

WER KOMMT, WENN NICHTS MEHR GEHT?

DER ZWISCHENBERICHT

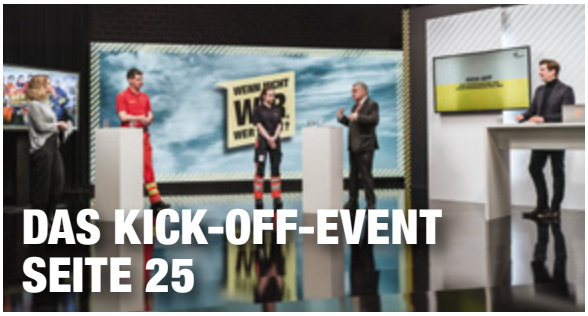
Eine Initiative des Ministeriums des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen zur Stärkung der ehrenamtlichen Kräfte im Katastrophenschutz



DAS WIR-MOTIV
SEITE 28



CLARI IM ERNST
SEITE 32



DAS KICK-OFF-EVENT
SEITE 25



DIE KONZEPTION
SEITE 4



DIE DU-MOTIVE
SEITE 34



DIE TOOLBOX
SEITE 20



DAS CASTING
SEITE 14



DAS LOGO
SEITE 13



DAS FOTOSHOOTING
SEITE 16



DIE ZWISCHENBILANZ
SEITE 41



DER
KATASTROPHEN-
SCHUTZTAG
SEITE 36

INHALT

Konzeption – Auf die Plätze, fertig, los

Die Studie der Universität Eichstätt-Ingolstadt 5
Die Imagestrategie 8
Der Zeitstrahl 10

Vorbereitung – Echte Gesichter, digitale Tools

Das Logo 13
Das Casting 14
Das Fotoshooting 16
Die Toolbox 20
Die Tools 22

Umsetzung – Die Kampagne wird lebendig

Das Kick-off-Event 25
Die Botschafterinnen und Botschafter 26
Das Wir-Motiv 28
Die Workshops 30
Clari im Ernst 32
Die Du-Motive 34
Der erste landesweite Katastrophenschutztag 36
Der Tag des Ehrenamtes 37
Die Förderplakette für Arbeitgeber 37
Social Media 38

Auswertung – Starke erste Monate

Die Zwischenbilanz 41

EINLEITUNG

Die Herausforderungen der Kampagne sind spannend: Sichtbar machen, was Katastrophenschutz leistet. Neue Mitglieder für die Sache begeistern. Der Bevölkerung vermitteln, was Katastrophenschutz ausmacht. Dabei diesem in seiner ganzen Vielfalt die Wertschätzung entgegenbringen, die jedes einzelne Mitglied verdient. Dies geschieht in Zusammenarbeit mit dem Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen und natürlich den sieben Organisationen, um die es geht:

ASB Arbeiter-Samariter-Bund

DLRG

Deutsches Rotes Kreuz

JOHANNITER

Malteser

Technisches Hilfswerk

VERBAND DER FEUERWEHREN IN NRW

VORWORT DES MINISTERS

Liebe Leserinnen und Leser,
die nachhaltige Stärkung des Katastrophenschutzes in Nordrhein-Westfalen liegt der Landesregierung und mir persönlich sehr am Herzen. Besonders den vielen ehrenamtlichen Einsatzkräften gebühren höchste Anerkennung und unser aller Respekt. 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 wäre der Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen nicht denkbar. Ich danke allen freiwilligen Helferinnen und Helfern für ihren unermüdlichen Einsatz!
Es muss darüber hinaus eine breite Wertschätzung für die Leistungen der Ehrenamtlichen in der Politik, bei den Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern und durch die Bevölkerung spürbar werden, damit den Engagierten die Freude am Helfen erhalten bleibt. Eine in meinem Auftrag seitens der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt durchgeführte wissenschaftliche Befragung belegt, dass die Freude am Helfen die zentrale Motivation der Engagierten ist. Sie führt zu einem langfristig angelegten Engagement. Wertschätzung ist hierfür ebenso unerlässlich wie die Aufklärung der Bevölkerung über die Struktur des Katastrophenschutzes und die besondere Rolle des Ehrenamts darin. Um diesem Anliegen gerecht zu werden, habe ich im Ministerium des Innern Nordrhein-Westfalen ein eigenes Referat ausschließlich mit der Stärkung des Ehrenamts im Brand- und Katastrophenschutz beauftragt. Auf der Grundlage der Befragungsergebnisse haben wir unter anderem im September 2020 eine Imagekampagne gestartet, die bis Ende 2022 Maßnahmen zur Mitgliederbindung und Mitgliedergewinnung im Katastrophenschutz umsetzt. Die Kampagne ist in ihrer Ausrichtung einzigartig, denn sie wurde und wird gemeinsam mit allen Organisationen, die in NRW im Katastrophenschutz tätig sind, entwickelt und umgesetzt. Unter dem Motto „#EngagiertFürNRW“ macht die Kampagne mit vielfältigen Maßnahmen ehrenamtliches Engagement im Katastrophenschutz sichtbar und wirbt in der Bevölkerung um neue Mitglieder.
Dieser Zwischenbericht zieht eine erste Bilanz, die sich sehen lassen kann! Ich bedanke mich bei allen mitwirkenden Organisationen und Akteuren für die gute Zusammenarbeit und wünsche uns allen einen guten zweiten Kampagnenabschnitt.



Herbert Reul
Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen



AUF DIE PLÄTZE, FERTIG, LOS

Eine fundierte und umfangreiche wissenschaftliche Studie, die zur Basis für die Konzeption der Image-strategie mit den Stufen Mitgliederbindung und Mit-gliedergewinnung wird. 8.500 Ehrenamtliche aus den sieben Organisationen sowie 1.500 Menschen aus der allgemeinen Bevölkerung – insgesamt also rund 10.000 Personen – beteiligten sich an der wissenschaftlichen Befragung der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt zu den Motiven und Hindernissen ehren-amtlichen Engagements im Katastrophenschutz.

DAS WISSENSCHAFTLICHE FUNDAMENT

DIE STUDIE DER UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Im Interview spricht die Leiterin der Studie – Prof. Dr. Elisabeth Kals – über die wissenschaftliche Befragung, die sie gemeinsam mit Svenja Schütt (stellvertretende Projektleiterin) und Laura Pollack durchführte. Die Ergebnisse bilden das Fundament für die Konzeption der Imagestrategie.

Warum engagieren sich Menschen im Katastrophenschutz?

Einer der wichtigsten Gründe ist der Wunsch, anderen helfen zu können. Wichtig sind aber auch das Streben nach Sinn, der Wunsch, neue spannende Erfahrungen zu machen, das Bedürfnis, etwas gemeinsam mit anderen zu tun und auch die eigenen privaten Notfallkompetenzen zu erhöhen. Dies zeigt: Die Motive sind miteinander verwoben.

Was gibt den Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern ihr Engagement?

Das Engagement ist eben nicht nur von sehr hoher Bedeutung für die Gesellschaft, sondern auch für die Engagierten, die Sinn, Freude und Zufriedenheit durch ihr Engagement erleben. Dank der umfassenden Daten von 8.500 Engagierten wissen wir, dass ein Engagement für den Katastrophenschutz für sehr viele Engagierte einen festen Platz in ihrem Alltag, aber auch in ihrem Leben hat.

Wie verändert der Katastrophenschutz ehrenamtlich Engagierte?

Menschen, die sich für den Katastrophenschutz engagieren, erleben ihr Leben als sinnhafter. Da man dies gemeinsam mit Gleichgesinnten tut, haben viele dadurch auch ihren Bekannten- und Freundeskreis erweitert. Das bestätigt, dass bürgerschaftliches Engagement keine Einbahnstraße ist, bei der nur etwas gegeben wird, sondern, dass freiwillig Engagierte auch selbst viel zurückerhalten.

Welche Hindernisse stehen zwischen Menschen und der Bereitschaft, sich im Katastrophenschutz einzubringen?

Es hat sich gezeigt, dass die allgemeine Bevölkerung nur wenige Informationen über den Katastrophenschutz und die besondere Rolle der Ehrenamtlichen darin hat. Deswegen ist es in einem ersten Schritt wichtig, das Wissen über den Katastrophenschutz und die Motivation, sich hierfür zu engagieren, zu steigern. Ist das grundsätzliche Interesse geweckt, so tritt eine Befürchtung klar in den Vordergrund:

Wie wird ein Engagement im Katastrophenschutz in der Bevölkerung wahrgenommen?

die Sorge vor den zeitlichen Anforderungen und Verbindlichkeiten. Das ist die größte, zugleich einzige Befürchtung in der Allgemeinbevölkerung und damit besonders ernst zu nehmen. Aktuell ist aber schon zu erkennen, dass viele Organisationen sich damit befassen, neue Einstiegsmodelle zu entwickeln. Die Erwartungen und Wünsche der Bevölkerung decken sich sehr genau mit den Erfahrungen, die von den bereits Engagierten berichtet werden. D.h., noch nicht Engagierte – wir sprechen hoffnungsvoll von „potenziell Engagierten“ – erhoffen sich, dass sie private Notfallkompetenzen entwickeln, anderen helfen, Sinn erleben, sozial eingebunden sind und neue Erfahrungen gewinnen.

Wie begegnen Bürgerinnen und Bürger oder auch Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern?

In den allermeisten Fällen wird ihnen mit Respekt und Wertschätzung für ihre Arbeit und ihr Engagement begegnet. Das ist auch das Ziel der Imagestrategie und ebenso unserer Forschung, die bereits vorhandene Wertschätzung noch stärker in den Mittelpunkt zu rücken, indem wir bewusstmachen, wie fundamental wichtig diese Arbeit ist und dass dieses Engagement freiwillig, praktisch unbezahlt und in der eigenen Freizeit erbracht wird. Denn ein wahrgenommener Mangel an Wertschätzung ist eine der größten Schwierigkeiten beim Engagement. Eine wichtige Rolle kommt auch den Arbeitgebenden zu. Die berufliche Vereinbarkeit ist ein überaus wichtiger Aspekt für die Engagierten.

Wie können Menschen für ein Engagement im Katastrophenschutz begeistert werden?

Es ist zentral, dass die Arbeit im Katastrophenschutz unterm Strich Freude bereitet und Sinn stiftet. Die Flutkatastrophe Mitte Juli hat wie in einem Brennglas gezeigt, wie wichtig der Katastrophenschutz ist, wie hilfreich ein solidarisches Miteinander wirkt, um mit solchen Katastrophen fertig zu werden. Die Herausforderung ist hier, das spontane Engagement in ein längerfristiges Commitment für den Katastrophenschutz zu wandeln. Wird erlebt, dass ein Engagement Freude macht, Sinn stiftet und Gemeinschaft fördert, wird es beibehalten. Im nächsten Schritt werden auch andere Engagierte angeworben. Engagierte sind die besten Werbeträgerinnen und Werbeträger. Dies zeigt die aktuelle Medienstrategie, bei der keine professionellen Models, sondern die Engagierten selbst mit ihrer Arbeit andere begeistern.



Prof. Dr. Elisabeth Kals ist seit 2003 Professorin für Sozial- und Organisationspsychologie an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

FAZIT DER BEFRAGUNGEN

Die Ergebnisse der Studie waren Grundlage für anschließende organisationscharfe Feedback-Workshops zur Aufarbeitung und zur weiteren Maßnahmenentwicklung. Im Dialogforum wurden die Ergebnisse dann zusammengefasst präsentiert:

Engagierte – WIR

- Lange Engagement-Dauer (im Schnitt 17 Jahre)
- Vielfältige Anreize (Gemeinschaft, Sinn, Erfahrung, Selbstwert, Helfen und Notfallkompetenz)
- Erleben von Freude und hohe Bereitschaft zur Fortführung, Ausweitung und Werbung
- Subjektive Wichtigkeit und Bereitschaft, als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren zu wirken, sind etwa gleich hoch
- Kleine Herausforderungen (interne Konflikte, starre organisationsinterne Strukturen, zeitliche Anforderungen)

Allgemeinbevölkerung – DU

- Zunächst grundsätzliches Interesse an einem niederschwelligen Engagement
- Übereinstimmung von erwarteten Anreizen der Bevölkerung und berichteten Anreizen der Engagierten
- Mangelnde Informiertheit über den Aufbau des Katastrophenschutzes, über den Zugang zum Katastrophenschutz und über Traditionen des Katastrophenschutzes
- Befürchtungen (Zeitanforderung und Verbindlichkeit)

Aus diesen Ergebnissen ließen sich dann folgende Empfehlungen ableiten:

- Aufbau eines organisationsübergreifenden intensiven Zusammenhalts
- Ausbau von innovativen und niedrigschwelligen Engagement-Angeboten
- Aufrechterhaltung der Motivation und Freude
- Nutzung der Werbebereitschaft der Engagierten zur Mitgliedergewinnung und Verbreitung von Informationen über den Katastrophenschutz

DER THEORETISCHE AUFBAU GIBT DIE RICHTUNG VOR

DIE IMAGESTRATEGIE

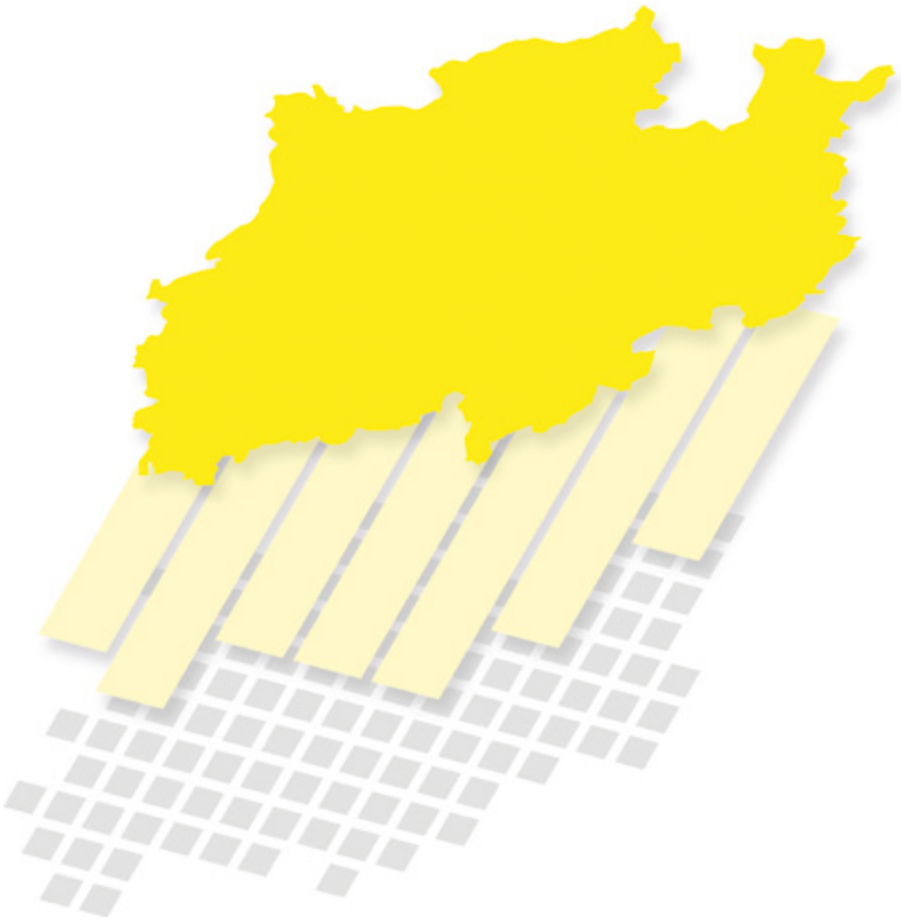


Die Ergebnisse der Studie aus dem Jahr 2019 sind grundlegend für die Entwicklung der zweistufigen Imagestrategie. In der ersten Phase ging es um das „Wir“, die Bindung bereits engagierter Ehrenamtlicher in den Organisationen. In der zweiten Phase rücken die Mitgliedergewinnung und noch nicht Engagierte in den Fokus – das „Du“.

1. Bindung
Wertschätzen, Motivieren, Stärken: In diesem ersten Schritt richteten wir den Blick nach innen in die Organisationen selbst. Das Motto „Wenn nicht wir, wer dann?“ gibt der „Wir-Phase“ einen verbalen Rahmen. Konkrete inhaltliche Zielsetzungen dieses ersten Teils der Imagestrategie leiten sich aus der wissenschaftlichen Studie ab: Wertschätzung und Respekt des ehrenamtlichen Engagements steigern, 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.

2. Gewinnung
Den Blick nach außen richten, neue Menschen für den Katastrophenschutz begeistern: Um diese Ziele dreht sich der zweite Teil der Kampagne. Der Leitspruch „Wenn nicht du, wer dann?“ richtet 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 geht 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

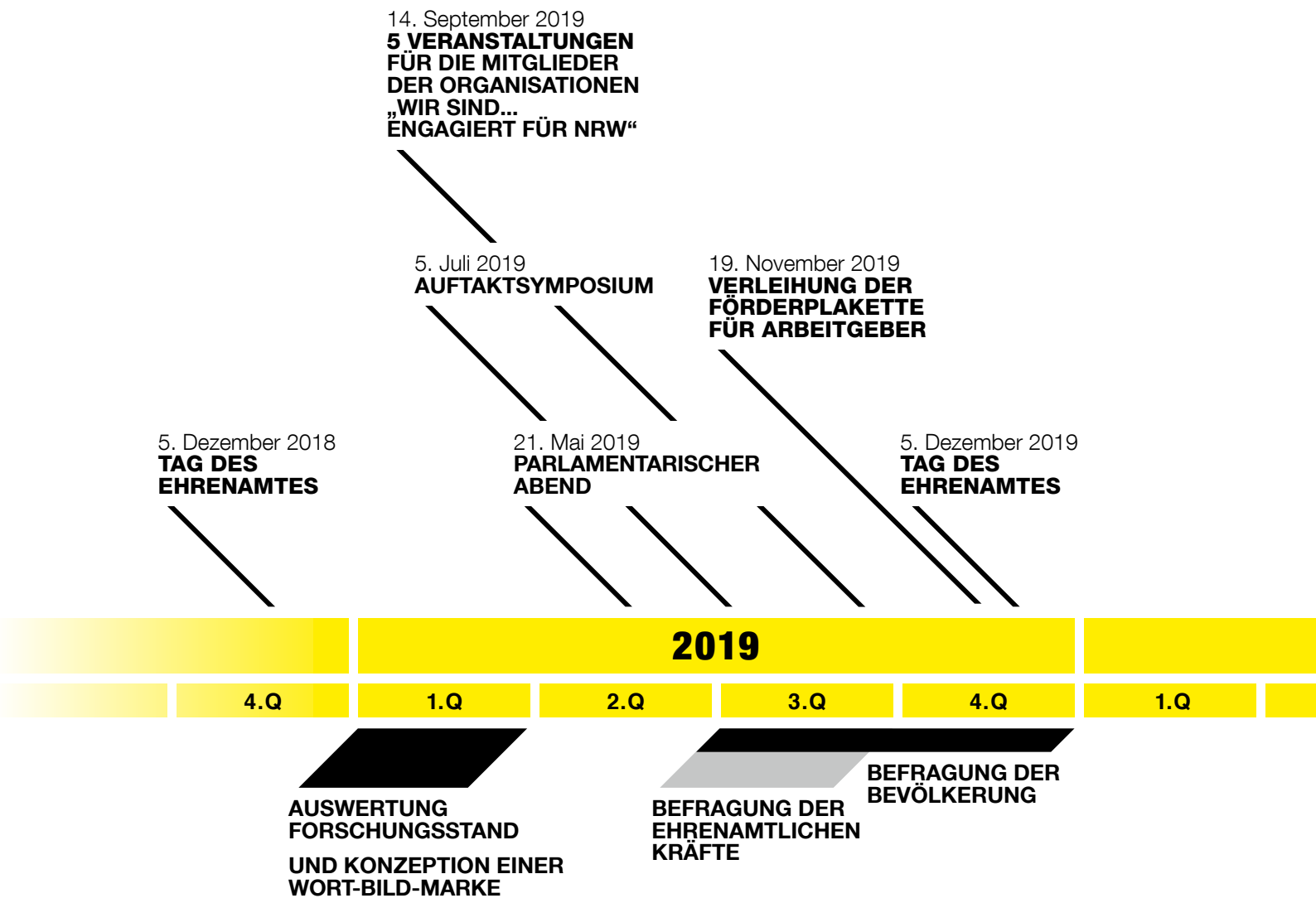
KAMPAGNENBOTSCHAFTE-RINNEN UND KAMPAGNENBOT-SCHAFTER
aus regionalen Organisationen
für regionale Kommunikation

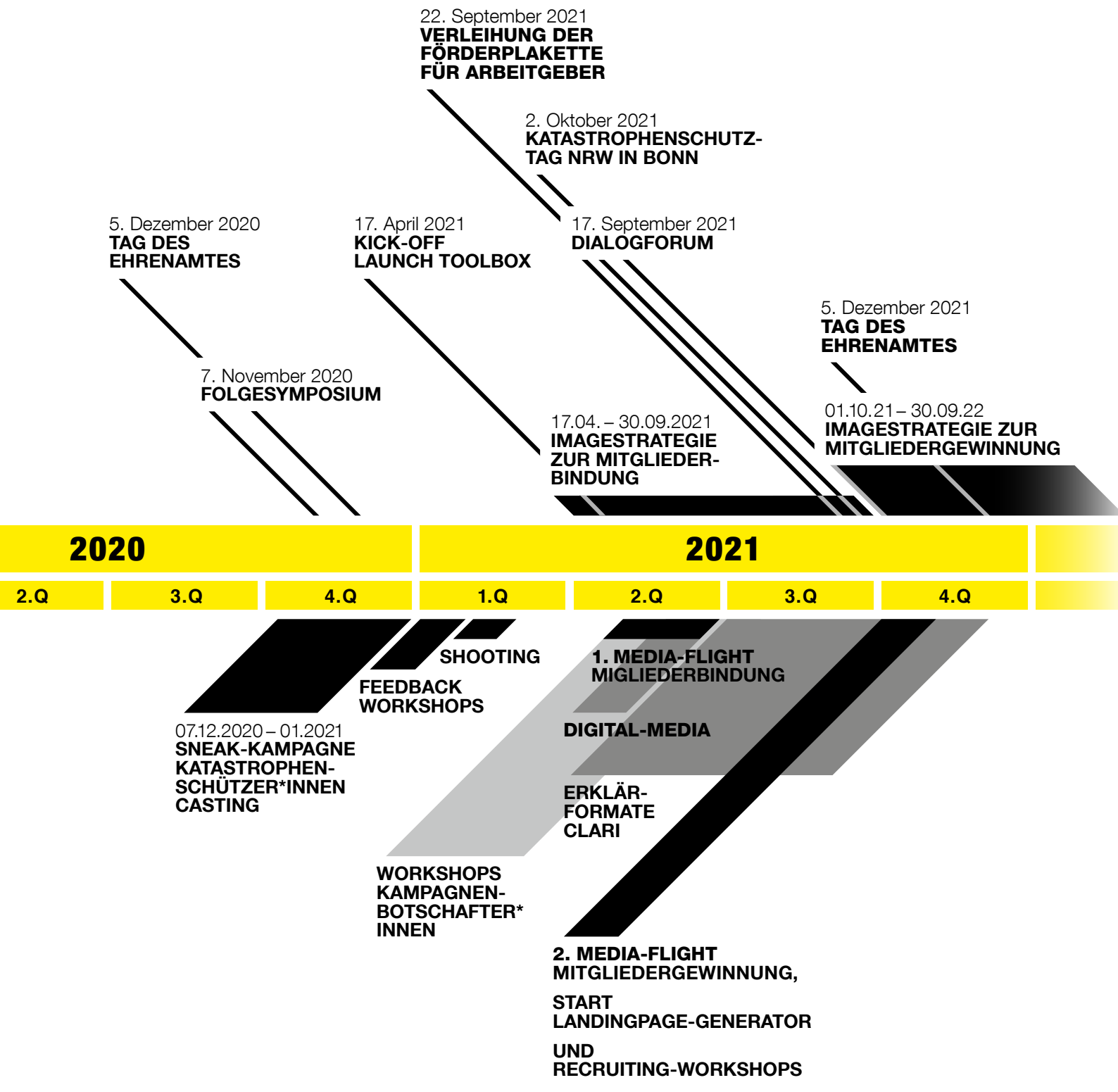
Der Weg in die Öffentlichkeit

Die Inhalte und Maßnahmen werden über drei verschiedene Absender ausgespielt: über das Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen, die überregionalen Organisationen und die regionalen Ortsverbände. Beginnend mit der oberen Ebene werden die Inhalte strategisch nach unten kommuniziert. Menschlich näher wird es in den regionalen Organisationen, die persönlich von ihren Einsätzen und Erfahrungen berichten. Diese Rolle übernehmen die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter. Gewissermaßen strahlen sie mit ihrem und durch ihr Engagement nicht nur nach innen in die Organisationen hinein, sondern auch nach außen in die Bevölkerung.

DAS SIND DIE ETAPPEN

DER ZEITSTRAHL




22. September 2021
VERLEIHUNG DER FÖRDERPLAKETTE FÜR ARBEITGEBER
2. Oktober 2021
KATASTROPHENSCHUTZ-TAG NRW IN BONN
5. Dezember 2020
TAG DES EHRENAMTES
17. April 2021
KICK-OFF LAUNCH TOOLBOX
17. September 2021
DIALOGFORUM
5. Dezember 2021
TAG DES EHRENAMTES
7. November 2020
FOLGESYMPOSIUM
17.04. – 30.09.2021
IMAGESTRATEGIE ZUR MITGLIEDER-BINDUNG
01.10.21 – 30.09.22
IMAGESTRATEGIE ZUR MITGLIEDERGEWINNUNG
2020
2021
2.Q
3.Q
4.Q
1.Q
2.Q
3.Q
4.Q
SHOOTING
FEEDBACK WORKSHOPS
07.12.2020 – 01.2021
SNEAK-KAMPAGNE KATASTROPHEN-SCHÜTZER*INNEN CASTING
1. MEDIA-FLIGHT MIGLIEDERBINDUNG
DIGITAL-MEDIA
ERKLÄR-FORMATE CLARI
WORKSHOPS KAMPAGNEN-BOTSCHAFTER* INNEN
2. MEDIA-FLIGHT MITGLIEDERGEWINNUNG,
START LANDINGPAGE-GENERATOR
UND RECRUITING-WORKSHOPS



ECHTE GESICHTER, DIGITALE TOOLS

Ein digitales Corporate Design Manual schuf erstmals eine gemeinsame Identität für alle sieben Organisationen. Danach begann die Suche nach Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern, um der Kampagne ein Gesicht zu geben. Sie wurden professionell in Szene gesetzt. In der Toolbox wird seitdem Handwerkszeug für die Kampagnenarbeit bereitgestellt.

ERSTMALS EINE GEMEINSAME IDENTITÄT
DAS LOGO

Am Anfang stand ein Logo. Und das vereint mehrere kleine Geschichten in sich. Die Landesgrenzen Nordrhein-Westfalens geben die Form vor, die Streifen – 14 in der großen Auflösung, 7 in der kleineren – reflektieren die sieben beteiligten Organisationen.

Die Streifen bilden als stilistisches Element ein gemeinsames Wiedererkennungsmerkmal aller Organisationen. Sie tauchen auf Fahrzeugen und der Ausrüstung auf oder erinnern an die Einsätze, bei denen Absperrband zum Einsatz kommt. Entstanden ist ein identitätsstiftendes, vereinendes digitales Corporate Design Manual unter Einbindung der Wort-Bild-Marke für den Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen. Die Vorlagen in diesem Corporate Design Manual wurden im ebenfalls neuen Brand Center, einer neuen Download-Website, für die Städte und Kommunen bereitgestellt. Diese hatten dort die Gelegenheit, die Vorlagen ohne Registrierung für unterstützende Maßnahmen frühzeitig herunterzuladen. Heute ist das Brand Center in die Toolbox integriert.

KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW



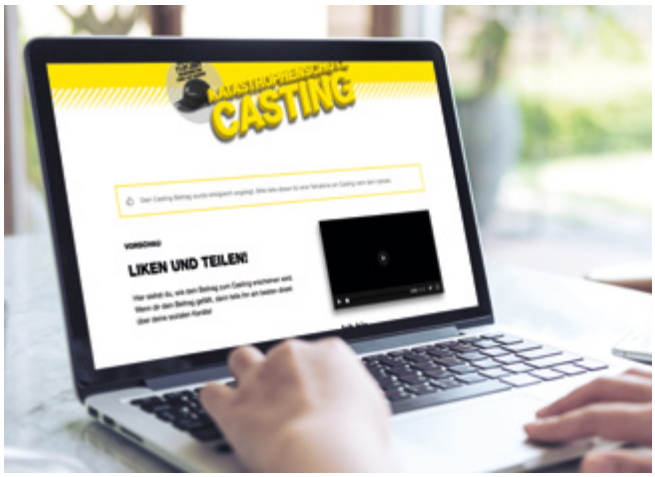
AUF DER SUCHE NACH ECHTEN EHRENAMTLICHEN

DAS CASTING

Von Anfang an war klar, dass echte ehrenamtliche Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer gezeigt werden sollten. Über die Organisationen und Social-Media-Clips wurde ein Casting ausgerufen. Der Startschuss fiel am 7. Dezember 2020.



Über eine Anmeldeplattform konnten sich die Ehrenamtlichen bewerben. Das Feedback war groß. Rund 140 Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer aus allen Organisationen meldeten sich. Die Jury, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern des Ministeriums des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen, den Organisationen und der Agentur Kopfkunst, wählte in zwei Runden schließlich ein „Katastrophenschutzteam“ für das Fotoshooting aus. Die 14 Frauen und Männer – je zwei pro Organisation – bilden die Vielfalt der Engagierten ab. Bei der Auswahl wurde auf Geschlechterverteilung, Altersstruktur, Diversität und regionale Verteilung geachtet.



„ICH BIN KATASTROPHENSCHÜTZERIN / KATASTROPHENSCHÜTZER, WEIL…



… es eine der schönsten Entscheidungen ist, Nächstenliebe leben zu können.“
Melanie Tholen, VdF





… es gut tut, Menschen da zu unterstützen, wo sie es am dringendsten brauchen.“
Christopher Krogull, ASB

… es mir Spaß macht, in einem großen Team, anderen Menschen zu helfen.“
Frederike Döing, DLRG



… es eine Menge Spaß macht, etwas für andere zu tun und zum Wohl der Allgemeinheit beizutragen.“
Janosch Weiden, DRK



… es das Größte ist, im Team etwas ehrenamtlich für die Allgemeinheit zu erreichen.“
Celina Hoffmann, THW



… wir eine tolle Gemeinschaft und weitaus mehr als nur Kollegen sind.“
Tim Haida, MHD



… Menschen ehrenamtlich zu helfen, ein gutes Gefühl gibt, und es toll ist, Teil eines besonderen Teams zu sein.“
Anna Schmitz, JUH

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 den hellen Räumen des Düsseldorfer Bogenstudios in kleinen Gruppen stattfinden:
Am 20., 21. und 27. Februar setzte Fotograf Nady El-Tounsy die Ehrenamtlichen nacheinander professionell in Szene.





















ASB
Arbeiter-Samariter-Bund



Tobias Lorek



Stefan Schröder

DLRG



Sofia Kiefer



Daniel Menne

Deutsches
Rotes
Kreuz



Michelle Lenz



Michael Groß

JOHANNITER



Johann Rattapon Woopen



Leonie Kezman

Malteser



Nelly Herbort



Niklas Klinkenberg

Technisches Hilfswerk



Christoph Kochs



Yasemin Gündogdu

VERBAND DER FEUERWEHREN IN NRW



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.

HIER GIBT ES HILFE UND HANDWERKSZEUG
DIE TOOLBOX

Die Toolbox ist die zentrale Plattform der Kampagne und hat zwei Aufgaben: Zu informieren und den Beteiligten praktische Dinge an die Hand zu geben. Sie befähigt die Ehrenamtlichen dazu, ohne viel Aufwand in der Mitgliederbindung und -gewinnung aktiv zu werden.

Sie bildet in Echtzeit ab, was alles in der Kampagne passiert. Die Inhalte, auf die die sieben Organisationen sowie die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter Zugriff haben, sind kostenlos. Die Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer, die ebenfalls Interesse haben, mit dem umfangreichen Angebot der Toolbox zu arbeiten, können sich anmelden und erhalten danach ebenfalls Zugriff. Ausgenommen davon sind nur die Workshops.

Auf die richtigen Werkzeuge kommt es an:
Die Tools
An dieser Stelle sind alle Werkzeuge versammelt, die für eine erfolgreiche Kampagnenarbeit vor Ort wichtig und hilfreich sind. Es gibt einen Überblick über digitale und analoge Tools, die direkt verlinkt sind. Während der Kampagne werden die einzelnen Angebote laufend aktualisiert und angepasst.

So ereignisreich war es bisher:
Die Events
Große Online-Events wie der Kampagnen-Kick-off oder Diskussionsrunden in kleinerem Kreis: Unter dem Stichwort Events gibt es Zugang zu allen öffentlichen Veranstaltungen rund um die Kampagne. Der Rückblick bietet eine Übersicht über all die Events, die es im Rahmen der Kampagne bereits gegeben hat.

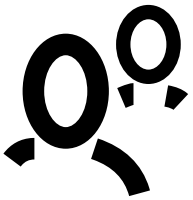
Weiterbildung auch zu Hause:
Die Akademie
Wissen, Praxis und Vernetzung: Aktuelle Workshops sind in der digitalen Akademie gelistet. Es gibt ein umfangreiches Angebot von Lerninhalten zu den verschiedenen Schwerpunkten – Mitgliederbindung, Mitgliedergewinnung und Social Media. Die Akademie ist dabei die digitale Ergänzung zu den bereits absolvierten Workshops. Deren umfangreiche Inhalte sind so aufbereitet worden, dass Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer sich jederzeit mit den Inhalten beschäftigen können. Alle Arbeitsunterlagen stehen als Workbooks, Arbeitsblätter oder Kurzclips zum Download, Ausdrucken und Anschauen bereit. Und natürlich können die Inhalte auch an die Kolleginnen und Kollegen in den Organisationen weitergegeben werden.


TOOLBOX
SHOP
PRESSE
BRANDCENTER

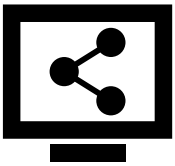
AUF DIE RICHTIGEN WERKZEUGE KOMMT ES AN
DIE TOOLS



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 können sie einfach andere Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter finden. Dabei kann jeder selbst entscheiden, welche persönlichen Informationen er für die Kontaktaufnahme in seinem Nutzerprofil bereitstellen möchte. Die Vernetzung läuft dann ganz einfach über die Kanäle E-Mail, Telegram oder WhatsApp. Und damit ist auch Kontakthalten abseits der Toolbox ganz einfach.



Die virtuelle Visitenkarte:
Der Landingpage-Generator
Auch in der digitalen Welt gibt es eine Visitenkarte: eine eigene Landingpage. Bei der Mitgliedergewinnung ist sie ein Muss, damit interessierte Neuzugänge möglichst einfach und direkt mit der Organisation, für die sie sich interessieren, in Kontakt treten können. Und da kommt der Landingpage-Generator ins Spiel. Mit seiner Hilfe kann jede/jeder Ehrenamtliche ganz einfach in drei Schritten eine personalisierte Startseite inklusive eines angepassten Kontaktformulars erstellen: Eine Basisstruktur aufbauen, die Inhalte bearbeiten, den Link teilen. Und schon ist ein direkter Draht zwischen Engagierten und Interessierten möglich.



Finde die passende Strategie:
Der Recruiting Assistant
Aktiv auf potenzielle neue Mitglieder zuzugehen und sie für den Katastrophenschutz zu begeistern, das fällt nicht jedem Ehrenamtlichen leicht. Deshalb gibt es den Recruiting Assistant. Mit seinen zahlreichen Funktionen unterstützt er die Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer auf dem Weg der Mitgliedergewinnung – nämlich mit der Planung der persönlichen Recruiting-Strategie. Passt besser die analoge Art der Mitgliedergewinnung – etwa über Veranstaltungen, der digitale Weg über Social Media, oder doch am besten eine Mischung aus beiden Wegen? Mit Hilfe eines gezielten Fragenkatalogs wird die/der Ehrenamtliche durch die Möglichkeiten geführt und erhält weitergehende Hilfestellung über ausführliche Erläuterungen in integrierten Handouts. In diesen weiterführenden Unterlagen werden zusätzliche Informationen bereitgestellt, die die vertiefende Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Themenbereich ermöglichen.



Einkaufen im virtuellen Kaufhaus:
Der Shop
Dort können die Nutzerinnen und Nutzer ihren virtuellen Einkaufswagen mit kostenlosem Inhalt füllen. Im Angebot ist alles, was sie für ihre Aufgabe brauchen: etwa sämtliche Print- und Onlinemaßnahmen 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“. Druckunterlagen werden zum Download bereitgestellt, ebenso Online-Advertorials, die auf den Social-Media-Kanälen eingebunden werden können. Mit den bereitgestellten Vorlagen können die Ehrenamtlichen auf sie zugeschnittene individualisierte Druckmedien erstellen lassen. Einfach eine Anfrage über die Toolbox hinterlassen.



Das sind die beliebtesten Artikel im Shop:

SOCIAL-MEDIA-PAKET, KAMPAGNENMOTIV ZUR MITGLIEDERBINDUNG





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

INSTAGRAM STORY, STICKER-PAKET



DIE KAMPAGNE WIRD LEBENDIG

Mit dem Kick-off am 17. April 2021 erwachte die Image-strategie auch in der Öffentlichkeit zum Leben. Mit den Wir- und Du-Motiven wurden die Kampagnenphasen nach außen hin sichtbar. Die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter füllen sie mit Leben. Clari erklärt die Arbeit der Organisationen.

DER STARTSCHUSS FÄLLT IM LIVESTREAM

DAS KICK-OFF-EVENT

Das Kick-off-Event für die Kampagne war zweigeteilt – in einen offiziellen Auftakt sowie in einen anschließenden Auftakt für die 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 virtuelle Auftaktveranstaltung. Dort wurden die Strategie sowie die nächsten Schritte konkreter erläutert, die Maßnahmenpakete vorgestellt und das Rollenverständnis der Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter übermittelt. 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 den am häufigsten genannten Antworten über ihr Engagement, die sie während der Veranstaltung gaben:

„FÜR MICH BEDEUTET ENGAGEMENT, EINEN SINNVOLLEN BEITRAG ZU LEISTEN.“

„ICH ERLEBE WERTSCHÄTZUNG, WENN RESPEKT GEGENÜBER EHRENAMTLICHEN GEZEIGT WIRD.“



v.l.n.r. Anja Backhaus (Moderatorin), Daniel Menne (Engagierter bei der DLRG Westfalen in Paderborn), Nelly Herbort (Engagierte bei den Maltesern in Neuss), Herbert Reul (Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen), Dr. Carl Naughton (Wirtschaftspsychologe).

SIE TRAGEN DIE KAMPAGNE IN DIE LANDE
DIE BOTSCHAFTERINNEN UND BOTSCHAFTER

Sie sind die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, um Mitglieder zu binden, aktiv neue zu gewinnen, um über den Katastrophenschutz zu informieren und für ehrenamtliches Engagement zu begeistern.

Sie, das sind insgesamt 295 Freiwillige aus den sieben Organisationen, die als Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter vor allem in den sozialen Medien aktiv sind. Sie braucht es, um die Kampagne über alle Organisationen und alle Ebenen hinweg auszurollen.

Mit einem umfangreichen Angebot aus identitätsstiftenden Events, Workshops und praktischem Input, der über die Toolbox bereitgestellt wird, werden sie befähigt und motiviert, aktiv zu sein. Als Sprachrohr zu den Ortsverbänden in den einzelnen Regionen sind die Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter zugleich einer der wichtigsten Bausteine der Kampagne.

DIE KAMPAGNEN-BOTSCHAFTERINNEN UND KAMPAGNEN-BOTSCHAFTER SIND:

- eine oder einer von 300 Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für die Kampagne
- das Sprachrohr zu den Ortsverbänden und der Region
- in Workshops zur echten Expertin/zum Experten für Social Media ausgebildet worden und haben gelernt, wie man so auch neue Mitglieder aktiviert
- Schlüsselpersonen, die die Kampagne für die eigene Organisation befeuern – mit bereitgestellten und selbsterstellten Postings, News oder Aktionen
- Ansprechpartnerin und Ansprechpartner für die Kameradinnen und Kameraden vor Ort
- vernetzt mit anderen Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschaftern – auch aus anderen Organisationen
- Teil einer starken organisationsübergreifenden Gemeinschaft

DIE MOTIVATION, …

… Kampagnenbotschafterin / Kampagnenbotschafter zu werden:

Persönliches Anliegen
- Persönliche Kompetenzen weiterentwickeln
- Für einen guten Zweck engagieren
- Organisationsübergreifende Vernetzung

Ehrenamt stärken
- Neue Mitglieder gewinnen
- Vielfältigkeit des Katastrophenschutzes vermitteln
- Für Wertschätzung und Respekt werben

Verband stärken
- Um meinen Ortsverband voranzubringen
- Durch Öffentlichkeitsarbeit sichtbarer werden
- Eine tolle Kampagne unterstützen, die überzeugt

„ICH BIN KATASTROPHENSCHÜTZERIN / KATASTROPHENSCHÜTZER, WEIL…



… hier das Zusammengehörigkeitsgefühl am ausgeprägtesten ist und es Spaß macht, Menschen in Not zu helfen.“
Juliana Thiele, DRK



… es Spaß macht, Menschen zu helfen und wir ein schönes Team haben.“
Thorsten Budasz, ASB

… für eine bessere Welt jeder etwas tun kann, und ich da helfe, wo ich gebraucht werde.“
Julian Posse, DLRG





… es mich mit vielen Menschen zusammenkommen lässt, die damit etwas gefunden haben, das sie ausfüllt.“
Florian Muth, JUH



… jeder Mensch Hoffnung braucht, und wir Helferinnen und Helfer der Organisationen in der Lage sind, diese zu geben.“
Kristin Wälbers, MHD



… es mir wichtig ist, meine Freizeit sinnvoll zu nutzen, anderen Menschen zu helfen und diese Faszination an die junge Generation weiterzugeben.“
Matthias Staut, THW



… Zivilcourage und Hilfe für den Nächsten für Gesellschaft, Solidarität und Zusammenhalt überlebenswichtig sind.“
Stefan Meuter, VdF

SIE STEHEN 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 an 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 Medienflights hinaus.



Die Plakate waren in 350 Kommunen in ganz NRW zu sehen.



Ministerium des Innern
des Landes Nordrhein-Westfalen

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.



Eine Initiative zur Stärkung der ehrenamtlichen Kräfte Im Katastrophenschutz NRW.

ASB Arbeiter-Samariter-Bund · DLRG · Deutsches Rotes Kreuz · JOHANNITER · Malteser · Technisches Hilfswerk · VERBAND DER FEUERWEHREN IN NRW

KAMPAGNENARBEIT GUT GEMACHT
DIE WORKSHOPS

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

Mit Workshops und anschließenden Sprechstunden zu den Themenbereichen Mitgliederbindung, Mitgliedergewinnung und Social Media. Die Idee dahinter: „Train the Trainer“. Denn eine zentrale Aufgabe der Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter besteht darin, sie zu befähigen, andere Ehrenamtliche anzuleiten, ebenfalls aktiv zu werden und sie in den Bereichen Social Media, Mitgliederbindung und Mitgliedergewinnung zu coachen.

Der Zugang wurde in der Toolbox bereitgestellt. Konzipiert waren die Workshops zunächst als Präsenz-Veranstaltungen. Doch die Pandemie machte diesen Planungen einen Strich durch die Rechnung. Deshalb wurde das Format in der zweiten Jahreshälfte 2020 in eine neue digitale Form gegossen. Die erste Runde fand von Anfang Mai bis Mitte Juli 2021 rein digital statt. Weil der Wunsch danach so groß war, wurde eine neue Runde Workshops angesetzt – für Ende September, Anfang Oktober 2021, diesmal mit einem größeren Praxisbezug. Im Fokus diesmal: Den Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschaftern Wege aufzuzeigen, wie sie ihre persönlich beste Strategie finden, um auf Interessenten und damit potenzielle Neuzugänge zuzugehen.

13 TERMINE

178 TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER

150h KONFERENZ

17 SPRECHSTUNDEN/ RETROSPEKTIVEN

4 VON 5 TEILNEHMENDE HABEN DIE WORKSHOPS WEITEREMPFOHLEN

DAS SAGEN DIE TEILNEHMENDEN

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

„Wie ich die richtige zielgruppen-orientierte Ansprache verfasse, war besonders wichtig für mich.“

„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.“

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

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

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

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

„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.“

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

DAS SAGEN DIE TRAINERINNEN UND TRAINER

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

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

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

ERKLÄREN UND DIE RICHTIGEN FRAGEN STELLEN

CLARI IM ERNST





Begleitet wird die Kampagne von Kampagnenbuddy Clari. Mit dem umgebauten, knallgelben Einsatzfahrzeug „Ernst“ ging die Moderatorin in Nordrhein-Westfalen auf Entdeckungstour und stattete den sieben Organisationen einen Besuch ab.

Dabei lebten diese Besuche ganz besonders von Claris Talenten: Spannende Fragen zu stellen und komplexe Dinge leicht verständlich zu erklären. Damit ist sie genau die richtige Person, um den Katastrophenschutz mit all seinen Facetten und den vielen engagierten Ehrenamtlichen vor allem der breiten Allgemeinbevölkerung näher zu bringen. So geht sie Fragen und Aufgaben rund um den Katastrophenschutz auf den Grund.













7 ERKLÄR-FORMATE

21 MINI-CLIPS

160+ SEITEN SKRIPT

4000+ VIEWS

YouTube /c/EngagiertfürNRW

Das ist Clari
Name: Clarissa Corrêa da Silva
Wurzeln: ihre Mutter stammt aus Brasilien, ihr Vater aus Israel, geboren und aufgewachsen ist sie in Berlin
Im TV: u.a. Sendung mit der Maus, Wissen mach Ah!, Kummerkasten bei Kika

Challenges mit den Organisationen, Alltags-Einblicke und persönliche Berichte finden sich im informativen Erklärformat zusammen. Die Links zu den ca. zwölfminütigen Beiträgen sind sowohl über den Shop in der Toolbox als auch über den Youtube-Kanal „EngagiertfürNRW“ abrufbar und können geteilt werden.
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 sind perfekt, um bei Social Media viral zu gehen.



DIESE 14 GESICHTER SPRECHEN JEDEN AN

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.














KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
GREIF ZU,
WENN'S AN GRENZEN GEHT!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW


KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
GIB HALT,
WENN HILFE GEBRAUCHT WIRD!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW


KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
PACK AN,
DAMIT ALLES LÄUFT!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW


KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
HILF MIT,
DAMIT ES LÄUFT!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW


KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
KOMM RAN,
WENN DIE NOT GROSS IST!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW


KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
SEI STARK,
WENN ANDERE SCHWACH WERDEN!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW


KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
GIB ALLES,
WENN NICHTS MEHR GEHT!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW


KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW
PACK ZU,
WENN HILFE NÖTIG IST!
WERDE KATASTROPHENSCHÜTZER*IN!
WENN NICHT
DU,
WER DANN?
DEIN EHRENAMT
#EngagiertFürNRW

AUSTAUSCH ERLEBEN, ENGAGEMENT AUSZEICHNEN
DER ERSTE LANDESWEITE KATASTROPHENSCHUTZTAG

Hunderte Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer der sieben Organisationen, 4.500 Besucherinnen und Besucher – allein diese Resonanz zeugt vom großen Erfolg des ersten landesweiten Katastrophenschutztages Nordrhein-Westfalens am 2. Oktober 2021 auf dem Münsterplatz in Bonn.

Die im Katastrophenschutz Nordrhein-Westfalen tätigen Organisationen, die Bundesstadt Bonn, das Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen und das Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe 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 in den einzelnen Organisationen begeistert gezeigt haben. Das Publikum wurde für ein Katastrophenszenario sensibilisiert: der Blackout. Was geht, wenn plötzlich nichts mehr geht? „Ein Stromausfall ist ein Totalausfall. Dann geht nichts mehr, wie viele bei dem Hochwasserereignis im Juli leidvoll erfahren mussten. Gerade deshalb sollten wir uns bestmöglich vorbereiten“, sagte Herbert Reul, Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen. „Ein Katastrophen-Szenario durchzuspielen, kann Leben retten“.

900 Besucherinnen und Besucher absolvierten den eigens für den Katastrophenschutztag entwickelten Aktionsparcours in der Blackbox, der sieben Aktionen mit konkreten 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 mit nach Hause nehmen. Mindestens genauso wichtig aber 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 den Katastrophenschutztag führte, der durch ein buntes Programm auf der Bühne abgerundet wurde.









DER TAG DES EHRENAMTES

Die Vereinten Nationen riefen 1986 den 5. Dezember zum Internationalen Tag des Ehrenamtes aus. Seit 2018 dankt der Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen den ehrenamtlichen Kräften für deren unermüdlichen Einsatz mit einem Festakt.

Traditionell werden dazu ca. 200 Engagierte aus den Organisationen im Ministerium des Innern zu einem gemeinsamen Austausch empfangen.
Coronabedingt war eine Präsenzveranstaltung im Jahr 2020 nicht möglich, wohl aber ein Livestream. Rund 350 ehrenamtlich Engagierte verfolgten so den Festakt zum Tag des Ehrenamtes vor dem heimischen Bildschirm. Herbert Reul, Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen, sprach mit neun Menschen aus den im Katastrophenschutz aktiven Organisationen über ihren Einsatz, ihre Erfahrungen und über die Motivation, sich auch in herausfordernden Zeiten für die Bevölkerung einzubringen. Denn ehrenamtlich Engagierte leisten zwar Arbeit, die nicht bezahlt wird, aber für die Gesellschaft unbezahlbar ist.

DIE FÖRDERPLAKETTE FÜR ARBEITGEBER

Ehrenamt im Katastrophenschutz funktioniert nicht ohne engagierte Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber. Viele Unternehmen unterstützen Ehrenamtliche durch großzügige Freistellungen von beruflichen Verpflichtungen.

Dort setzt die Förderplakette für Arbeitgeber des Landes Nordrhein-Westfalen an. Jährlich wird in einem Festakt den Preisträgern persönlich gedankt und die Plakette nebst Urkunde durch den Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen überreicht. Die Jury, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der im Katastrophenschutz tätigen Organisationen, den kommunalen Spitzenverbänden und Vertretern des Handwerks, wählte aus 52 Einreichungen die diesjährigen Preisträger. Am 22. September 2021 verlieh Herbert Reul, Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen, an 13 Unternehmen diese besondere Auszeichnung und verschaffte ihnen damit auch eine besondere Reichweite in der Öffentlichkeit.























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.

#ENGAGIER
SOCIAL MEDIA



































TFÜRNRW

Bereit gestellt werden Vorlagen für alles, was über die sozialen Netzwerke verteilt werden kann. Im Fokus stehen 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.



















11700+ POSTINGS
#EngagiertFürNRW



STARKE ERSTE MONATE

Es ist Zeit für eine Zwischenbilanz. Wir packen die Probleme rund um den Katastrophenschutz aktiv an. Mit engagierten Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern.

MIT VIEL BEGEISTERUNG UND ENGAGEMENT
DIE ZWISCHENBILANZ

Die ersten Monate sind vorüber – Zeit für eine Zwischenbilanz. Wir haben dabei die Entwicklungen bis zum 30. November 2021 betrachtet.

Die Ausgangslage? Durchaus überraschend. In der Bevölkerung besteht Informationsbedarf darüber, was Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützer leisten und wie immens wichtig ihre Rolle in der Gesellschaft unseres Landes ist. Viele Ehrenamtliche sahen zudem noch Steigerungspotenzial in der öffentlichen Wahrnehmung sowie in der internen Vernetzung. Doch: Mit der aktuellen Imagestrategie haben wir genau diese Probleme erkannt, benannt und die inhaltliche und graphische Konzeption der Strategie auf diese Ausgangslage zugeschnitten. Mit Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern sind wir #EngagiertFürNRW.





Die Kampagne ist ein voller Erfolg – auch wenn durch die Corona-Pandemie die Umsetzung einiger Projekte erschwert oder verzögert wurde/wird. Zudem führten sowohl die Pandemie als auch das Hochwasserereignis im Sommer 2021 auf teils dramatische Art und Weise der Welt vor Augen, wie unerlässlich das Engagement von Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern für die Gesellschaft ist. Grundsätzlich besteht bei der Allgemeinbevölkerung eine hohe Bereitschaft zum ehrenamtlichen Engagement. Die Studie der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt hat neben allen positiven Aspekten auch gezeigt, dass in der Öffentlichkeit noch viel Informationsbedarf über die Aufgaben des Katastrophenschutzes und die besondere Rolle des Ehrenamts darin besteht. Es wurde zudem deutlich, wie groß der Wunsch unter den Katastrophenschützerinnen und Katastrophenschützern nach mehr Respekt und Wertschätzung sowie einer besseren Vernetzung ist. Diese Erkenntnisse boten ein wissenschaftliches Fundament, auf dem die Kampagne aufsetzen konnte. Die Bereitschaft der Ehrenamtlichen, sich kontinuierlich für die Kampagne zu engagieren, ist groß. Sei es als Kampagnengesichter oder als Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter. Die Zahl der Bewerbungen – 140 als Kampagnengesichter und 295 als Kampagnenbotschafterinnen und Kampagnenbotschafter – spricht für sich. Als besonders positiv herauszustreichen ist zudem das Engagement der Kampagnengesichter!

Trotz Corona-Einschränkungen bewiesen sie beim Shooting in Düsseldorf vollen Einsatz. Beispielhaft verdeutlichen diese Punkte, wie sehr die Ehrenamtlichen für den Katastrophenschutz brennen. Die Identifikation aller Organisationen unter der gemeinsamen Wort-Bild-Marke ist gelungen, der Hashtag #EngagiertFürNRW ist längst etabliert. Die Kampagne lebt in den sozialen Netzwerken ebenso wie in der Öffentlichkeit. Besonders gut angenommen wird das umfangreiche Angebot, das im Shop für die Kampagnenarbeit bereitgestellt wird. Auch auf anderen Ebenen funktionierte die Zusammenarbeit hervorragend, zu betonen ist außerdem die intensive Einbindung der Kommunen während der Kampagnenphasen. Kurzum: So darf es weitergehen.

„ES HAT SICH GEZEIGT, WIE SEHR DIE EHRENAMTLICHEN FÜR DEN KATASTROPHENSCHUTZ BRENNEN.“

„EINMAL EINGETRETEN IN DIE ORGANISATION, BLEIBE ICH DABEI.“

„ICH HABE VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN, SPASS AN MEINER ARBEIT UND BIN BEREIT, MICH WEITERZUENTWICKELN.“

1 LOGO FÜR 7 ORGANISATIONEN

14 KAMPAGNEN-GESICHTER

295 ENGAGIERTE KAMPAGNEN-BOTSCHAFTER-INNEN UND KAMPAGNEN-BOTSCHAFTER

KAMPAGNEN-BUDDY CLARI

7 ERKLÄR-FORMATE

21 MINI-CLIPS

4000+ YouTube VIEWS

11700+ POSTINGS
#EngagiertFürNRW

1 IMAGE-KAMPAGNE

2 TEILE

MITGLIEDER-BINDUNG

MITGLIEDER-GEWINNUNG

2069 WERBETRÄGER ALLER ART IN GANZ NRW

1 KATASTROPHEN-SCHUTZTAG MIT **4500** BESUCHERINNEN UND BESUCHERN

1000 ZUSCHAUERINNEN UND ZUSCHAUER BEIM KICK-OFF

DIE WORKSHOPS

13 TERMINE

178 TEILNEHMERINNEN UND TEILNEHMER

150h KONFERENZ

17 SPRECHSTUNDEN/ RETROSPEKTIVEN

DER SHOP

3 THEMEN-WELTEN

6500+ DOWNLOADS

68 ARTIKEL

Wir sind gespannt auf die nächsten Etappen, auf das, was im Jahr 2022 im Zuge der Kampagne geschehen wird. Viele spannende Projekte sind in Planung, weitere Ereignisse werfen bereits ihre Schatten voraus – alle stehen unter dem Motto: sich untereinander und mit der Bevölkerung zu vernetzen. So steht beispielsweise ein spannendes digitales Werbepaket in den Startlöchern. Im Sommer finden zwei weitere Katastrophenschutz-tage statt. Und natürlich steigt die Spannung, all die-jenigen Neuzugänge kennenzulernen, die sich für ein Engagement im Katastrophenschutz begeistern. Denn schließlich gilt jetzt:



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

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

Druck
Digital Media Service GmbH

1. Auflage
Stand: Dezember 2021

Bildnachweise
Titel, S. 23, S. 28 / 29 - Gruppenmotiv[1] 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 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, © Bernulius, © Vastram, © KOPFKUNST
Innenseite Titel © Nady El-Tounsy, © KOPFKUNST, © IM NRW/Jochen Tack, © ASB Bonn/Rhein-Sieg/Eifel, © www.pixty.de/Reza Daie, © Ramona Kochs, © Farknot Architect
S. 3 © IM NRW/Ralph Sondermann
S. 4, S. 36 © IM NRW/Jochen Tack
S. 6 © Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
S. 9, S. 13, S. 16 / 17, S. 32 / 33 © KOPFKUNST
S. 12 © Freepik.com
S. 14 © Hand Robot © Farknot Architect
S. 15, S. 27 Kampagnenbotschafter*innen haben bei der Teilnahme am Casting der Veröffentlichung zugestimmt
S. 18 / 19, **S. 24 / 25** © Nady El-Tounsy
S. 21 © Klaudia Brożyna
S. 34 / 35 - Einzelmotive[2] 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
S. 37 © www.pixty.de/Reza Daie, © IM NRW/Jochen Tack
S. 38 / 39 © Andreas Brockmann/DRK, © Ramona Kochs, © DLRG LV Westfalen, © Stephan Kleine Niesse, © Armin Schäffer/DRK Ortsverein Löhne, © Anke Frieling/DRK, © Marcel Erbslöh/ASB, © Alexander Hermelink/DRK, © Jeannette Muessig/DRK, © Marco Fischer, © KOPFKUNST ([1, 2])
S. 40 © Ramona Kochs
S. 41 © ASB Bonn/Rhein-Sieg/Eifel

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, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleich falls 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.

11/2021 KK 218-00-08

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.

Ministerium des Innern
des Landes Nordrhein-Westfalen

ASB Arbeiter-Samariter-Bund · DLRG · Deutsches Rotes Kreuz · JOHANNITER · Malteser · Technisches Hilfswerk · Verband der Feuerwehren in NRW