

ARBEITSMATERIALIEN



# 112 Feuerwehr

Vielfalt leben. Vielfalt schützen.



Das Projekt wird aus  
Mitteln des Europäischen  
Integrationsfonds kofinanziert.



DEUTSCHER  
**FEUERWEHR**  
VERBAND



## I Inhalt

Editorial .....	S. 1
Worum es geht .....	S. 3
Das Leitbild des DFV .....	S. 6
Kommunikationsgedanke .....	S. 8
Materialien .....	S.13
Tipps für die Umsetzung .....	S.14
Social Media .....	S.17
Tipps für die Pressearbeit .....	S.20
Kontakt und Literatur .....	S.24

## I Impressum

»112 Feuerwehr – Willkommen bei uns.« –  
Handbuch zur Kommunikationskampagne 2013

Herausgeber: Deutscher Feuerwehrverband e.V.  
Reinhardtstraße 25, 10117 Berlin

Kampagnengestaltung/Realisierung:  
SEHSTERN Kommunikation + Design, Berlin  
in Kooperation mit ORCA Affairs, Berlin  
Art Konzept: Roland Matticzki/SEHSTERN

Fotografie:  
Hans Scherhauser, Berlin (Kampagnenmotive)  
Friedrich Kulke (S. 1), Roland Matticzki (S. 21-22)  
Stefanie Adler (S. 23-24)

Texte: Silvia Darmstädter, Roland Matticzki,  
Martina Rellin, Dr. Lena Thomsen/ORCA Affairs

Redaktion: Silvia Darmstädter

Diese Publikation gibt die Meinung der Verfasser wieder.  
Die EU-Kommission ist für die Verwendung der Information  
nicht verantwortlich.

© Deutscher Feuerwehrverband e.V., August 2013  
[www.112-willkommen.de](http://www.112-willkommen.de)  
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung



Hans-Peter Kröger

Orhan Bekyigit

## »Willkommen bei uns.«

So begrüßt man neue Freunde und alte Bekannte – Menschen, mit denen man gerne zusammen ist, zum Reden und Lachen, Arbeiten und Wohlfühlen. Um mit ihnen Gemeinsamkeiten festzustellen und Unterschiede zu erfahren, sich auszutauschen und Neues zu lernen.

Mit der Kommunikationskampagne »112 Feuerwehr – Willkommen bei uns.« begrüßen wir Menschen, die Interesse an der Feuerwehr haben, sich über unsere Arbeit informieren wollen und Fragen zum richtigen Verhalten im Notfall haben. Als Teil des Projekts »Deine Feuerwehr – Unsere Feuerwehr! Miteinander reden« des Deutschen Feuerwehrverbandes zielt die Kampagne vor allem auf Menschen mit Migrationshintergrund. Mit Unterstützung des Europäischen Integrationsfonds wollen wir mithilfe authentischer Feuerwehrangehöriger mit und ohne Einwanderungsgeschichte das nahezu einmalige System der Feuerwehren in Deutschland darstellen, Engagementmöglichkeiten aufzeigen und über Prävention informieren.

Freiwillige Feuerwehr, Berufsfeuerwehr, Werkfeuerwehr und Jugendfeuerwehr: Sie alle mögen sich in Zugangsweg, Alltag und Aufgabengebiet unterscheiden. Menschen, die sich in ihnen engagieren, verfolgen jedoch dasselbe Ziel: Sich für den Nächsten einzusetzen.

Auf Ihren Einsatz kommt es an: Nur mit dem Engagement vieler Menschen kommt diese Kampagne vor Ort an. Das vorliegende Arbeitsheft stellt die Materialien vor, berichtet über Hintergründe und gibt Tipps zur Umsetzung. Außer Printmedien kommen erstmals bei einer Kommunikationskampagne des Deutschen Feuerwehrverbandes auch Soziale Medien zum Einsatz – aus unserem Baukastensystem können Sie die passenden Medien für Ihre Gemeinschaft auswählen.

Wir wollen mit Ihnen ins Gespräch kommen, Ihre Erfahrungen aus der Umsetzung vor Ort mit anderen teilen, Erfolge feiern und Verbesserungspotenziale ausschöpfen. Vielen Dank für Ihren Einsatz – Willkommen bei uns!

Hans-Peter Kröger, Präsident

Orhan Bekyigit, Fachberater Integration

**KLISCHEES  
VORURTEILE  
ÄNGSTE  
MISSTRAUEN  
AGGRESSION  
RASSISMUS**



## DEINE FEUERWEHR – UNSERE FEUERWEHR!

# Miteinander reden.

»112 Feuerwehr – Willkommen bei uns!« – mit dieser Kommunikationskampagne will der Deutsche Feuerwehrverband (DFV) den Interkulturellen Dialog der Feuerwehren mit Menschen mit Migrationshintergrund sowie die Interkulturelle Öffnung weiter vertiefen. Schwerpunkte sind die Information über das deutsche Feuerwehrsystem, über Engagementmöglichkeiten in den Feuerwehren sowie über Präventionsmaßnahmen im Schadensfall.

Den Schwerpunkten wird durch Feuerwehrangehörige mit und ohne Migrationshintergrund »ein Gesicht gegeben«. Hintergrund ist die Erkenntnis, dass bei vielen Menschen mit Migrationshintergrund weder das System der Feuerwehren in Deutschland noch die Möglichkeit des eigenen Engagements flächendeckend bekannt sind.

Initial für die Bemühungen des DFV, dies zu ändern, war der verheerende Brand in Ludwigshafen am 3. Februar 2008, bei dem neun Menschen mit Migrationshintergrund ums Leben kamen. Hierauf installierte der DFV einen Fachberater für Integration, der nach den Ereignissen in Ludwigshafen im Interkulturellen Dialog mit der (hier türkischstämmigen) Community vermittelte und über das Wesen der Feuerwehr aufklärte. Auch die Feuerwehren wurden durch Maßnahmen zur Interkulturellen Öffnung an den Interkulturellen Dialog herangeführt.

Der Informationsbedarf ist jedoch unterschiedlich hoch – je nach bereits durchgeführten Maßnahmen der Feuerwehren vor Ort. Daher sollen in einem Baukastenprinzip drei Themenkomplexe behandelt werden, die auch als autarke Elemente genutzt werden können:

### 1. Information über das deutsche Feuerwehrsystem

Mit rund 1,3 Millionen Angehörigen in Freiwilligen, Jugend-, Berufs- und Werkfeuerwehren in bundesweit rund 33.000 Feuerwachen und Gerätehäusern sind die Feuerwehren eine starke Gemeinschaft und ein verlässlicher Partner für Sicherheit. Die flächendeckende Gefahrenabwehr trägt der dichten Besiedlung Deutschlands Rechnung und bringt den Bürgern schnelle Hilfe an jedem Ort. Die Feuerwehr hilft Menschen ohne Ansehen der Person. Sie ist erwachsen aus

dem praktischen Gedanken der Nachbarschaftshilfe. Das Engagement in der Feuerwehr ist in der Bevölkerung hoch angesehen. Dieses System unterscheidet sich häufig vom Feuerwehrsystem der Herkunftsländer von Menschen mit Migrationshintergrund – dort ist es teils militärisch organisiert, hat kein hohes Ansehen oder ist nur Männern vorbehalten.

**Ziel dieses Elements** ist es, das Wissen über und damit auch das Vertrauen in das deutsche Feuerwehrsystem bei Menschen mit Migrationshintergrund zu erweitern und zu stärken.

### 2. Information über Engagementmöglichkeiten in den Feuerwehren

In den Feuerwehren bieten sich vielfältige Engagementmöglichkeiten, unter verschiedensten Voraussetzungen – in Freiwilligen, Berufs-, Werk- und Jugendfeuerwehren.

**Ziel dieses Elements** ist es, das Wissen über die Engagementmöglichkeiten in den Feuerwehren bei Menschen mit Migrationshintergrund zu erweitern und sie damit als potenzielle Mitglieder der Feuerwehren zu werben.

### 3. Information über Präventionsmaßnahmen und richtiges Verhalten im Notfall

Die Information über Präventionsmaßnahmen und richtiges Verhalten im Notfall kann als »Türöffner« für den Kontakt mit Menschen mit Migrationshintergrund bzw. Migrantenselbstorganisationen dienen. In diesem Bereich gibt es bereits von zahlreichen Feuerwehren erarbeitete Materialien zu diversen Themenbereichen wie dem europaweit einheitlichen Notruf 112, Rauchmeldern, dem Verhalten im Brandfall sowie der Brandschutzerziehung bzw. -aufklärung bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen mit Migrationshintergrund.

**Ziel dieses Elements** ist es, das Wissen über Präventionsmaßnahmen als »Türöffner« bei Menschen mit Migrationshintergrund zu verwenden und parallel den Einsatz der Feuerwehren durch richtiges Verhalten der betroffenen Personen zu erleichtern bzw. im Optimalfall durch präventive Maßnahmen gar nicht erst nötig zu machen.

# Integration ist kein Selbstläufer!

## »Deine Feuerwehr – Unsere Feuerwehr! Miteinander reden«

Die Kommunikationskampagne »112 Feuerwehr – Willkommen bei uns.« ist Teil des Projektes »Deine Feuerwehr – Unsere Feuerwehr! Miteinander reden« des Deutschen Feuerwehrverbandes. Mit dem durch den Europäischen Integrationsfonds geförderten Projekt knüpft der DFV an die Ergebnisse des Projektes »Deine Feuerwehr – Unsere Feuerwehr! Für ein offenes Miteinander« an.

Im Mittelpunkt des einjährigen Projekts steht der Interkulturelle Dialog. Neben der Kampagne wird eine Handreichung mit Praxistipps für den Interkulturellen Dialog nicht nur in Einsatzsituationen erstellt. Bereits erarbeitetes Schulungsmaterial wird um den Schwerpunkt von »Miteinander reden!« erweitert. Ein Schulungsmodul zum Thema »Interkultureller Dialog und Konfliktmanagement« wird erarbeitet und in interessierten Feuerwehren in der Praxis ausgebildet. Die Schulungsmaterialien werden in einem Set zur Verfügung gestellt. In mehreren Regionalkonferenzen kommen Feuerwehrangehörige mit Migrationshintergrund oder Interesse an der Thematik miteinander ins Gespräch. Eine Abschlusskonferenz in Berlin beendet das Projektjahr. Aktuelle Informationen zum Projekt gibt es unter: [www.feuerwehrverband.de/miteinander](http://www.feuerwehrverband.de/miteinander).

## Integration ist kein Selbstläufer!

Damit Integration dauerhaft gelingt, müssen wir sie aktiv fördern und unterstützen. Integration braucht die Bereitschaft, den anderen in seiner Verschiedenheit anzunehmen und Unterschiede als Bereicherung und nicht als Mangel zu begreifen. Das ist anstrengend für alle Beteiligten. Nicht nur für diejenigen, die dazu kommen, sondern auch diejenigen, die »schon da sind«: Integration erfordert von ihnen die Anstrengung, alle teilnehmen lassen zu wollen. Oder: wirklich allen die Teilnahme zu ermöglichen. Es reicht nicht, Integration und Vielfalt anzuordnen, sondern sie sind nur erlebbar und gestaltbar, wenn die Menschen an der Basis sich für die daraus erwachsenen Anforderungen, Veränderungen und Fragen öffnen und sich darauf einlassen.

Warum sollten die Feuerwehren den Querschnitt der Bevölkerung abbilden? Die Feuerwehren repräsentieren traditionell die Bevölkerung, der sie Hilfe leisten. Diese Tradition hat sich bewährt und seit der Gründung der Feuerwehren dazu beigetragen, dass die Menschen in Deutschland Vertrauen in die Feuerwehren haben. Der Vorteil dieser Idee ist offensichtlich: Wenn die Menschen wissen, dass der Feuerwehrmann oder die Feuerwehrfrau aus der Nachbarschaft kommt, erleben die Menschen ihn oder sie als eine der ihren.

## Max



»Hautfarbe und Religion sind mir total egal.«

Max, Eltern aus Polen, Jugendfeuerwehr

## Esra



»Beratung und Hilfe darf nicht an Sprachbarrieren scheitern. In der Leitstelle sind die Anrufer froh, wenn ich mit ihnen türkisch spreche. Wir brauchen mehr Feuerwehrleute aus anderen Kulturen.«

Esra, Eltern aus der Türkei, Berufsfeuerwehr

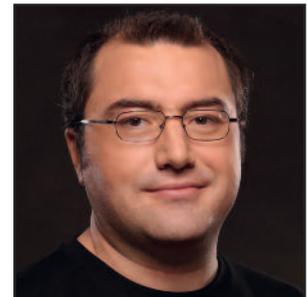
## Yvonne



»Ich würde mich freuen, wenn noch mehr Kinder aus anderen kulturellen Familien zu uns kämen! Viele Eltern kennen den Bereich Feuerwehr nicht, dadurch fehlen vielleicht die Vorbildfunktionen in den Familien.«

Yvonne aus Berlin, Jugendwartin, Freiwillige Feuerwehr

## Hüseyin



»Noch immer höre ich die Frage: Na, wann gehts denn wieder nach Hause? Meine Antwort darauf: Jeden Abend! Nach Dienstschluss.«

Hüseyin, geboren in der Türkei, Werkfeuerwehr

Wo das nicht so selbstverständlich ist, gibt es immer wieder Probleme im Einsatz, weil die Verständigung dort nicht so reibungslos funktioniert. Das hat einerseits mit Kommunikationsproblemen zu tun, andererseits mit kulturellen Unterschieden.

Der zentrale Vorteil dieser Idee betrifft aber das Vertrauen der Bevölkerung in die Tätigkeit der Feuerwehr. Aus Unkenntnis mancher Menschen oder deren schlechter Erfahrung in anderen Ländern kann das Vertrauen nicht in allen Bevölkerungsschichten als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Dieses Problem teilt die Feuerwehr mit anderen wichtigen Institutionen, Verbänden und Organisationen.

### Eine Chance zur Veränderung

Mit Blick auf Menschen mit Migrationshintergrund, also Personen, deren familiäre Wurzeln außerhalb Deutschlands liegen, engagiert sich nur rund ein Prozent von ihnen in der Feuerwehr. Das macht bei einem Bevölkerungsanteil von



20 Prozent eine große Lücke, die verkleinert werden sollte: Damit das traditionelle Verständnis der Feuerwehren als Teil der Bevölkerung wieder gewonnen wird, damit die Vielfalt in der Gesellschaft auch die Feuerwehren bereichert und – ganz pragmatisch – damit auf Dauer der Erhalt der Feuerwehren gesichert werden kann.

Die Aufgabe, Integration und Vielfalt in die Feuerwehren zu tragen, fordert dabei alle Ebenen, die kleine Ortsfeuerwehr ebenso wie eine große Berufsfeuerwehr, die Landesfeuerwehrverbände und auch den Deutschen Feuerwehrverband. Überall gilt es, an den konkreten Aufgaben und Tätigkeiten ansetzend neue Räume für Unterschiedlichkeit, Differenz und Vielfalt zu öffnen.



Olga



»Feuerwehr ist für mich wie eine zweite Familie. Ich mag das einfach, diesen Zusammenhalt, diesen Teamgeist. Mein Russisch hilft mir, bei osteuropäischen Patienten Sprachbarrieren zu überwinden.«

Olga, geboren in Kasachstan, Freiwillige Feuerwehr

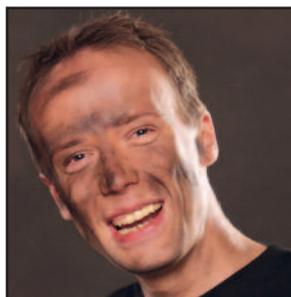
Hask



»In Afghanistan ist die Feuerwehr eine staatliche Institution. Ehrenamtliche Arbeit ohne Entgelt wie bei unserer Freiwilligen Feuerwehr ist schwer zu vermitteln; traditionell helfen sich bei uns Familienverbände untereinander.«

Hask, geboren in Afghanistan, Freiwillige Feuerwehr

Jörg



»Eine Kampagne zur Anwerbung von Migranten um jeden Preis sehe ich kritisch. Was wir brauchen, ist keine Quote, sondern Leute mit der richtigen Einstellung und Freude am Beruf. Wenn die stimmt, dann ist die Frage der Herkunft egal.«

Jörg aus Berlin, Berufsfeuerwehr

Ante



»Na klar wurde mir schon mal hinterher gegafft und ›Hallo Neger‹ gerufen, hab ich alles erlebt. In der Feuerwehr aber gibt es diese Probleme nicht. Wichtig ist, wie Du auftrittst: freundlich, ohne Angst, gute Aussprache, selbstbewusst. Das schafft dir Respekt.«

Ante, geboren in London, Vater aus Ghana, Berufsfeuerwehr

# Offen für Interkulturellen Dialog

## DAS LEITBILD DES DEUTSCHEN FEUERWEHRVERBANDES

### 1. Die Feuerwehr steht für...

... eine Gemeinschaft, die Menschen Hilfe leistet unabhängig von Herkunft, Religion, Geschlecht und Ansehen der Person.

... ein solidarisches Miteinander, Zusammenhalt, Kameradschaft und eine verlässliche Gemeinschaft.

... großes Vertrauen und einen guten Ruf in der Bevölkerung. Sie wird als kompetent in ihrer Aufgabenerfüllung wahrgenommen. Die Feuerwehr wird aber auch als traditionelle Organisation gesehen, die oft mit Uniform, Befehlsstrukturen, Hierarchien, Dienstgraden und Dienstvorschriften in Verbindung gebracht wird. Sie sieht es daher als eine wichtige Herausforderung, sich gegenüber bislang unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen zu öffnen.

### 2. Interkulturelle Öffnung der Feuerwehren heißt...

... sich an die Entwicklungen der Gesellschaft nicht nur anzupassen, sondern diese Veränderungen als Chance und Herausforderung zu nutzen.

... neue Wege zu gehen, um Gleichberechtigung und Teilhabe aller Bevölkerungskreise innerhalb und außerhalb der Feuerwehren zu fördern.

... Vorurteile und Ängste zu thematisieren, um ein positives Klima zu schaffen, das gegenseitige Akzeptanz erst ermöglicht.

### 3. Interkulturelle Öffnung der Feuerwehren erfordert...

... die Bereitschaft, Andere und ihre Kulturen kennen zu lernen. Dazu gehören Respekt, Offenheit und Selbsterkenntnis.

... die Vielfalt der Mitglieder zu akzeptieren.

... einen ständig anhaltenden Prozess von Veränderungen in allen Bereichen der Feuerwehren.

... eine Klarheit darüber, wie weit alle aufeinander zugehen müssen.

... Migrantinnen und Migranten in den Feuerwehren die Teilhabe zu ermöglichen und interkulturelle Kompetenzen von Haupt- und Ehrenamtlichen in den Feuerwehren zu fördern.

... einen stetigen Austausch, Kooperation und Vernetzung mit Migrantenorganisationen.

... Öffentlichkeitsarbeit zum Thema interkulturelle Öffnung.

... die Bereitschaft zur regelmäßigen Überprüfung der Entwicklungen.

... die aktive Unterstützung und das Vorleben des Leitbildes durch Führungskräfte in den Feuerwehren.

### 4. Das Leitbild gilt...

... für alle Mitglieder der Feuerwehren.

... in der Zusammenarbeit mit Behörden und Kommunen.

... ganz besonders für jene, die bereit sind, den Prozess der interkulturellen Öffnung mitzutragen und so wirken zu lassen, dass sich letztlich alle Kulturen darin wieder finden.

... als stetig wiederkehrendes Statement gegenüber den Medien oder bei öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen. Hier ist es von Feuerwehrmitgliedern zu vertreten.

### 5. Die Chancen der interkulturellen Öffnung sind...

... eine Stärkung des Zusammenhalts im Gemeinwesen durch die Kooperation mit Migrantinnen und Migranten und Migrantenselbstorganisationen.

... das Auslösen von Lernprozessen innerhalb und außerhalb der Feuerwehren, die verbesserte bzw. vereinfachte Einsatzabläufe ermöglichen.

... die Thematisierung und Auseinandersetzung mit Vorurteilen sowie der Abbau von Ängsten gegenüber bislang wenig repräsentierten Bevölkerungsgruppen, insbesondere Menschen mit Migrationshintergrund.



... die langfristige Gewinnung von Feuerwehrmitgliedern aus bislang unterrepräsentierten Bevölkerungsgruppen. Somit wird künftig stärker ein Querschnitt der Bevölkerung abgebildet.

... eine Bereicherung der Feuerwehren durch die besonderen Qualifikationen und Erfahrungen von Menschen mit Migrationshintergrund.

## 6. Menschen mit Migrationshintergrund werden gebraucht, weil...

... sie Teil der Gesellschaft sind und die Feuerwehren kulturell, sprachlich, einsatztaktisch und personell bereichern. Ihre Erfahrungen ermöglichen die Vermittlung bei Sprachbarrieren und möglichen kulturellen Unterschieden und Verhaltensformen.

... sie den Horizont der bisherigen Mitglieder erweitern. Dies wirkt sich auch positiv auf die Bewältigung von Einsatzlagen aus.

... sich die Feuerwehren als Spiegelbild der Gesellschaft verstehen und damit alle Bevölkerungsgruppen einbeziehen wollen.

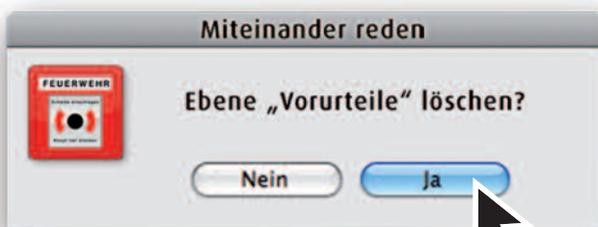
... ihre besonderen Erfahrungen in den Feuerwehren gebraucht werden.

## 7. Interkulturelle Öffnung bedeutet für Migrantinnen und Migranten...

... die Feuerwehr als soziales Netzwerk zu erleben, in dem die Mitglieder einander auch außerhalb von Einsatzgeschehen und Vereinsleben unterstützen.

... auch in der eigenen Gemeinschaft, beispielsweise in Einsatzsituationen und in der Brandschutzaufklärung über ihre Sprachkenntnisse hinaus vermittelnd und unterstützend gebraucht zu werden. Arbeitsweisen und Aufgaben werden so auch Bevölkerungsgruppen vermittelt, die bisher wenig Zugang und Informationen über die Feuerwehren hatten.

... in den gesellschaftlich anerkannten und geachteten Feuerwehren gebraucht zu werden und Teil einer traditionsreichen und sich gleichzeitig wandelnden Organisation zu sein.



## UNSER TIPP ZUM VERHALTEN IM NOTFALL



## Ante & Jörg:

» Wenn es in der Wohnung brennt: Rausgehen, Wohnungstür zuziehen, über die Treppe nach unten gehen – nie den Aufzug nehmen! Wenn es auf der Treppe brennt: In der Wohnung bleiben, da kommen Rauch und Feuer nicht gleich hin. Wer am Fenster winkt, wird schneller gesehen.«



Oft wirken Treppenträume wie Kamine, so dass der Rauch und die Hitze blitzschnell in die oberen Stockwerke ziehen. Bewohnern, die sich über den Flur in Sicherheit bringen wollten, wird dadurch häufig der Fluchtweg versperrt.



# 112 Feuerwehr

## DIE KAMPAGNENMARKE

### Typografie mit Migrations- hintergrund

Die Welt ist reich an Sprachen und Kulturen, fast ebenso vielfältig erscheinen ihre Schriftbilder, die in ihren unterschiedlichen Formgebungen das kulturelle Erbe der Völker bewahren. Der für diese Kommunikationskampagne entwickelte Feuerwehrschriftzug spricht viele Sprachen und dabei ganz für sich: Mit seinen typografischen Zitaten, den Buchstaben anderer, ferner Kulturen, ist er ein symbolischer Willkommensgruß an die Menschen aus aller Welt, die in unserem Land ein neues Zuhause gefunden haben. Und besonders an die, die bereits in den Feuerwehren aktiv sind oder es hoffentlich bald werden. Denn Dialog und kulturelle Vielfalt bereichern das Leben, auch in der Feuerwehr, im Reichtum der Kulturen steckt ein Gewinn für uns alle. Die Marke Feuerwehr erscheint in dieser Kampagne



# ФЭРЯ

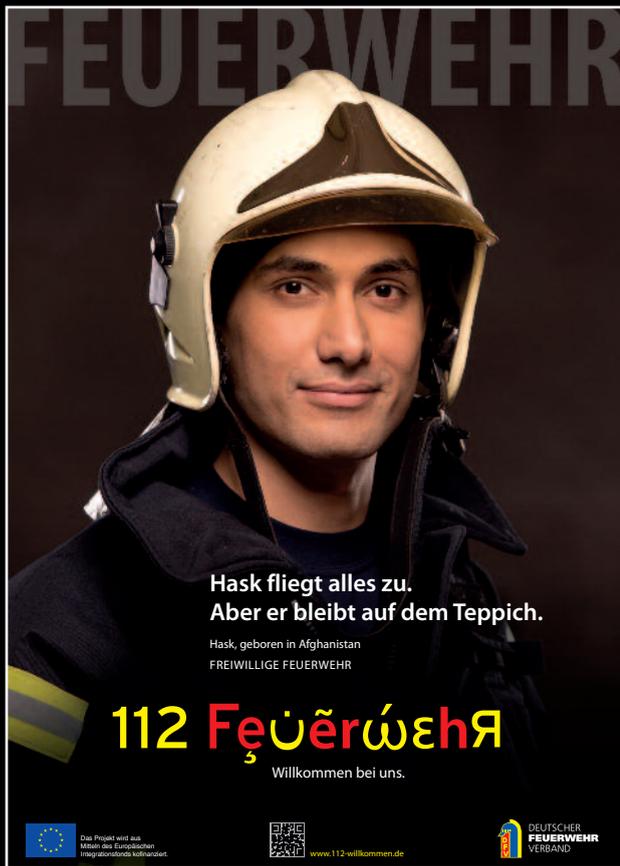
## Willkommen bei uns.

neu und gleichzeitig vertraut. Die »Typografie mit Migrationshintergrund« steht auch für die fortschreitende Vernetzung der Welt. Die Kulturen rücken einander näher, ergänzen und entwickeln sich – so wie die Marke Feuerwehr es bildhaft zeigt.

Die typografische Anordnung des Schriftzugs liest sich wie die Vorwegnahme des Kampagnenziels: Bereits die Marke Feuerwehr ist Aufruf und Selbstverpflichtung zur kulturellen Öffnung. Gleichzeitig wird deutlich, dass Nähe und Austausch nicht zum Verlust der ursprünglichen Identität führen muss: Trotz typografischer Abwandlung bleibt das Profil des Wortes Feuerwehr erhalten, es ist problemlos lesbar, liefert jetzt sogar Zusatzinformation. Dass dies so problemlos funktioniert, ist selbstverständlich in

erster Linie dem hohen Bekanntheitsgrad der Feuerwehr selbst zu verdanken. Nur Begriffe mit hoher Prägnanz und Prominenz halten Eingriffen in ihrem Bedeutungskern stand.

Zusätzliche Unterstützung erfährt die Kampagnenmarke durch die vorangestellte, europaweite Notrufnummer 112 der Feuerwehr, die ungeübten Betrachtern den entscheidenden Absenderhinweis gibt. Wenn über Jahre – im Falle der Feuerwehr über Generationen – gelernte visuelle Zeichen plötzlich eine Veränderung erfahren, steigert das die Wahrnehmung einer Kampagne in der Öffentlichkeit beträchtlich. Im Idealfall hält der irritierte Betrachter inne und sucht die Erklärung für dieses Phänomen im Motiv. So öffnet bereits die Marke den Einstieg in das Thema.



## DIE SLOGANS

### Von der Marke zur Kampagnen-Handschrift.

Eine Kampagne braucht ein aktionsübergreifendes, einheitliches Erscheinungsbild mit Alleinstellungsmerkmal, ein Corporate Design (CD). Das CD muss auch technisch kompatibel für alle Medien und Werbeträger sein, vom Online-Banner übers T-Shirt bis zum Give-away wie Luftballons. Der Feuerwehrschriftzug ist daher als augenfällige Konstante für alle künftigen Auftritte und Produkte gesetzt. Der Marke Feuerwehr wird jeweils eine von drei Kernbotschaften (Slogans) zugeordnet, die je nach Kommunikationsziel variieren. Optisch bleibt dabei das charakteristische Wechselspiel von vertrauten und fremd anmutenden Schriftzeichen nicht nur auf den Feuerwehrschriftzug beschränkt. Dieses typografische Prinzip ist ausbaufähig und belastbar bis hin zu der kampagneneigenen »Handschrift«. Zunächst neutral anmutende Aussagen und Begrifflichkeiten werden durch eine vergleichbare typografische Operation zu individuellen Kampagnen-Botschaften mit eindeutiger Zuordnung, wie die drei zentralen Slogans zeigen.

### Vielfalt leben. Vielfalt schützen.

Der Slogan richtet sich zugleich nach innen wie nach außen. Die Wehren öffnen sich anderen Kulturen, suchen Dialog und Austausch. Vielfalt schützen heißt, dass der Schutz- und Sicherungsauftrag für alle Menschen im Lande gilt – unabhängig von ihrer Herkunft, Religion und Hautfarbe.

### Willkommen bei uns.

Mit dieser Botschaft bezieht die Feuerwehr eindeutig Position in der gesellschaftlichen Debatte: Wir heißen Migranten willkommen, sowohl in unserem Land als auch in der Feuerwehr.

### Dein Land. Deine Feuerwehr.

Ein Appell an unsere Mitbürger mit Migrationshintergrund, selbst Verantwortung in den Feuerwehren zu übernehmen. Migranten können in ihrem Umfeld Vorbehalte überwinden und frei von Sprachbarrieren Gefahren vermeiden helfen.



## DIE MOTIVE

### Die Feuerwehr-Community lädt zum Dialog.

Wie kann der Dialog zwischen Feuerwehr und Migranten gefördert werden? Wie kann ein realistisches Bild vermittelt und Nachwuchs gewonnen werden und wie erreichen die lebenswichtigen Hinweise zur Prävention und Notfallkommunikation die vielen Mitbürger ausländischer Herkunft? Während der Anteil von Migranten in der Bevölkerung bei etwa 20 Prozent liegt, ist nur rund ein Prozent von ihnen in der Feuerwehr aktiv. Diesen Anteil gilt es zu erhöhen.

Diejenigen, die schon mitmachen, sind hochmotivierte Feuerwehrmänner, -frauen sowie Kinder und Jugendliche, die längst ihren Platz in der Gesellschaft gefunden haben. In der Gemeinschaft der Feuerwehren sind sie integriert, beliebt und respektiert. Einige von ihnen stellen sich auf den Bildmotiven der Kampagne vor: Ante, Jörg, Olga, Max und Jessica. Ian und Annika. Piotr und Hüseyin. Hask. Esra. Sie alle stehen stellvertretend für die Normalität eines multikulturellen Miteinanders und für gelungene Integration. Wer sonst als diese agile,

lebensfrohe Community könnte die kulturelle Öffnung besser vermitteln und zur aktiven Unterstützung animieren? Sie alle sind unsere charismatischen Kampagnenbotschafter, ihre authentische Ausstrahlung verleiht den Bildmotiven große Ausdruckskraft. Mittels der verschiedensten Medien wie Flyer, Facebook, Video oder Plakat erzählen unsere Protagonisten über sich und ihren Feuerwehrbereich, engagieren sich für Sicherheit und Brandschutz und beziehen Position zu Fragen der Integration. Allein schon die Einordnung als Migrant empfinden die meisten heute als wirklichkeitsfremd. Viele von ihnen hatten anfangs selbst mit Vorurteilen zu tun. Einige Texte unserer Motive nehmen augenzwinkernd darauf Bezug: fliegende Teppiche, 1001 Nächte... Je schlichter das Klischee, desto wohlthuender der Kontrast zu unseren realen Feuerwehrleuten. So hat sich auch längst der Schreckensruf vergangener Zeiten: »Die Russen kommen!« in einen Seufzer der Erleichterung gewandelt, wenn die Kasachin Olga und ihr Feuerwehr-Team im Einsatz durch die Straßen düsen. Bestehende Ressentiments zu überwinden, ist die große Aufgabe der Kampagne. Alle Botschaften, alle Bilder geben vor, wie wir diesem Ziel näher kommen können:

**Miűeinänder reden.**

**FEUERWEHR**

**Weltkultur-Erben**  
Max, Eltern aus Polen, und Jessica, Mutter aus Thailand  
JUGENDFEUERWEHR

**112 Φῆῤῥῶεῤῥἁ**  
Willkommen bei uns.

Das Projekt wird aus Mitteln des Europäischen Integrationsfonds kofinanziert.

[www.112-willkommen.de](http://www.112-willkommen.de)

DEUTSCHER FEUERWEHR VERBAND

**FEUERWEHR**

**Hautfarbe? Spielt bei uns keine Rolle.**  
Jörg aus Berlin und Ante, geboren in London, Vater aus Ghana  
BERUFSFEUERWEHR

**112 Φῆῤῥῶεῤῥἁ**  
Vielfalt leben. Vielfalt schützen.

Das Projekt wird aus Mitteln des Europäischen Integrationsfonds kofinanziert.

[www.112-willkommen.de](http://www.112-willkommen.de)

DEUTSCHER FEUERWEHR VERBAND

**ὠillkommen bei uns.**

**112 Φῆῤῥῶεῤῥἁ**  
Vielfalt leben. Vielfalt schützen.

Das Projekt wird aus Mitteln des Europäischen Integrationsfonds kofinanziert.

[www.112-willkommen.de](http://www.112-willkommen.de)

DEUTSCHER FEUERWEHR VERBAND



An alle Landes-, Bezirks- und Kreisfeuerwehrverbände, an alle Berufsfeuerwehren sowie die Landesverbände der Werkfeuerwehren werden Medienpakete versandt.

INHALT DER MEDIENPAKETE

- Plakate (3 Motive A3, 1 Motiv A2)
- 10-seitiger Postkartenflyer mit 4 Postkartenmotiven
- Autoaufkleber, ablösbar (40 cm lang, 6 cm hoch)
- Aufkleber rund (9,5 cm Durchmesser)
- Arbeitshefte (DIN A4, 28 Seiten)

Plakate, Flyer und Arbeitsheft stehen unter [www.112-willkommen.de](http://www.112-willkommen.de) online zum Download zur Verfügung

Weiterführende Materialanfragen richten Sie bitte per E-Mail an [darmstaedter@dfv.org](mailto:darmstaedter@dfv.org)



## 112 FEUERWEHR – WILLKOMMEN BEI UNS.

# Aktionsideen

Mit den folgenden Ideen für Veranstaltungen und Aktionen wollen wir Ihnen Anregungen geben, wie Sie Migranten für die Feuerwehr motivieren und begeistern können. Die Ideen lassen sich aber auch gut bei der üblichen Mitgliederwerbung einsetzen, können miteinander kombiniert und natürlich abgeändert werden. Sicher haben Sie auch eigene Einfälle, die besonders gut zu Ihrer Feuerwehr und zu Ihrer Region passen. Wir freuen uns, wenn Sie uns darüber berichten.

### Info-Besuche

Gehen Sie aktiv auf neue Gruppen zu! Informationsbesuche sind an vielen Orten und zu vielen Anlässen einfach durchzuführen und dabei sehr effektiv, um Menschen zu erreichen. Veranstaltungen von Volkshochschulen, Sprachschulen und Jugendclubs eignen sich beispielsweise für die direkte Ansprache. Fragen Sie auch bei Kulturvereinen und Migrantenorganisationen nach, welche Feste sie planen und ob Sie Info-Stände auf diesen Veranstaltungen organisieren können.

### Freundschaftsspiele mit Sportvereinen

Bei Sportvereinen finden Sie engagierte Menschen, darunter auch viele Migranten. Schlagen Sie etwa einem Fußball- oder Volleyballverein vor, gemeinsam ein Freundschaftsspiel zu organisieren. Dabei können die Teams der Feuerwehr und des Vereins gegeneinander antreten oder auch gemischt werden.

### Besuch bei Integrations- und Sprachkursen

Bei Integrations- und Sprachkursen finden sich Menschen, die motiviert sind, die deutsche Sprache zu erlernen und mehr über die deutsche Kultur zu erfahren. Hier lässt sich gut anknüpfen, um die Feuerwehr vorzustellen, ihre Wertvorstellungen zu vermitteln und über Mitmachmöglichkeiten zu informieren. Bieten Sie den Kursen einen Besuch in der Wache an!

Wann solche Kurse stattfinden und wer der richtige Ansprechpartner ist, erfahren Sie bei den Kursveranstaltern: Das sind zum Beispiel Volkshochschulen oder Goethe-Institute. Auch auf der Website des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge (BAMF) finden Sie hierzu Informationen: [www.bamf.de](http://www.bamf.de).

### Besuch in Wohnvierteln: »Hausbesuche«

An Einsätze in Wohngebieten mit hohem Migrantenanteil können Sie gut anknüpfen. Dabei lassen sich Kontakte vertiefen und der Einsatzverlauf kann gemeinsam aufgearbeitet werden. Diese Art von Vertrauens- und Kontaktaufbau kann zu tragfähigen Beziehungen führen, die auch im Ernstfall hilfreich sind. Besuchen Sie die Wohngegend und präsentieren Sie die Arbeit der Feuerwehr an einem Info-Stand. Verbinden Sie Ihren Besuch mit aktiver Brandschutzaufklärung: Bei einem Feuerlöscher-Training oder Informationen über Rauchmelder kommt man gut ins Gespräch. Verteilen Sie Flyer an der Haustür oder in Briefkästen und laden Sie zu einem Tag der offenen Tür ein. Bedenken Sie dabei, dass Uniformen auch verunsichernd wirken können. Hier kann es hilfreich sein, wenn die Jugendfeuerwehr Sie begleitet.

### Kooperation mit Schulen

Ein Besuch der Feuerwehr in der Schule ist für alle Kinder und Jugendliche ein Erlebnis, das bleibenden Eindruck hinterlässt. Setzen Sie sich dazu mit der Schulleitung in Verbindung: Möglich ist zum Beispiel die Einbindung der Feuerwehr in eine Projektwoche. Als Ziel für einen Schulausflug kann der Besuch einer Feuerwache angeboten werden. Pflichtübungen sind besonders an Grundschulen noch effektiver, wenn sie im Nachgang diskutiert werden.

Viele Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund sind auf der Suche nach Plätzen für ein Praktikum. Besonders für technisch interessierte Jugendliche ist die Feuerwehr dabei sehr attraktiv. Wenn es Ihnen möglich ist, in Ihrer Wache einen Praktikumsplatz anzubieten, ist die Schulleitung auch dafür der richtige Ansprechpartner.

### Brandschutzerziehung in Kindergärten und Grundschulen

Brandschutzerziehung in Kindergärten, in Vorschulen und Grundschulen haben viele Feuerwehren bereits erfolgreich in ihre Präventionsarbeit integriert. Nicht nur Kinder mit und ohne Migrationshintergrund können auf diesem Weg erreicht und angesprochen werden, sondern auch Eltern, mit denen es sonst wenig Berührungspunkte gibt. Gehen Sie zu den Festen der Kindergärten und Schulen. Dort können Sie auch mit den Eltern ins Gespräch kommen.

## Öffentliche Übungen

Veranstalten Sie Lösch- und Feueralarmübungen an den Orten, an denen Migrantinnen und Migranten leben und sich engagieren, zum Beispiel in Wohngebieten mit hohem Migrantenanteil, in Moscheen und in Kulturvereinen.

## Sportliches Probetraining:

»Hast du das Zeug für die Feuerwehr?«

Mannschaftssport weist viele Überschneidungen zu Aktivitäten der Feuerwehr auf. Kinder und Jugendliche, die gerne mit Freunden draußen aktiv sind, interessieren sich tendenziell auch für die Jugendfeuerwehr. Organisieren Sie bei sich in der Wache Probetrainings nach dem Motto „Hast du das Zeug für die Feuerwehr?“ und laden Sie Kinder und Jugendliche aus Sportvereinen, in denen viele Migranten aktiv Mitglied sind, dazu ein. Bei gemeinsamen „Wettspielen“ werden sowohl der Sportgeist als auch der Mannschaftsgedanke der Feuerwehr unterstützt. Ein Parcours mit Vertrauensübungen wirkt teambildend. Verschiedene Aspekte der Arbeit der Feuerwehr können integriert und variiert werden, zum Beispiel Löschübungen. Das macht Spaß und zeigt zugleich, worauf es bei der Feuerwehr ankommt!

Noch ein Tipp: Holen Sie sich bei Lagerolympiaden der Jugendfeuerwehr Anregungen und Ideen für Wettspiele!

## Interkulturelles Buffet in der Wache

Die Feuerwehr lädt ein zum interkulturellen Buffet! Erweitern Sie bei Tagen der offenen Tür das kulinarische Angebot um neue Speisen aus anderen Ländern. Fragen Sie bei Kulturvereinen nach, ob sich Familien mit Rezepten und mitgebrachten Speisen beteiligen möchten; fragen Sie außerdem die Familien von Feuerwehrangehörigen mit Migrationshintergrund aus Ihrer Wache! Packen Sie Kochbegeisterte bei ihrer Ehre und kommen Sie auf den Geschmack ungewohnter Speisen! Die Rezepte können auf die Kampagnen-Facebook-Seite des DFV gestellt werden. Ermutigen Sie Ihre Kameradinnen und Kameraden und auch die Gäste, sich mit Rezepten zu beteiligen.

## Tag der weltoffenen Tür

Machen Sie aus dem Tag der offenen Tür einen Tag der weltoffenen Tür, indem Sie Veranstaltungen unter das Motto eines speziellen Landes stellen! Laden Sie Kulturvereine, Integrationskurse oder Migrantenorganisationen ein und lassen Sie sich von diesen beim Rahmenprogramm unterstützen. Ein Themenschwerpunkt könnte sein, die Feuerwehr des jeweiligen Landes vorzustellen und über die Unterschiede zur deutschen Feuerwehr zu informieren. Auch wenn Sie keinen speziellen Schwerpunkt planen: Machen Sie es sich zur Gewohnheit und zur Selbstverständlichkeit, Migrantenorganisationen, Kulturvereine und religiöse Einrichtungen zu Ihren Veranstaltungen einzuladen.

## I MEIN TIPP ZUM VERHALTEN IM NOTFALL

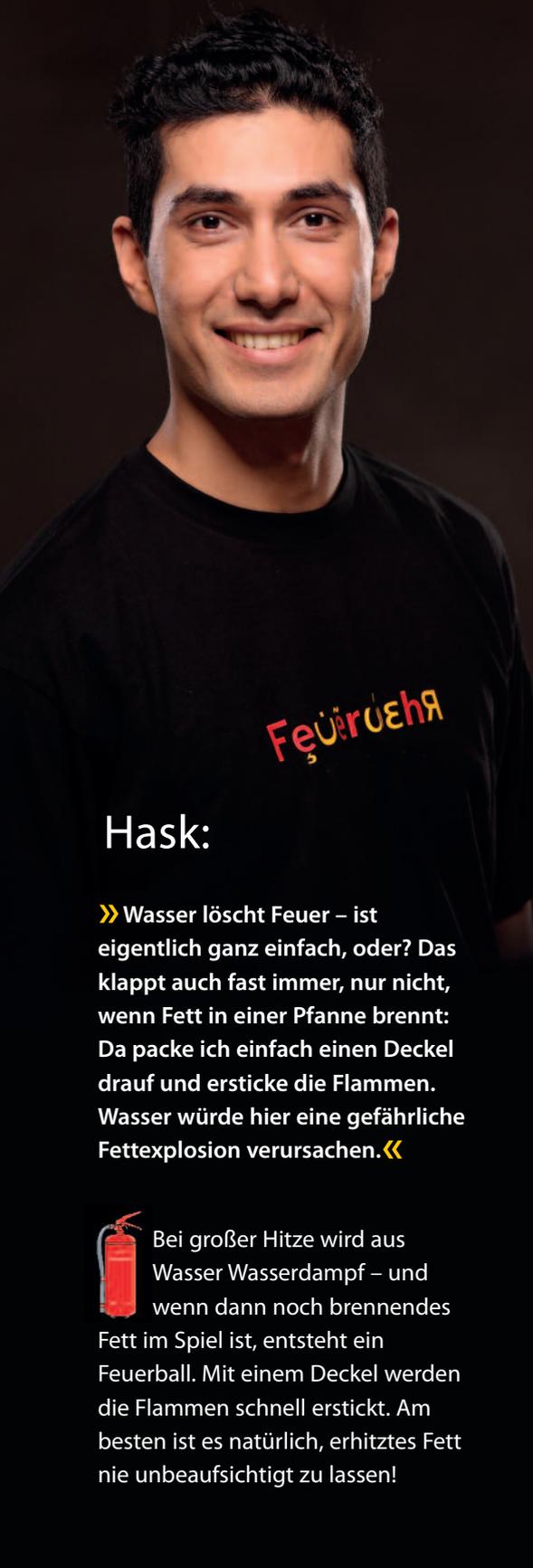


Ian:

» Wenn ich nachts schlafe und es fängt an zu brennen, werde ich vom Rauch nicht wach – der Rauchmelder weckt mich aber mit lautem Piepen. Ein Rauchmelder kann also mein Leben retten! «



In fast allen Bundesländern sind Rauchwarnmelder bereits gesetzlich vorgeschrieben. Die Feuerwehren raten dringend dazu, die eigene Wohnung damit auszurüsten. Tipps zu Kauf und Installation gibt es online unter [www.rauchmelder-lebensretter.de](http://www.rauchmelder-lebensretter.de).



## Hask:

» Wasser löscht Feuer – ist eigentlich ganz einfach, oder? Das klappt auch fast immer, nur nicht, wenn Fett in einer Pfanne brennt: Da packe ich einfach einen Deckel drauf und ersticke die Flammen. Wasser würde hier eine gefährliche Fettexplosion verursachen.«



Bei großer Hitze wird aus Wasser Wasserdampf – und wenn dann noch brennendes Fett im Spiel ist, entsteht ein Feuerball. Mit einem Deckel werden die Flammen schnell erstickt. Am besten ist es natürlich, erhitztes Fett nie unbeaufsichtigt zu lassen!

## MITEINANDER REDEN

### Keine Angst vor Fettnäpfchen

Bedenken und Unsicherheiten im Umgang mit anderen Kulturen sind zwar nachvollziehbar – in den meisten Fällen sind sie aber völlig unbegründet. Keiner erwartet von Ihnen, dass Sie alle kulturellen Unterschiede von vornherein kennen. Gehen Sie respektvoll miteinander um und seien Sie offen und neugierig – dann kann nichts schiefgehen!

#### Andere Länder, andere Sitten – fragen Sie nach!

Machen Sie sich bewusst, dass anfängliche Missverständnisse keine böse Absicht sind, sondern meist durch Unwissenheit entstehen – auf beiden Seiten. Der Aufbau und die Arbeitsweise der Feuerwehr in Deutschland sind vielen Menschen mit Migrationshintergrund fremd. Aufklärungsarbeit und Information sollten daher an erster Stelle stehen. Lassen Sie sich nicht irritieren und verunsichern, wenn Ihnen Sitten und Gepflogenheiten zunächst unbekannt sind, sondern fragen Sie im Zweifelsfall einfach höflich nach.

#### Seien Sie offen für Neues!

Um neue Mitglieder zu integrieren, müssen Sie nicht auf traditionelle Bräuche und beliebte Gewohnheiten verzichten! Eher geht es darum, Altes und Neues zu verbinden. Die Umsetzung ist dabei manchmal ganz einfach: Bedenken Sie beispielsweise, dass in manchen Kulturen aus religiösen Gründen auf Alkohol, einige Fleischsorten (vor allem Schweinefleisch) oder auch gelatinehaltige Produkte (zum Beispiel Gummibärchen) verzichtet wird. Bieten Sie daher bei Festen und Veranstaltungen ausreichend alkoholfreie Getränke an und servieren Sie auch alternative Gerichte und Snacks, um eine einladende Atmosphäre zu schaffen, die keine Kulturen ausschließt. Hier gilt ebenfalls: Sie müssen nicht von vornherein über alles Bescheid wissen. Fragen Sie im Zweifelsfall nach, worauf Sie achten sollten!

#### Suchen Sie Vermittler und Brückenbauer!

Bereits aktive Feuerwehrangehörige mit Migrationshintergrund können Migranten besonders gut über die Feuerwehr informieren und von ihr überzeugen. Vor allem der Erstkontakt kann dadurch erleichtert werden. Jedoch eignet sich jedes Mitglied der Feuerwehr, das über die Mitmachmöglichkeiten gut informiert und offen im Umgang mit anderen Kulturen ist, um das Anliegen der Kampagne und der Feuerwehr zu kommunizieren. Motivieren Sie Ihre Kameradinnen und Kameraden, sich einzusetzen!

#### Verstehen Sie Vielfalt als Mehrwert!

Vergessen Sie auch bei Schwierigkeiten nicht, welchen Mehrwert Sie durch die Einbindung von Migranten in die Feuerwehr gewinnen. Sie lernen andere Kulturen kennen, entdecken Unterschiede aber auch Gemeinsamkeiten, leisten einen Beitrag zur Integration und vor allem: Sie gewinnen neue Kameradinnen und Kameraden, mit denen Sie Ihre Begeisterung für die Feuerwehr teilen können.



SOCIAL MEDIA:

## Tipps für den Umgang mit Facebook

### Warum überhaupt Soziale Medien?

Soziale Medien ermöglichen den interaktiven Austausch von Informationen und spielen daher bei der Umsetzung der Kampagne eine wichtige Rolle. Neben Twitter und Youtube ist die Social-Media Plattform Facebook besonders weit verbreitet und wird auch von vielen Feuerwehren intensiv genutzt.

Bei Facebook sind alle gesellschaftlichen Gruppen vertreten. Allein in Deutschland hat Facebook mehr als 20 Millionen aktive Nutzer – damit ist dort jeder vierte Mensch in Deutschland aktiv. Besonders junge Leute nutzen Facebook nicht nur für den privaten Austausch mit ihren Freunden, sondern auch, um sich über die Themen zu informieren, für die sie sich interessieren. Wenn Sie junge Menschen mit und ohne Migrationshintergrund in Ihrer Umgebung auf die Feuerwehr aufmerksam machen wollen, sollten Sie soziale Netzwerke wie Facebook unbedingt nutzen!

Auch der DFV hat im Rahmen der Kampagne eine eigene Facebook-Seite eingerichtet. Werden Sie dort aktiv und entdecken Sie die vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten!

### Welchen Nutzen hat Facebook für meine Feuerwehr?

Die Feuerwehr ist ein Spiegel der Gesellschaft und will sich daher offen präsentieren. Wir empfehlen den Feuerwehren auf jeder Ebene, eine eigene Facebook-Seite zu starten – oder eine Facebook-Gruppe zu gründen. So können Sie nicht nur untereinander Informationen und Erfahrungen austauschen, sondern werden auch für junge Migranten sichtbar, die zu den aktivsten Nutzergruppen gehören.

Facebook kann auch beim Abbau von Schwellenängsten helfen: Man kann sich zunächst im Internet ein Bild davon machen, wer die Feuerwehr eigentlich ist und wie vielfältig ihre Aktivitäten sind. Das nimmt die Unsicherheit und schafft Sympathie!

## UNSER TIPP ZUM VERHALTEN IM NOTFALL



### Max, Jessica und Annika:

» Wir finden es toll, wenn wir bei einer Abschlussübung ein richtiges kleines Feuer anmachen – dann sind aber immer Erwachsene dabei, obwohl wir in der Jugendfeuerwehr sind. Kinder, die nichts mit der Feuerwehr zu tun haben, wissen doch erst recht nicht, wie gefährlich so was sein kann! «



Die Kerze auf dem Geburtstagskuchen, das Lagerfeuer im Freien – Feuer ist vor allem für kleine Kinder faszinierend. Sie müssen jedoch lernen, dass sie nicht alleine mit dem Feuer spielen dürfen. Wenn doch etwas schief gegangen ist, dürfen sie sich auf keinen Fall verstecken, sondern Erwachsenen Bescheid sagen!

## SOCIAL MEDIA

### Welchen Nutzen hat die Facebook-Seite des DFV für mich?

Vernetzung schafft mehr Information und mehr Aufmerksamkeit: Das »Liken« und aktive Verfolgen der Facebook-Kampagnenseite des DFV hilft dabei, dass Sie über die Kampagne auf dem Laufenden bleiben. Sie können selbstverständlich auch Inhalte der Kampagnenseite auf Ihrer Facebook-Seite teilen – das macht Ihre Seite noch attraktiver und Interessierte finden leichter zu Ihnen. Wenn Sie den DFV über Kampagnenaktionen informieren, die Ihre Wache veranstaltet, kann er sie auch auf seiner Facebook-Seite platzieren.

### Welche Aktionen kann ich über Facebook starten?

Gut geeignet ist Facebook auch, um Veranstaltungen anzukündigen und die eigenen Fans einzuladen. Der Vorteil: Klickt einer Ihrer Fans auf »Teilnehmen«, so wird dies wiederum allen seinen Freunden angezeigt. Ein positiver Schneeballeffekt kann das Ergebnis sein. Darüber hinaus bietet Facebook eine große Auswahl an Anwendungen, mit denen man die eigene Seite interaktiv gestalten kann. Neben der aktuellen Berichterstattung aus dem Feuerwehralltag können Sie zum Beispiel ein Gewinnspiel mit Fragen zur Feuerwehr einrichten und als Hauptpreis einen Mitmachtag bei der Feuerwehr verlosen. Auch können Sie auf Facebook Umfragen durchführen, zum Beispiel zur Kampagne oder zu Fragen, die Ihre Feuerwehr beschäftigen, und dadurch mehr über Ihre Fans erfahren. Sie können auch Mitglieder Ihrer Wache vor den Kampagnenplakaten fotografieren und die Fotos auf Ihrer Facebook-Seite posten. Viele Feuerwehren haben bereits eine sehr gelungene Facebook-Seite. Lassen Sie sich dort inspirieren!

### Was muss ich beim Einsatz von Facebook beachten?

- Die persönliche Ansprache ist wichtig: Sprechen Sie Ihre Fans immer direkt an. Vermeiden Sie Behördendeutsch! Verleihen Sie der Feuerwehr ein sympathisches Gesicht, mit dem man sich persönlich identifizieren möchte.
- Ihre Fans wollen mehr erfahren: Lassen Sie die Nutzer hinter die Kulissen blicken und zeigen Sie ein authentisches Bild des Feuerwehralltags und der Menschen in der Feuerwehr. Die Inhalte Ihrer Facebook-Seite sollten dabei immer thematisch zur Feuerwehr passen: Lustige Katzenfotos erhalten zwar vielleicht viele »Likes«, helfen Ihnen aber nicht bei der realistischen Darstellung Ihrer Arbeit für Interessierte.
- Machen Sie sich stets bewusst, dass Sie nicht als Privatperson, sondern als Repräsentant und Botschafter der Feuerwehr auftreten. Überlegen Sie gut, welche Inhalte auf Facebook veröffentlicht wer-

den sollten. Das Dienstrecht gilt auch auf Facebook, daher haben dienstliche Interna dort ebenso wenig etwas zu suchen wie Informationen, die aus Gründen des Datenschutzes nicht veröffentlicht werden dürfen. Rechtswidrige Inhalte sind selbstverständlich tabu. Ebenso sollten Sie auf private Mitteilungen verzichten.

- Machen Sie die Seite für Fans attraktiv: Niemand möchte lange Fließtexte auf Facebook lesen! Fassen Sie sich kurz und setzen Sie möglichst Fotostrecken, Videos und weitere Multimedia-Inhalte ein. Diese sorgen für Aufmerksamkeit und dafür, dass Ihre Beiträge wahrgenommen werden.
- Ein bis zwei Posts pro Tag sind mehr als genug. Posten Sie auf keinen Fall denselben Link immer wieder!
- Achten Sie auf die besten Zeiten zum Posten, um möglichst viele Nutzer zu erreichen: Außerhalb der normalen Arbeitszeiten, das heißt morgens zwischen 8 und 9 Uhr, in der Mittagspause oder abends zwischen 17 und 20 Uhr sind die Zeiträume, in denen die meisten Facebook-Nutzer aktiv sind.
- Beziehen Sie die Mitglieder Ihrer Feuerwehr und Ihres Feuerwehrverbandes ein: Ermutigen Sie sie, sich zu beteiligen – sie sind Ihre wichtigsten Nutzer, weil sie am besten wissen, was für andere Nutzer interessant sein könnte.
- Nehmen Sie alle Nutzer ernst und hören Sie ihnen zu: Wenn Nutzer Kommentare unter einem Ihrer Posts hinterlassen oder selbst einen Post verfassen, antworten Sie darauf möglichst bald. Aber: Lassen Sie sich – auch bei Kritik – nie provozieren! Bewahren Sie einen kühlen Kopf und prüfen Sie zuerst, wer aus welcher Motivation den Beitrag geschrieben hat.
- Vernetzen Sie sich mit Wehren in Ihrer Region: Der gegenseitige Austausch wird Ihre Seite noch attraktiver machen – vielleicht entwickelt sich daraus sogar eine Wehren-Partnerschaft im »echten Leben«.
- 100 aktive Fans sind wertvoller als 1.000 inaktive: Die Nutzer gehen selten gezielt auf eine Facebook-Seite, sondern beziehen die meisten Inhalte aus dem Newsfeed. Dort erscheinen Ihre Posts aber nur, wenn auf Ihrer Seite regelmäßig Interaktion stattfindet.
- Fragen Sie Ihre Fans immer wieder nach ihrer Meinung zu verschiedenen Themen. Das erzeugt Dynamik und steigert die Sichtbarkeit Ihres Facebook-Profiles.
- Fügen Sie Ihrer Facebook-Seite ein Impressum bei, so wie Sie es auch auf Ihrer Website haben. Hinweise zur Erstellung eines Impressums finden Sie zum Beispiel hier: <http://goo.gl/g9p6P>. Einen kostenlosen Generator für Ihr Facebook-Impressum finden Sie hier: <http://goo.gl/Kmy7a>
- Es ist sehr empfehlenswert, Bilder und Videos auf der eigenen Facebook-Seite zu verwenden. Dabei sollten Sie jedoch einige rechtliche Aspekte beachten, über die Sie sich zum Beispiel hier informieren können: <http://goo.gl/x6IKW>

## ! MEIN TIPP ZUM VERHALTEN IM NOTFALL



Esra:

» Ich kann nur dann richtige Hilfe schicken, wenn ich weiß, was los ist – also den Ort, was passiert ist, ob es Verletzte gibt und wer anruft. Wichtig ist auch, nicht gleich aufzulegen – vielleicht habe ich noch eine Frage oder will einen Hinweis geben! «



Unter der Nummer 112 ist der Notruf in ganz Europa kostenfrei zu erreichen. Natürlich sollte man nicht aus Spaß anrufen – dadurch kommt die Hilfe bei einem anderen Einsatz vielleicht zu spät.

## 112 FEUERWEHR – WILLKOMMEN BEI UNS.

# Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

**Nutzen Sie verschiedene Wege, um auf die Kampagne aufmerksam zu machen. Die folgenden Tipps geben Ihnen Anregungen, woran Sie bei begleitender Öffentlichkeitsarbeit denken müssen. Wichtig ist in jedem Fall, Veranstaltungen immer rechtzeitig zu bewerben, das heißt mindestens zwei Wochen vorher.**

Heutzutage ist Social Media ein wesentlicher Baustein der Öffentlichkeitsarbeit. Tipps und Hinweise dazu finden Sie in den Informationen über Social Media auf den Seiten 17 bis 19.

### Plakate und Flyer einsetzen

- Überlegen Sie, an welchen Orten Sie die Zielgruppen besonders gut erreichen. Möglich sind zum Beispiel Kultur- und Sportvereine, Religionsgemeinschaften, Jugendzentren, Migrantenorganisationen und auch Festivitäten wie zum Beispiel das »Fastenbrechen«. Sprechen Sie sich stets mit den zuständigen Personen ab.
- Fragen Sie Geschäftsinhaber, ob Sie kostenfrei Plakate in den Läden aufhängen und Flyer auslegen dürfen. Auch Kinos oder Cafés eignen sich gut für die Ansprache.
- Wenn Sie Plakate in Schaukästen der Stadt oder bei Migrantenorganisationen aufhängen können, überraschen Sie die Passanten, indem Sie die Motive von Zeit zu Zeit wechseln. Damit erreichen Sie erhöhte Aufmerksamkeit.
- Eine öffentliche Plakatierung ist nicht überall erlaubt. Holen Sie sich bei den örtlichen Ordnungsbehörden Ihrer Stadt oder Ihrer Gemeinde die Erlaubnis ein.
- Erkundigen Sie sich bei Parteien oder Vereinen, ob Sie Stellschilder ausleihen dürfen. Für deren Einsatz gelten bestimmte Vorschriften – Sie benötigen ebenfalls die Erlaubnis der Ordnungsbehörden.

- Kontrollieren Sie, ob die Plakate auch nach einigen Tagen noch gut sichtbar sind. Wenn sie zerrissen oder verschmutzt sind, entfernen und ersetzen Sie sie.

### Presseinformationen versenden

- Denken Sie beim Verfassen einer Presseinformation an alle wichtigen Informationen und beantworten Sie die W-Fragen: Wer, was, wann, wo, wie, warum?
- Setzen Sie die wichtigsten Fakten gleich an den Anfang.
- Achten Sie auf die vollständige und korrekte Schreibweise aller Namen sowie auf genaue Ortsangaben.
- Vergessen Sie nicht, einen Ansprechpartner oder eine Ansprechpartnerin mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse für Rückfragen anzugeben.
- Lockern Sie den Text auf und machen Sie ihn interessanter, indem Sie zum Beispiel ein aktuelles Zitat eines Vertreters der Feuerwehr in die Pressemitteilung setzen.
- Erstellen Sie einen E-Mail-Verteiler mit den relevanten Medienkontakten. Wen möchten Sie erreichen? Wichtig sind zum Beispiel die Redaktionen der Lokalzeitungen sowie regionale Radio- und Fernsehsender. Achten Sie darauf, dass der Verteiler regelmäßig aktualisiert wird.
- Wenn Sie mehrere Redaktionen gleichzeitig per E-Mail anschreiben, nutzen Sie das BCC-Feld – auch aus Gründen des Datenschutzes.
- Als Ankündigung sollten Sie die Presseinformation mindestens eine Woche vor dem Termin per E-Mail an die Lokalredaktionen versenden. Fragen Sie telefonisch nach, ob die Redaktionen die Presseinformation zur Kenntnis genommen haben und darüber berichten werden.



## Die Presse einladen

- Schaffen Sie Anlässe, die Journalisten einen Anreiz zur Berichterstattung bieten. Die Aktionsideen eignen sich gut dafür. Sie können auch eine Pressekonferenz organisieren. Stattfinden sollte diese möglichst werktags am Vormittag, nicht vor 10 Uhr.
- Der Zeitpunkt der schriftlichen Einladung ist wichtig: Laden Sie nicht zu weit im Voraus oder zu kurzfristig ein. Ein bis zwei Wochen vor der Veranstaltung ist der passende Termin. Versenden Sie die E-Mails am Vormittag.
- Wenn Sie keine Rückantwort erhalten, fragen Sie zwei bis drei Tage vor der Veranstaltung bei den Redaktionen nach.
- Sorgen Sie während des Pressetermins für eine angenehme Atmosphäre: Stellen Sie alkoholfreie Getränke und Gebäck bereit. Achten Sie darauf, dass alle Mobiltelefone stumm geschaltet sind – vor allem, wenn Film- oder Tonaufnahmen gemacht werden. Planen Sie genug Zeit ein, so dass im Vorfeld und im Anschluss des Termins auch persönliche Gespräche geführt werden können.
- Halten Sie für die Journalisten Pressemappen bereit, die Kampagnenmaterialien, die aktuelle Presseinformation und weitere Hintergrundinformationen zu dem Termin enthalten.
- Legen Sie einen Ansprechpartner fest, der die Presse vor, während und nach dem Termin betreut. Denken Sie daran, Visitenkarten bereit zu halten.
- Falls Foto- und Filmaufnahmen geplant sind, werden interessante Motive wie Gruppenfotos oder gestellte Einsatzsituationen benötigt. Überlegen Sie, wie ein solches Motiv aussehen könnte, treffen Sie die notwendigen Vorkehrungen und weisen Sie die Redaktionen schon im Vorfeld des Termins darauf hin, dass es ein attraktives Bildmotiv geben wird.



## UNSER TIPP ZUM VERHALTEN IM NOTFALL



## Piotr und Hüseyin:

» Die Feuerwehr kommt nicht nur, wenn's brennt – wir leisten auch Erste Hilfe, wenn sich jemand verletzt hat. Wichtig ist, schnell die Feuerwehr zu alarmieren und zu sehen, ob man selbst schon helfen kann. Damit macht man nichts verkehrt! «



Bei manchen Notfällen entscheiden Sekunden – etwa bei einem Herzstillstand. Hier ist jede Hilfe richtig und wichtig! Wer seine Erste Hilfe-Kenntnisse regelmäßig auffrischt, kann Unsicherheiten vermeiden.



## 112 FEUERWEHR – WILLKOMMEN BEI UNS.

# Was Journalisten interessiert

Das Ziel, Migranten für die Feuerwehr zu begeistern, bringt öffentliche Aufmerksamkeit mit sich und weckt das Interesse der Presse. Die nachfolgenden Antworten auf häufig gestellte Fragen helfen Ihnen dabei, sich auf den Kontakt mit Journalisten vorzubereiten.

### 1. Wie hoch ist in der Feuerwehr der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund?

Statistisch exaktes Zahlenmaterial existiert dazu nicht. Der Freiwilligensurvey der Bundesregierung hat ergeben, dass sich in Deutschland etwa ein Prozent der Menschen mit Migrationshintergrund aktiv in der Feuerwehr, im Technischen Hilfswerk oder in Hilfsorganisationen engagiert.

### 2. Was sind die Gründe dafür, dass diese Gruppe in der Feuerwehr noch unterrepräsentiert ist?

Häufig sind gerade bei Menschen mit Migrationshintergrund das deutsche Feuerwehrsystem und die Möglichkeiten zum Engagement nicht bekannt. In vielen Staaten ist die Feuerwehr anders organisiert als in Deutschland, zum Beispiel militärisch oder ausschließlich über Berufsfeuerwehren.

### 3. Warum sollten sich gerade Personen mit Migrationshintergrund in den Wehren engagieren?

Die Feuerwehr will ein Abbild der Gesellschaft und der Menschen darstellen, für die sie sich einsetzt. Neben Frauen sind auch Menschen mit Migrationshintergrund noch unterrepräsentiert und sollen daher zum Engagement motiviert werden. Die Feuerwehr will damit sowohl zur aktiven Integration bei-

tragen als auch die interkulturelle Öffnung vorantreiben. Feuerwehrangehörige mit Migrationshintergrund sind aufgrund ihrer Sprach- und Kulturkenntnisse in der Lage, vor Ort zu vermitteln. Sie können auf diese Weise viel zum Erfolg von Einsätzen sowie zur Jugendarbeit und zur Brandschutzerziehung beitragen.

### 4. Wen soll die Kampagne ansprechen?

Die Zielgruppe sind Menschen mit Migrationshintergrund, die sich über das System der Feuerwehr, die Möglichkeiten zum Engagement und den Vorbeugenden Brandschutz informieren möchten. Zugleich sollen die Feuerwehrangehörigen, die die Kampagne vor Ort umsetzen, für ihr Anliegen begeistert werden.

### 5. Über welchen Zeitraum läuft die Kampagne?

Die Kampagne ist Teil des Projektes »Miteinander reden!«, das bis zum 31.12.2013 läuft. Wie schon bei vorherigen Jahresaktionen sollen die Materialien aber auch über diesen Zeitraum hinaus angeboten werden.

### 6. Warum macht der Deutsche Feuerwehrverband die Kampagne und wer setzt sie um?

Der Deutsche Feuerwehrverband möchte mit der Kampagne mehr Verständnis für die Arbeit der Feuerwehr schaffen, Menschen über Mitmachmöglichkeiten informieren sowie einen Beitrag zur Prävention leisten.

Umgesetzt wird die Kampagne von den einzelnen Feuerwehren vor Ort. Sie setzen die angebotenen Kampagnenmaterialien je nach den lokalen Gegebenheiten ein.



## 7. Woher stammen die Mittel, aus denen die Kampagne finanziert wird?

Die Kampagne wird aus Mitteln des Projektes »Miteinander reden!« des Deutschen Feuerwehrverbandes finanziert, das durch den Europäischen Integrationsfonds kofinanziert wird.

## 8. Sind die Personen auf den Plakaten Models oder wirklich bei der Feuerwehr?

Alle abgebildeten Personen sind authentische Feuerwehrangehörige – bei der Berufsfeuerwehr, der Freiwilligen Feuerwehr, der Werkfeuerwehr oder der Jugendfeuerwehr.

## 9. Wenn ich mich bei der Feuerwehr engagieren will – wo kann ich mich informieren?

Der direkte Weg führt über die jeweilige Feuerwehr vor Ort – auf ehrenamtlicher oder hauptamtlicher Ebene. Viele Freiwillige Feuerwehren und ihre Jugendabteilungen haben Kontaktdaten im Internet veröffentlicht; auch kann man die einzelnen Feuerwachen direkt aufsuchen und nach Übungsabenden fragen. Über Werkfeuerwehren können die jeweiligen Unternehmen informieren, bei Berufsfeuerwehren ist die Kommune der richtige Ansprechpartner. Der Deutsche Feuerwehrverband ist bei der Vermittlung von Kontakten auf Kreisebene behilflich.

## 10. Wo kann ich mehr über die Hintergründe der Kampagne erfahren und an wen kann ich mich bei Interviewanfragen wenden?

Informationen zur Kampagne gibt es unter [www.112-willkommen.de](http://www.112-willkommen.de) sowie bei der Pressestelle des Deutschen Feuerwehrverbandes. Bei der Kontaktvermittlung zu den Feuerwehrangehörigen, die bei der Kampagne mitgemacht haben, kann ebenfalls die Pressestelle des Deutschen Feuerwehrverbandes helfen:

Deutscher Feuerwehrverband e. V., Pressestelle  
Silvia Darmstädter, Tel.: 030 28 88 48 8-23, Fax: 030 28 88 48 8-09  
E-Mail: [darmstaedter@dfv.org](mailto:darmstaedter@dfv.org), [www.feuerwehrverband.de](http://www.feuerwehrverband.de)

## MEIN TIPP ZUM VERHALTEN IM NOTFALL



Olga:

» Wir hatten einige Einsätze, bei denen Kinderwagen und andere Sachen im Treppenhaus gebrannt haben. Gegen eine Pflanze an der Treppe spricht ja nichts; aber ich habe da schon eine Couch mit Schuhschrank daneben gesehen – das macht das Brandrisiko größer und den Einsatz für uns schwieriger!«



Je mehr brennbare Sachen im Treppenhaus stehen, umso schneller kann sich ein Brand ausdehnen – zudem wird der Fluchtweg eingeengt. Auch wenn es schwierig ist, für den Kinderwagen einen anderen »Parkplatz« zu finden, ist es doch viel sicherer! Schuhe, die man nicht in der Wohnung ausziehen möchte, kann man auch in einem Schuhschrank aus Metall aufbewahren.

### PROJEKTTEAM DEUTSCHER FEUERWEHRVERBAND

Sindy Papendieck, Projektleiterin  
Referentin für Mitgliederbindung und  
Veranstaltungsmanagement  
Telefon (030) 28 88 48 8-33  
E-Mail papendieck@dfv.org

Silvia Darmstädter, Referentin für Presse-  
und Öffentlichkeitsarbeit  
Telefon (030) 28 88 48 8-23  
E-Mail darmstaedter@dfv.org

Orhan Bekyigit, Fachberater Integration

Susanne Beyer, Projektreferentin

### Deutscher Feuerwehrverband e.V.

Bundesgeschäftsstelle  
Reinhardtstraße 25, 10117 Berlin  
Telefon (030) 28 88 48 8-00  
Telefax (030) 28 88 48 8-09  
E-Mail info@dfv.org  
Internet www.feuerwehrverband.de

### ORDENTLICHE MITGLIEDER

#### Bundesgruppe Werkfeuerwehr

Telefon (0211) 797-9462  
Internet www.wfvd.de,  
E-Mail r.buecher@wfvd.de

#### Bundesgruppe Berufsfeuerwehr

Berufsfeuerwehr Frankfurt  
Telefon (069) 212-72701  
E-Mail reinhard.ries.amt37@stadt-frankfurt.de

#### Mit Verband der Bundeswehrfeuerwehren e.V. Bundesgeschäftsstelle

Telefon (02595) 3850046  
Internet www.bwfw.de, E-Mail info@bwfw.de

#### Landesfeuerwehrverband Baden-

Württemberg Geschäftsstelle  
Telefon (0711) 12 85 16 11  
Internet www.feuerwehr-bw.de  
E-Mail verband@feuerwehr-bw.de

#### Landesfeuerwehrverband Bayern e.V.

Geschäftsstelle  
Telefon (089) 38 83 72 0  
Internet www.lfv-bayern.de  
E-Mail geschaeftsstelle@lfv-bayern.de

#### Landesverband der Freiwilligen Feuerwehren Berlins e.V. Geschäftsstelle

Telefon (030) 38 71 09 23  
Internet www.lvff-berlin.de  
E-Mail buero@lvff-berlin.de

#### Landesfeuerwehrverband Brandenburg

Geschäftsstelle  
Telefon (0331) 20 14 89 50  
Internet www.lfv-bb.de, E-Mail gst@lfv-bb.de

#### Landesfeuerwehrverband Bremen

Geschäftsstelle  
Telefon (0421) 30 43-4599  
Internet www.lfv-bremen.org  
E-Mail lfv-bremen@oebv.de

#### Landesbereich Freiwillige Feuerwehr

Hamburg Geschäftsstelle  
Telefon (040) 428 51 40 81  
Internet www.feuerwehr-hamburg.de  
E-Mail geschaeftsstelleFF@feuerwehr.hamburg.de

#### Landesfeuerwehrverband Hessen

Geschäftsstelle  
Telefon (0561) 78 89-63 08  
Internet www.feuerwehr-hessen.de  
E-Mail info@feuerwehr-hessen.de  
Fachberaterin Integration des LFV Hessen  
Aysel Röse, aysel.roese@feuerwehr-hessen.de

#### Landesfeuerwehrverband Mecklenburg-Vorpommern Geschäftsstelle

Telefon (0385) 30 31 801  
Internet www.landesfeuerwehr-mv.de  
E-Mail info@landesfeuerwehr-mv.de

#### Landesfeuerwehrverband Niedersachsen

Geschäftsstelle  
Telefon (0511) 88 81 12  
Internet www.lfv-nds.de  
E-Mail lfv-nds@t-online.de

Fachbereichsleiter Integration der  
Niedersächsischen Jugendfeuerwehr  
Detlef Schiller, Telefon (05031) 931462  
detlef.schiller@njf.de

#### Verband der Feuerwehren in NRW -

VdF NRW Geschäftsstelle  
Telefon (02 11) 56 65 29 29  
Internet www.vdf-nrw.de  
E-Mail geschaeftsstelle@vdf-nrw.de

#### Landesfeuerwehrverband Rheinland-Pfalz

Geschäftsstelle  
Telefon (0261) 974 34 11  
Internet www.lfv-rlp.de, E-Mail post@lfv-rlp.de

Projektkoordinatorin Jugendfeuerwehr  
Rheinland-Pfalz, Meike Kurtz  
Telefon (0261) 97 43 450  
E-Mail kurtz@jf-rp.de

#### Landesfeuerwehrverband Saarland e.V.

Geschäftsstelle  
Telefon (0 68 25) 40 30 40  
Internet www.lfv-saarland.de  
E-Mail mail@lfv-saarland.de

#### Landesfeuerwehrverband Sachsen

Geschäftsstelle  
Telefon (03525) 76 49 80  
Internet www.lfv-sachsen.de  
E-Mail LFVSachsen@T-Online.de

#### Landesfeuerwehrverband Sachsen-Anhalt e.V. Geschäftsstelle

Telefon (0391) 73 67 427  
Internet www.lfv-st.de  
E-Mail geschaeftsstelle@lfv-st.de

#### Landesfeuerwehrverband Schleswig-Holstein

Geschäftsstelle  
Telefon (0431) 603 21 10  
Internet www.lfv-sh.de, E-Mail Info@LFV-SH.de

#### Thüringer Feuerwehr-Verband

Telefon (0361) 55 183 00  
Internet www.feuerwehr-thueringen.de  
E-Mail info@thfv.de

## LITERATURLINKS

---

### Schulungsmaterial für Multiplikator(inn)en

Das Schulungsmaterial stellt eine Anleitung zur praktischen Herangehensweise an die Interkulturelle Öffnung dar. Es bietet durch Methoden, Fragestellungen und Diskussionsansätze alltags-taugliche Anregungen. Die 2. Auflage beinhaltet ein Kapitel zum Konfliktmanagement (Interkultureller Dialog). [Download: www.feuerwehrverband.de/miteinander-material.html](http://www.feuerwehrverband.de/miteinander-material.html)

### Handreichung – Leitlinien und Leitfaden zur interkulturellen Öffnung

Die Handreichung besteht aus zwei Komponenten: dem Leitbild und dem Leitfaden. Das Leitbild zeigt, was interkulturelle Öffnung für die Feuerwehren bedeutet und erfordert; was ihre Chancen sind und warum sich die Feuerwehren interessierten Menschen mit Migrationshintergrund nicht verschließen dürfen. Der Leitfaden gibt Tipps zur konkreten Umsetzung im Alltag. Praxisgerecht und mit Beispielen werden hier mögliche Partner der Feuerwehren aufgezeigt, Veranstaltungskonzepte dargestellt und »Fettnäpfchen« identifiziert.

[Download: www.feuerwehrverband.de/miteinander-material.html](http://www.feuerwehrverband.de/miteinander-material.html)

### Tipps zum richtigen Verhalten im Notfall

Zahlreiche Feuerwehren haben, teils in Kooperation mit Verbänden und Behörden, Materialien in verschiedenen Sprachen zum richtigen Verhalten im Notfall erstellt. Unter [www.feuerwehrverband.de/112-willkommen-Notfall.html](http://www.feuerwehrverband.de/112-willkommen-Notfall.html) gibt es eine Sammlung der uns bekannten Veröffentlichungen – wie etwa die folgenden Beispiele samt Download-Link:

- Berliner Feuerwehr: Broschüre »Vorsicht, Feuer! Brandschutz für Jedermann« (Deutsch, Türkisch, Polnisch, Russisch), Comic-Plakat und Video zur Kampagne »Richtiges Verhalten bei Bränden«: [www.berliner-feuerwehr.de/verhalten\\_im\\_brandfa0.html](http://www.berliner-feuerwehr.de/verhalten_im_brandfa0.html).

- Ministerium des Innern und für Sport, Rheinland-Pfalz: Flyer »Feuer, Was muss ich tun?« (Deutsch, Englisch, Türkisch, Französisch, Italienisch, Polnisch, Russisch, Serbisch): [www.isim.rlp.de/sicherheit/feuerwehr/infomaterial/feuer-was-muss-ich-tun](http://www.isim.rlp.de/sicherheit/feuerwehr/infomaterial/feuer-was-muss-ich-tun).

- Kampagne »Rauchmelder retten Leben« des Forums Brandrauchprävention: »Fluchtweg-Comic« zum Verhalten im Brandfall: [www.rauchmelder-lebensretter.de/fachberater/infomaterial/fluchtweg-comic](http://www.rauchmelder-lebensretter.de/fachberater/infomaterial/fluchtweg-comic).

# FEUERWEHR



112 **FeυῆρωεηЯ**

Willkommen bei uns.



Das Projekt wird aus  
Mitteln des Europäischen  
Integrationsfonds kofinanziert.



DEUTSCHER  
FEUERWEHR  
VERBAND

# Αποθήκευση

Retten [griechisch]

# удалить

Löschen [russisch]

# dağlar

Bergen [türkisch]

# قېلىمى

Schützen [arabisch]

# 112 FeṽerώεhЯ

Vielfalt leben. Vielfalt schützen.



[www.112-willkommen.de](http://www.112-willkommen.de)