorgen und im Notfall trotzdem noch kommunizieren sowie sich versorgen kann. Das weit sichtbare Erkennungsmerkmal des Katastrophenschutztages stand mitten auf dem Münsterplatz: die Blackbox. In den fünf miteinander verbundenen Containern gab es sieben Themenfelder – angelehnt an die sieben im Katastrophenschutz tätigen Organisationen, die der Kampagne ein festes Gerüst geben. Für jede bewältigte Aktion gab es an den sieben Ständen ein Give-away. Der direkte Austausch förderte das Verständnis für die vielschichtigen Aufgaben der freiwilligen Kräfte im Katastrophenschutz.



Das Herz des ersten landesweiten Katastrophenschutztages NRW auf dem Münsterplatz in Bonn bildete die Blackbox, die ein wahrer Publikumsmagnet wurde.



Minister Herbert Reul begrüßte die Gäste.

„Ich bin froh, dass wir den Katastrophenschutztag in diesem Jahr endlich durchführen. Wir erzeugen so Aufmerksamkeit für ein Thema, das uns alle angeht.“

Herbert Reul,
Minister des Innern des Landes NRW



„Auch in Deutschland sind wir nicht vor schweren Unglücksfällen gefeit. Es ist daher wichtig, dass die Bevölkerung als ganze regelmäßig informiert und sensibilisiert wird.“

Herbert Reul,
Minister des Innern des Landes NRW



900 Besucherinnen und Besucher absolvierten den eigens für den Katastrophenschutztag entwickelten Aktionsparcours in der Blackbox, der sieben Aktionen mit Handlungsempfehlungen für richtiges Verhalten bei einem langwierigen Stromausfall kombinierte. Denn dann sind Bereiche betroffen wie Kommunikation und Mobilität, Licht und Wasser, Geld, Kühlen und Heizen. Mit dem Kartenpaket „Blackcheck“ konnten die Besucherinnen und Besucher sowie die Einsatzkräfte Checklisten, Profitipps und Handlungsempfehlungen mitnehmen. Mindestens genauso wichtig war es für die Organisationen, sich selbst und ihre Aufgaben im Katastrophenschutz vorzustellen. Mit zwei spektakulären Einsatzübungen und in unzähligen persönlichen Gesprächen mit den Besucherinnen und Besuchern. Mittendrin im Geschehen war Moderatorin Shary Reeves, die durch die Veranstaltung führte, die durch ein buntes Programm auf der Bühne abgerundet wurde.

Den „Blackcheck“ gab es in zweifacher Ausführung: einmal für Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer und einmal für Besucherinnen und Besucher. Damit wurden Wissen und richtiges Verhalten in verschiedenen Notfallsituationen abgefragt. Wer das verpasst hatte, konnte mit dem Blackout-Quiz sein Wissen rund um einen Blackout online testen – unter www.im.nrw/ehrenamt-im-brand-und-katastrophenschutz.



„UNWETTER“ IN DORTMUND

KATASTROPHENSCHUTZTAG IM HERZEN DER STADT

In Dortmund präsentierte sich der Katastrophenschutz NRW wieder mit einem umfangreichen Programm. Das Motto beim zweiten landesweiten Katastrophenschutztag NRW war „Unwetter“. Am Samstag, 6. August 2022, stand in der Dortmunder Innenstadt dafür alles bereit. Eine willkommene und spannende Alternative für alle.



Sie sind bei Schutz gegen Hochwasser ein unerlässlicher Helfer: Sandsäcke. Beim Katastrophenschutztag demonstrierten die ehrenamtlich Engagierten, wie damit beispielsweise Schutzwälle gebaut werden.



Durch die zentrale Lage in der Innenstadt wurden viele Passantinnen und Passanten quasi im Vorbeigehen auf den Katastrophenschutz aufmerksam gemacht.

Das Thema „Unwetter“ war damit allgegenwärtig. Zwischen Katharinenstraße und angrenzender Kampstraße gab es verschiedene Exponate zu entdecken – zu Themen wie Hochwasser, extremer Hitze, Stromausfall oder Notfallgepäck, das interaktiv in einer Art Quiz selbst zusammengestellt werden musste. Spielerisch konnten sich die Besucherinnen und Besucher aller Altersgruppen ganz allgemein zu den ausgewählten Themen informieren und konkrete Handlungsempfehlungen zu den unterschiedlichen Katastrophenszenarien mitnehmen. Aber auch an den Zelten auf der Freifläche wurde viel geboten und das Leitthema „Unwetter“ hochgehalten. Hier stand die Praxisarbeit der sieben Organisationen und ihrer Ehrenamtlichen im Vordergrund.

Bei dem Deutschen Roten Kreuz, dem Arbeiter-Samariter-Bund, dem Malteser Hilfsdienst, dem Technischen Hilfswerk und der Johanniter-Unfall-Hilfe ging es neben spezifischen Aufgaben auch um Grundsätzliches wie Erstrettung oder Herz-Lungen-Massage. Die Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft war wieder mit ihrem mehrere tausend Liter fassenden Wasserbecken vor Ort, animierte Groß und Klein zu einer Bootsfahrt und informierte die Besucher über die Wasserrettung. Informationen zur besseren Vorbereitung auf einen Katastrophenfall gab es auch an den Ständen des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK), des Deutschen Wetterdienstes (DWD) und des Ministerium des Innern des Landes NRW. Dort bestand zusätzlich die Möglichkeit, die Notruf-App „nora“ auszuprobieren, mit der die zuständigen Einsatzstellen von Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienst direkt erreicht werden können.

„Der Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen ist ohne ehrenamtliches Engagement schlichtweg nicht möglich.“

Herbert Reul,
Minister des Innern des Landes NRW



Die Lebensretter der DLRG hatten ein Wasserbecken aufgebaut, auf dem auch ein Rettungsboot zum Einsatz kam. Minister Herbert Reul machte sich persönlich ein Bild davon.



In den Unwetter-Boxen konnten sich die Besucherinnen und Besucher gezielt zu Gefahrenlagen informieren – wie beispielsweise Hitze.



KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

UNWETTER

WAS GEHT,
WENN NICHTS
MEHR GEHT?

WIR ZEIGEN ES DIR – AUF DEM LANDESWEITEN

KATASTROPHENSCHUTZTAG NRW
06.08.2022 • DORTMUND • KATHARINENSTRASSE

MODERATION
CLARI

GÄSTE

HERBERT REUL

MINISTER DES INNERN DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN

THOMAS WE

OBERBÜRGERMEISTER

SHOW-ACTS

DANIEL DANGER

MARCUS MAGNUS

PROGRAMM

AKTIVE KURS:

„UNWETTER“

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW

WISSEN, WAS GEHT!“-SHOW



Kampagnenbuddy Clari war beim Katastrophenschutztag NRW in Dortmund für die Moderation zuständig und immer für ein Gespräch mit den Besucherinnen und Besuchern zu haben. Auf der Hauptbühne standen, neben aufschlussreichen Talkrunden mit Einsatzkräften aus dem Katastrophenschutz, Daniel Danger, der vor allem als Comedian des Radiosenders 1LIVE einem breiten Publikum ein Begriff ist, sowie Marcus Magnus, der als Bauchredner das Thema des Tages aufgriff, im Fokus.



„ALARM“ IN KREFELD

KATASTROPHENSCHUTZTAG NRW BEGEISTERT WEITER

In Bonn wurde über „Blackout“ informiert, in Dortmund stand das Thema „Unwetter“ im Vordergrund und in Krefeld drehte sich alles um das Motto „Alarm“. Wie funktioniert Warnung? Auf welchen Wegen wird die Bevölkerung heute gewarnt? Und wie sollten sich Betroffene im Ernstfall verhalten? Genau das war der Schwerpunkt auf dem dritten landesweiten Katastrophenschutztag NRW, der am Samstag, 10. September 2022, in Krefeld auf dem Theaterplatz und dem benachbarten Von-der-Leyen-Platz stattfand.



Minister Herbert Reul lag der persönliche Austausch mit den ehrenamtlich Engagierten vor Ort besonders am Herzen – hier mit den Maltesern.

„Extremwetterereignisse und Stromausfälle treffen uns leider häufig unerwartet. Wir können uns und unser Umfeld aber bis zu einem gewissen Maß auf Katastrophen vorbereiten. Das fängt im eigenen Haushalt an.“

Herbert Reul,
Minister des Innern des Landes NRW

Im Vordergrund des Katastrophenschutztages in Krefeld stand die Aufklärung der Bevölkerung über die Warnung vor unterschiedlichen Gefahrenlagen mittels Warnsirenen. Der Fokus lag aber auch auf den verschiedenen Warnmitteln, also der Warnung über Sirenen, Radio, Kanäle der sozialen Medien und Warn-Apps wie „Nina“ vom Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK). Wie sich Warnsirenen anhören, wurde vor Ort mit einem Probealarm demonstriert. Bei der anschließenden Talkrunde konnte man sich mit dem Konzept der Warnsirenen vertraut machen. Die konsequente Aufklärung und Sensibilisierung für mögliche Katastrophenereignisse wie Starkregen, Hochwasser oder Unwetter spielten wieder eine wichtige Rolle.

An sieben über die Plätze verteilten Ausgabe-stellen wurden die Startkarten für den „Alarmcheck“ zusammen mit den Selbsthilfecheck-Karten kompakt gebündelt an einem Schlüsselband ausgegeben. Die Selbsthilfecheck-Karten dienten dazu, sich selbst zu überprüfen, wie gut jede und jeder Einzelne auf einen Katastrophenfall vorbereitet ist. Zu jeder Themeninsel in den drei „Alarm-Boxen“ gab es jeweils eine Alarmcheck-Karte mit wichtigem Basiswissen zum Mitnehmen zu Themen wie Starkregen, Energieausfall, Unwetter oder der Funktionsweise unseres Warnsystems.



Mittendrin und immer mit dem Mikrofon in der Hand: Moderatorin Clari erklärte den Aktionsparcours in den „Alarm-Boxen“.





So geht Menschenrettung im Katastrophenschutz: Das demonstrierten die ehrenamtlichen Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer bei verschiedenen realistischen Rettungsübungen.



Auch die Rettungshundestaffel des Deutschen Roten Kreuzes zeigte ihr Können.



An den Präsentationsständen und auf den Aktionsflächen stand die Praxisarbeit der Organisationen im Katastrophenschutz im Vordergrund. An den einzelnen Präsentationsständen des Arbeiter-Samariter-Bundes (ASB), der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft (DLRG), des Deutschen Roten Kreuzes (DRK), der Feuerwehr Krefeld, der Johanniter-Unfall-Hilfe (JUH), des Malteser Hilfsdiensts (MHD) oder des Technischen Hilfswerks (THW) ging es um spezifische Aufgaben wie Logistik oder Verpflegung im Katastrophenfall. Informationen zur besseren Vorbereitung auf den Ernstfall gab es auch an den Ständen des Bundesamts für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK), des Deutschen Wetterdienstes (DWD) und des Ministeriums des Innern des Landes NRW. Moderiert und begleitet wurde der ganze Katastrophenschutztag wieder von Clarissa Corrêa da Silva, die schon als Kampagnenbuddy Clari viel Katastrophenschutzerfahrung sammeln konnte. Verschiedene Show-Acts standen im Lauf des Tages auf dem Programm, wie zum Beispiel der Auftritt der lokalen Tanzgruppe Area Urban Dance Company auf der Hauptbühne, die nicht nur die mitgebrachten Fans begeisterte. Darüber hinaus präsentierten die Organisationen Rettungsübungen, es gab zwei Bootstufen, lebhaft Talkrunden mit Einsatzkräften aus dem Katastrophenschutz und den Auftritt des Frauenvokalensembles Femme Chorale e. V. der Polizei Krefeld. Diese besondere Mischung aus Aufklärung und Unterhaltung machte auch den dritten Katastrophenschutztag NRW in Krefeld zu einem vollen Erfolg.



Starke Stimmen für die Veranstaltung: das Frauenvokalensemble Femme Chorale e. V. der Polizei Krefeld.



Am Ende eines erfolgreichen Katastrophenschutztages versammelten sich die ehrenamtlich Engagierten zum Gruppenfoto.

STARKE ARBEITGEBER FÜR STARKES EHRENAMT

DIE FÖRDERPLAKETTE FÜR ARBEITGEBER

Ehrenamtliche sind auf Unterstützung und auf einen breiten Rückhalt in der Zivilgesellschaft angewiesen. Um darauf aufmerksam zu machen, werden mit der Förderplakette „Ehrenamt bei Feuerwehr und Katastrophenschutz“ jährlich Unternehmen ausgezeichnet, die mit ihrem Engagement den Katastrophenschutz unterstützen und dafür Sorge tragen, dass Ehrenamtliche das tun, was ihnen am Herzen liegt: helfen.



Die Preisträger der Förderplakette für Arbeitgeber 2022. Sie wurden ausgezeichnet, weil sie in besonderem Maße ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darin unterstützen, sich ehrenamtlich in der Feuerwehr und im Katastrophenschutz zu engagieren.



Man sitzt gerade in einer wichtigen Besprechung, da geht der Pieper los. Brände, Hochwasser, Unfälle – ehrenamtliche Kräfte werden gebraucht. Genauso braucht es Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, die darauf Rücksicht nehmen, indem sie zum Beispiel für einen Einsatz ihre im Ehrenamt tätigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von beruflichen Verpflichtungen freistellen. Damit leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des Ehrenamtes in den Feuerwehren und im Katastrophenschutz. Dies gilt es, mit der jährlich verliehenen Förderplakette „Ehrenamt bei Feuerwehr und Katastrophenschutz“ zu würdigen. Eine Jury, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern des Ministeriums des Innern des Landes NRW, der Organisationen, der Arbeitgeberverbände, der kommunalen Spitzenverbände, des Verbandes der Feuerwehren in NRW e.V. und des Technischen Hilfswerkes, hatte die Qual der Wahl, die würdigen Preisträgerinnen und Preisträger zu bestimmen. Zehn Unternehmen aus ganz Nordrhein-Westfalen, die sich besonders für das „Ehrenamt bei Feuerwehr und Katastrophenschutz“ einsetzen, haben auch in diesem Jahr die Förderplakette erhalten. Am 27. Oktober 2022 konnten sie ihre Auszeichnung aus den Händen von Minister Herbert Reul in Empfang nehmen. Das unterstreicht die herausragende Anerkennung und Wertschätzung für das Ehrenamt und lenkt gleichzeitig die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf die ausgezeichneten Unternehmen, die sich in einem festlichen Rahmen präsentieren konnten.

STIMMEN VON PREISTRÄGERN 2021

„Als Unternehmer überwiegen für mich die Vorteile eines sozialen Engagements ganz klar gegenüber allen Nachteilen. Ehrenamtliche im Katastrophenschutz sind in der Regel keine Menschen, die immer nur das Minimum tun oder sich vor der Arbeit drücken. Sie wollen etwas bewegen, etwas verändern und bringen damit eine ganz eigene Form von Motivation mit.“

Robert Osten
IUGITAS GmbH

„Von ehrenamtlichem Engagement profitieren wir alle. Denn Ehrenamt ist so vielfältig. Den größten Nutzen hat die Gesellschaft selbst – sei es durch die Mitarbeit im Sportverein oder durch die Begleitung von Ferienfreizeiten. Besonders stolz sind wir, dass es gerade auch die Mitarbeitenden im Ruhestand sind, die unterstützen, wenn Hilfe benötigt wird.“

José Martins
apetito AG

„Nach meiner Erfahrung steigern Freistellungen die Motivation der Mitarbeiter, weil ihr Hobby ernst genommen und als wichtig angesehen wird. Im Zweifel bleibt die Arbeit liegen und muss nachgeholt werden. Die Kenntnisse und Fähigkeiten, die die Mitarbeiter zum Beispiel bei der Feuerwehr erworben haben, stehen dem Unternehmen natürlich zur Verfügung.“

Norbert Baackmann
Elektro Baackmann GmbH & Co. KG

DANK FÜR EINZIGARTIGES ENGAGEMENT DER TAG DES EHRENAMTES

Die Vereinten Nationen riefen 1986 den 5. Dezember zum Internationalen Tag des Ehrenamtes aus. Dieser Tag wurde 2018 erstmals auch von Minister Herbert Reul dazu genutzt, Engagierten in einem Festakt für deren unermüdlichen Einsatz zu danken. Diese Veranstaltung bildete formal sogar den Auftakt zu allen Aktivitäten im Rahmen des Prozesses zur Stärkung der ehrenamtlichen Kräfte im Katastrophenschutz NRW. Am 5. Dezember 2022 beendete er offiziell die Imagestrategie, doch die Stärkung des Ehrenamts geht weiter.



Im Livestream begrüßten am 7. Dezember 2020 Moderatorin Anja Backhaus und Minister Herbert Reul rund 350 geladene ehrenamtlich Engagierte beim vorweihnachtlichen Festakt zum Tag des Ehrenamtes. Im Studio berichteten neun Aktive über ihren Einsatz.

2020 – Dank und Diskussion im Stream

Coronabedingt war eine Präsenzveranstaltung im Jahr 2020 nicht möglich, wohl aber ein Livestream. So verfolgten rund 350 geladene ehrenamtlich Engagierte den feierlich-vorweihnachtlichen Festakt am 7. Dezember 2020 mit Baum im Studio vor dem heimischen Bildschirm. Minister Herbert Reul sprach – moderiert von Anja Backhaus – mit neun aktiv Engagierten über ihren Einsatz, ihre Erfahrungen und die Motivation, sich auch in herausfordernden Zeiten für die Bevölkerung einzubringen. Auch online durfte Unterhaltung nicht fehlen – dafür sorgte Comedian Sebastian Pufpaff mit seinem ganz eigenen Blick auf das Ehrenamt im Katastrophenschutz. Übrigens wurde hier auch erstmals zum Casting für die Kampagne aufgerufen, das zeitgleich auf einer Online-Plattform startete.

2021 – Bewegendes aus dem Ministerbüro

Auch 2021 musste der Tag des Ehrenamtes pandemiebedingt online stattfinden. Diesmal trafen sich Moderatorin Anja Backhaus und Minister Herbert Reul in fast heimeliger Sofaatmosphäre, um den Engagierten zu danken – unter anderem für den Einsatz Tausender in den Flutkatastrophengebieten. Symbolisch tat er das mit dem online „überreichten“ Katastrophenschutzkalender, der zahlreichen Engagierten im Nachgang postalisch übersandt wurde. Gestreamt wurde diesmal live am 10. Dezember auf dem YouTube-Kanal #EngagiertFürNRW aus dem Büro des Ministers. Am Ende wurde in einem Videozusammenschnitt in 2:15 Minuten auf das Kampagnenjahr 2021 zurückgeblickt: vom Casting über das Kick-Off-Event und den Katastrophenschutztag in Bonn bis hin zu den Erklärformaten mit Kampagnenbuddy Clari.



Auch 2021 fand der Festakt pandemiebedingt digital statt. Im Livestream meldeten sich Moderatorin Anja Backhaus und Minister Herbert Reul quasi vom Sofa aus.

2022 – Real-Life-Abschlussparty

Nach zwei Jahren Abstinenz konnte 2022 endlich wieder in Präsenz gefeiert werden. Um diesen Abend, an dem gleichzeitig offiziell der Abschluss der Imagestrategie gefeiert wurde, zu etwas Besonderem zu machen, hatte Minister Herbert Reul in den Henkel-Saal des Schlösser Quartiers in Düsseldorf geladen. Moderiert wurde der Abend mit 300 geladenen Gästen aus den Organisationen von Kampagnenbuddy Clari. Doch sie war nicht allein – ihr treuer Begleiter war ebenfalls präsent: Einsatzfahrzeug ERNST! Er war begehrtes Fotomotiv und Erzähler der Videorückblicke auf die vergangenen zwei Kampagnenjahre. Und die haben nicht nur für einmalige Erfahrungen und Anekdoten gesorgt, sondern auch für den Katastrophenschutz NRW an sich – und alle Engagierten persönlich – richtig etwas bewegt. Danke für so viel Engagement!



Ein großartiger Abschluss: Gemeinsam mit zahlreichen Engagierten aus den Organisationen und Aktiven aus der Kampagne wurde in einmaliger Atmosphäre im Henkel-Saal in Düsseldorf gefeiert.



WIR BLEIBEN #ENGAGIERTFÜRNRW



KINOSPOT**68**
KINOS**ENGAGIERTE**
50 VOR DER
KAMERA**4.200+**
VIEWS AUF
YOUTUBE**1,5** MIO.
ERREICHTE
KONTAKTE**17,8 MIO.**
IMPRESSIONS
DIGITALER MEDIA-FLIGHT**38.210+**
VIEWS AUF YOUTUBE
#ENGAGIERTFÜRNRW**401** ABONNENTINNEN
UND ABONNENTEN
AUF YOUTUBE**1.000**
ZUSCHAUERINNEN UND
ZUSCHAUER BEIM KICK-OFF**345** SEITEN-
AUFRUFE
RECRUITING ASSISTANT**MITGLIEDER HINTER
DEN KULISSEN****27** IN DER
AG1**28** IN DER
AG2**19** IN STEUERUNGS-
GRUPPEN**DIE TOOLBOX****1.100** NUTZER**960** GRUPPEN (ORTSVER-
BÄNDE/KOMMUNEN)**11.734** BESUCHE**58.829**
SEITENANSICHTEN**75**
NEWSLETTER**344**
EMPFÄNGERINNEN
UND EMPFÄNGER**DER SHOP****651**
KUNDEN**10.244**
DOWNLOADS**5.451**
BESTELLTE ARTIKEL**158**
BEWORBENE
LANDINGPAGES**1** LOGO FÜR
7 ORGANI-
SATIONEN**14**
KAMPAGNEN-
GESICHTER**295**
ENGAGIERTE
KAMPAGNEN-
BOTSCHAFTE-
RINNEN UND
KAMPAGNEN-
BOTSCHAFTER**1** IMAGE-
KAMPAGNE**2** TEILEMITGLIEDER-
BINDUNGMITGLIEDER-
GEWINNUNG**2.069**
WERBETRÄGER
ALLER ART
**IN GANZ
NRW****DIE WORKSHOPS****13** TERMINE**178** TEILNEHMERINNEN
UND TEILNEHMER**150H** KONFERENZ **17** SPRECHSTUNDEN/
RETROSPEKTIVEN**KAMPAGNEN-
BUDDY CLARI****7** ERKLÄR-
FORMATE**21** MINI-CLIPS**23.500+**
You Tube **VIEWS****178** TEILNEHMERINNEN
UND TEILNEHMER**70H** ROH-
MATERIAL**14.850+**
POSTINGS
#EngagiertFürNRW**3** KATASTROPHEN-
SCHUTZTAGE IN
BONN, DORTMUND, KREFELD
11.000+
BESUCHERINNEN
UND BESUCHER

Herausgeber
Ministerium des Innern NRW
Friedrichstraße 62–80
40217 Düsseldorf
Telefon: 0211 871-01
Telefax: 0211 871-3355
poststelle@im.nrw.de
www.im.nrw

Redaktion
Referat 35 – Freiwillige Kräfte im
Brand- und Katastrophenschutz
referat35@im.nrw.de

Bildnachweise
©Alexander Hermelink/DRK – **S. 50/51**
©Andreas Brockmann – Innenseite, **S. 50/51, 52/53**
©Anke Frieling/DRK – **S. 50/51**
©Arbeiter-Samariter-Bund NRW e.V. – **S. 6/7**
©Armin Schäffer/DRK-Ortsverein Löhne – **S. 50/51**
©ASB Niederrhein e.V. – **S. 50/51**
©Booth van Bohr – **S. 12/13, 14/15, 27**
©Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe – **S. 66/67**
©Christian Galvez – **S. 64/65**
©Claudia Zebandt/DRK-Landesverband Westfalen-Lippe – **S. 66/67, 90**
©Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft Westfalen – **S. 37**
©DLRG-Landesverband Nordrhein e.V. – **S. 6/7**
©DLRG-Landesverband Westfalen e.V. – **S. 50/51**
©Dreamstime – **S. 52/53**
©DRK-Landesverband Nordrhein e.V. – **S. 6/7**

Einzelmotive
Arbeiter-Samariter-Bund (©Fulvio Zanettini/ASB, ©Hannibal/ASB, ©Franz Pfluegl), Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft (©DLRG Landesverband Nordrhein e.V., ©DLRG-Landesverband Hessen e.V., ©Fabian Glunz/ DLRG-Ortsgruppe Hattingen-Süd, ©most wanted, ©Rizky Abdilah Gunawan), Deutsches Rotes Kreuz (©Andreas Brockmann/DRK-LV Nordrhein, ©Anja Martin/DRK-LV Nordrhein, ©Dmitry Kalinovsky, ©A G Baxter, ©Satur, ©Gorodenkoff, ©Showtime.photo), Johanniter-Unfall-Hilfe (©JUH, ©Maren Kuiter/JUH, ©Lichtbildbude/JUH, ©Alex Boaca, ©Mika Heittola), Malteser Hilfsdienst (©Malteser), Technisches Hilfswerk (©Yann Walsdorf/THW), Feuerwehr (©Feuerwehr Osnabrück, ©fire – Internationaler Katastrophenschutz Deutschland e.V.), ©KOPFKUNST, ©Arbeiter-Samariter-Bund-Kreisverband Mettmann e.V., ©Farknot Architect – **Innenseite, S. 42/43**

Freepik.com – **S. 56**

Gruppenmotiv
Arbeiter-Samariter-Bund NRW e.V. (©ASB/Hannibal), DLRG-Ortsgruppe Hattingen-Süd (©Fabian Glunz), DLRG Bezirk Düsseldorf e.V. (©Julian Meichsner), DLRG St. Augustin (©Rhein-Sieg-Kreis), DRK-Landesverband

Hinweis
Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen oder an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift verteilt worden ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner Gruppen verstanden werden könnte.

Gestaltung und Satz
Kopfkunst, Agentur für Kommunikation GmbH
Am Mittelhafen 10, 48155 Münster

Druck
Digital Media Service GmbH

1. Auflage, Stand: Dezember 2022

Nordrhein e.V. (©Anja Martin), Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. Landesverband Nordrhein-Westfalen, Malteser Hilfsdienst e.V., Landes- und Regionalgeschäftsstelle NRW, Bundesanstalt Technisches Hilfswerk, Landesverbandsdienststelle Nordrhein-Westfalen, Feuerwehr Dortmund, ©Bernullius, ©Vastram, ©KOPFKUNST – **Titelseite, S. 40/41, 61**

©IM NRW – **Innenseite, S. 3, 8, 11, 12/13, 28, 30, 74, 77, 86–91**
©Jeannette Muessig/DRK – **S. 50/51**
©Jochen Tack – **Innenseite, S. 8, 28, 30, 74, 77, 86, 88–91**
©Johanniter-Unfall-Hilfe e.V. – **S. 6/7**
©Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt – **S. 21, 23**
©Kai Vogelmann – **S. 30, 90/91**
©Kay-Helge Hercher – **S. 45**
©Klaudia Brożyna – **S. 59**
©Kreis Coesfeld – **S. 45**
©Kreis Herford – **S. 45**
©KOPFKUNST – **Innenseite, S. 9,10, 12/13, 18/19, 23, 25, 27–30, 31–33, 40/41, 46–55, 58, 60, 64/65, 68–71, 78, 81–85, 88–91, Rückseite**
©Malteser Hilfsdienst e.V. in NRW – **S. 6/7**
©Malteser Wuppertal – **S. 50/51**
©Marco Fischer – **S. 50/51**
©Matthias Duschner – **S. 16/17**
©Nady El-Tounsy – **Innenseite, S. 26, 29, 34/35, 36, 39, 70/71, 90/91**
©Ralf Joost – **Innenseite, S. 44**
©Ralph Sondermann – **S. 3**
©Ramona Kochs – **Innenseite, S. 50/51**
©Reza Daie – **Innenseite, S. 29, 30, 64–67, 72/73, 78, 81–85**
©Rhein-Erft-Kreis – **S. 44**
©Shutterstock – **S. 23**
©Stadt Lügde – **S. 45**
©Stephan Kleine Niesse – **S. 50/51**
©Technisches Hilfswerk, Landesverband NRW – **S. 6/7, 50/51**
©Thorsten Güttes – **S. 16/17, 27, 90/91**
©THW Ortsverband Dülmen – **S. 50/51**
©Two West – **S. 30, 48/49, 54/55**
©vectorforfree.com – **S. 70/71**



**KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN**
#EngagiertFürNRW





**KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN**
#EngagiertFürNRW



Der Katastrophenschutz NRW hat viele
Aufgaben und eine starke Basis.

DAS EHRENAMT

#EngagiertFürNRW

Eine Initiative zur Stärkung der ehrenamtlichen Kräfte im Katastrophenschutz NRW.

