



Niedersächsisches Ministerium
für Inneres und Sport

Pressekonferenz

am 29.08.2016
des

**Niedersächsischen Ministeriums
für Inneres und Sport**

in der

**Niedersächsischen Akademie für Brand- und
Katastrophenschutz (NABK) in Celle-Scheuen**





Perspektivprogramm 2025

**Moderne und leistungsstarke
Feuerwehren: Unser Beitrag für ein
sicheres Niedersachsen**

(Schwerpunkt Aus- und Fortbildung)





Fortentwicklung der Niedersächsischen Akademie für Brand- und Katastrophenschutz (NABK)

- Stufenweise Steigerung der Lehrgangsbedarfsdeckung von **60 % (2016)** über **70 % (2017)** zu einer dauerhaften Deckung des tatsächlichen Bedarfs ab 2018
- Weiterentwicklung zur realitätsnahe, ganzheitliche, auf dem Stand von Wissenschaft und Technik sich bewegende Aus- und Fortbildung
- Der Fachbeirat NABK zur Begleitung der organisatorischen Entwicklung und des Lehrgangsangebotes hatte seine 1. konstituierende Sitzung am 08.08.2016





Fortentwicklung der Niedersächsischen Akademie für Brand- und Katastrophenschutz (NABK)

Personalentwicklung

- Steigerung des Personalbestands der NABK um **18 Vollzeiteinheiten**, davon **8 feuerwehrtechnische Lehrkräfte** in **2017** und **9 Vollzeiteinheiten**, davon **4 feuerwehrtechnische Lehrkräfte** in **2018**
- **Steigerung** der **Attraktivität** der **Arbeitsplätze** in der NABK

Bauprogramm

- Erstellung der **Haushaltsunterlage Bau** in **2016** für den ersten Bauabschnitt mit einem Kostenvolumen von **37,8 Mio€**, komplett finanziert aus dem Landesanteil der Feuerschutzsteuer
- **Haushaltsunterlage Bau** für den zweiten Bauabschnitt mit einem Kostenvolumen von **40,439 Mio€**, davon **20 Mio€** im **Haushaltsjahr 2018** aus allgemeinen Haushaltsmitteln des Landes





Niedersächsisches Ministerium
für Inneres und Sport

Imagekampagne der Niedersächsischen Feuerwehr

„Ja zur Feuerwehr“





Kampagnendarstellung

- **Dezember 2012 : Beginn der Imagekampagne**
- **Versand von Starterpaketen an alle Kommunen**
- **Umsetzung einer Website mit Download- und Bestellangeboten**
- **September 2014: Start des Social Mediaauftritts der Imagekampagne auf Facebook und YouTube**
- **Umsetzung mit Hilfe von Bewegtbildcontent**
- **Geschichten aus dem alltäglichen Leben der Feuerwehr**
- **„Retter gesucht!“- Wettbewerb**





Ergebnisse der Imagekampagne -digital-

- **Reichweite von 52.497.228 Millionen Menschen**
- **Garantierte 32.370.499 Einzelpersonen erreicht**
- **erfolgreichste nicht kommerzielle Seite im Bereich Brandschutz (bundesweit)**
- **durchweg positive Rückmeldung**
- **Erfolgsmodell, das als Vorbild für andere Bundesländer fungiert**





Ergebnisse der Imagekampagne -vor Ort-

- **Evaluation der Imagekampagne im Frühjahr 2016 (Stichtag 31.12.2015)**
- **Rückläuferquote von 21,3 % aller Nds. Feuerwehren**
- **mindestens 624 durch die Kampagne motivierte Eintritte in die Feuerwehr**
- **eigene Maßnahmen der Feuerwehren vor Ort unter Zuhilfenahme von Kampagnenmitteln am erfolgreichsten**





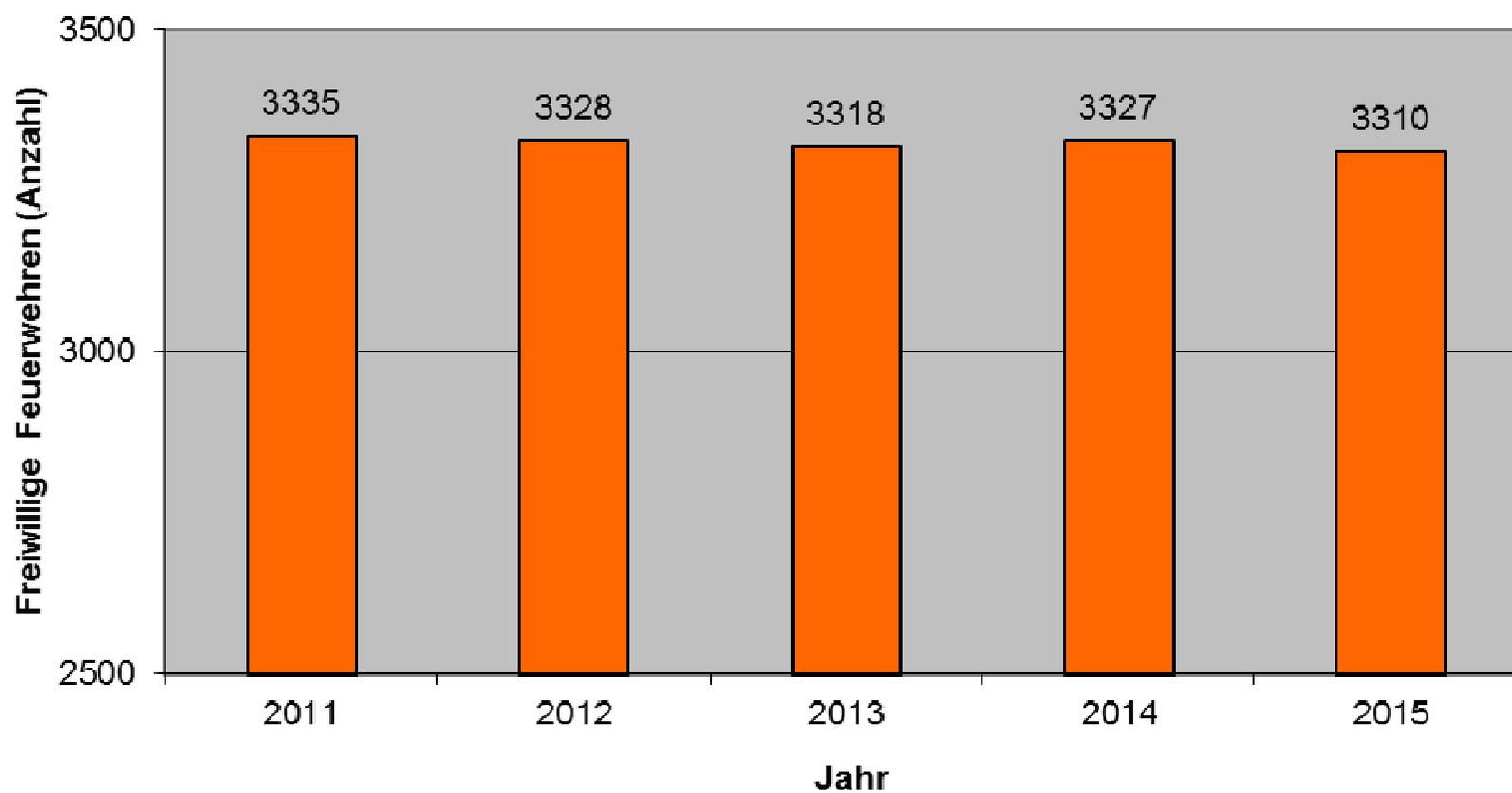
Brand- und Hilfeleistungsbericht 2015

- **124.612** aktive ehrenamtliche Feuerwehrangehörige (- 423)
- Steigerung des Anteils weiblicher **Feuerwehrangehöriger auf 11,12% (insgesamt 13.841)**
- **3310** Ortsfeuerwehren (-17) in 415 Gemeinden und gemeindefreien Gebieten
- **41.085** Mitglieder (+ 629) in den **Kinder- und Jugendfeuerwehren**
- **20.490** Brände (+ 3,6%)
- **63.426** Technischen Hilfeleistungen (+ 20,1%)
- **11.698** Fehllarmierungen (+ 19,7 %)



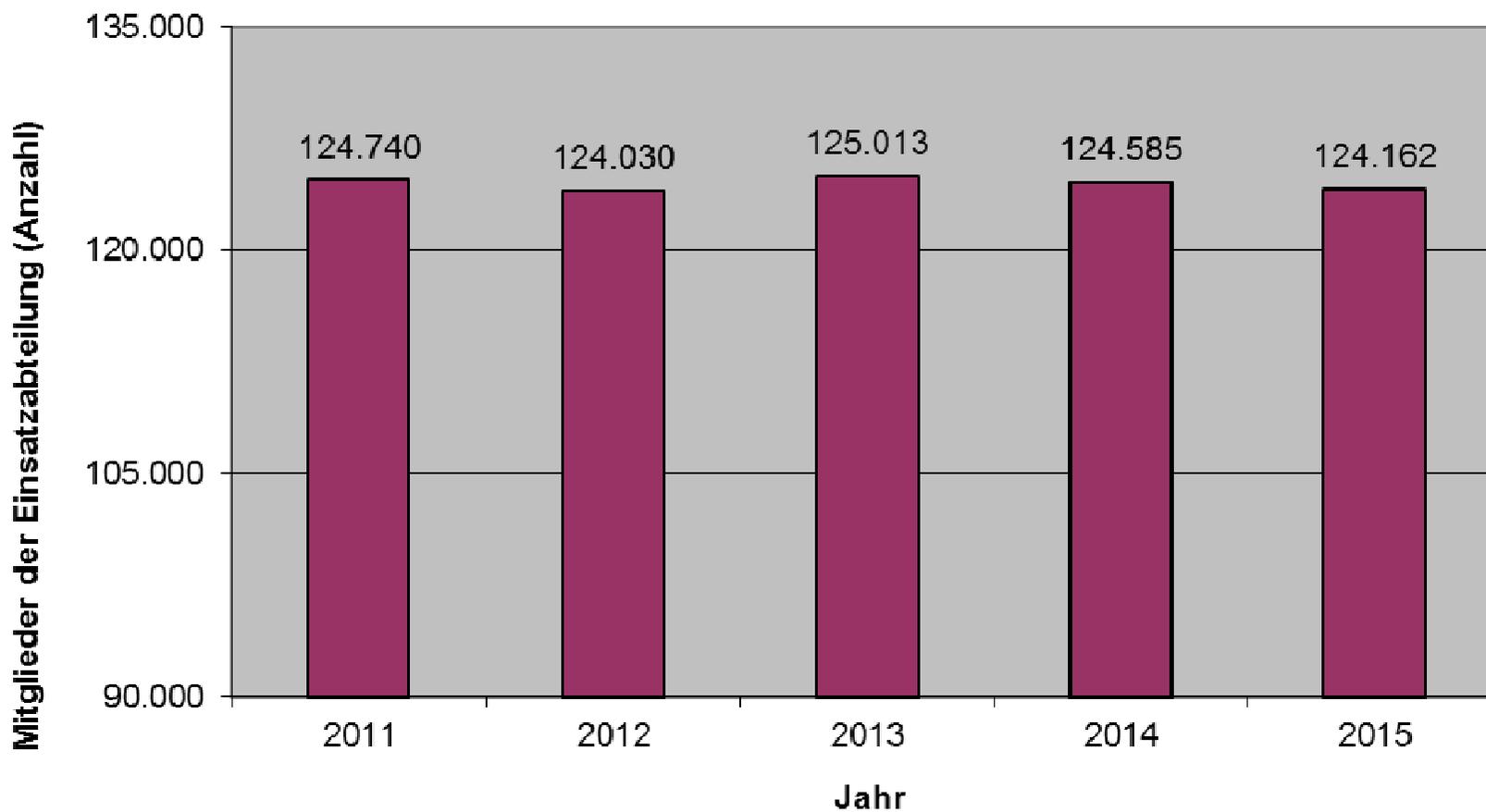


Anzahl der Freiwilligen Feuerwehren in Niedersachsen 2011-2015



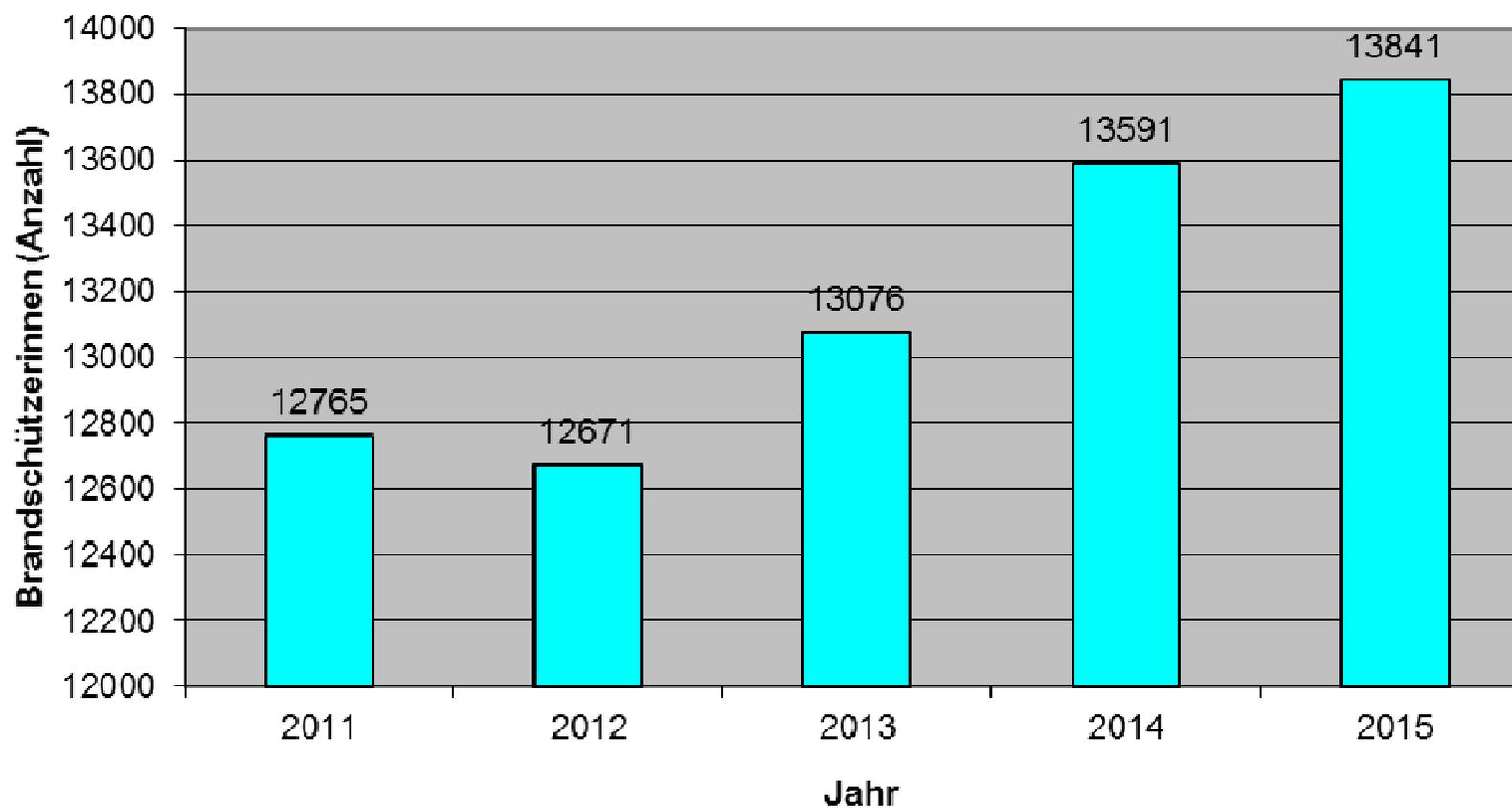


Mitglieder der Freiwilligen Feuerwehren von 2011 bis 2015



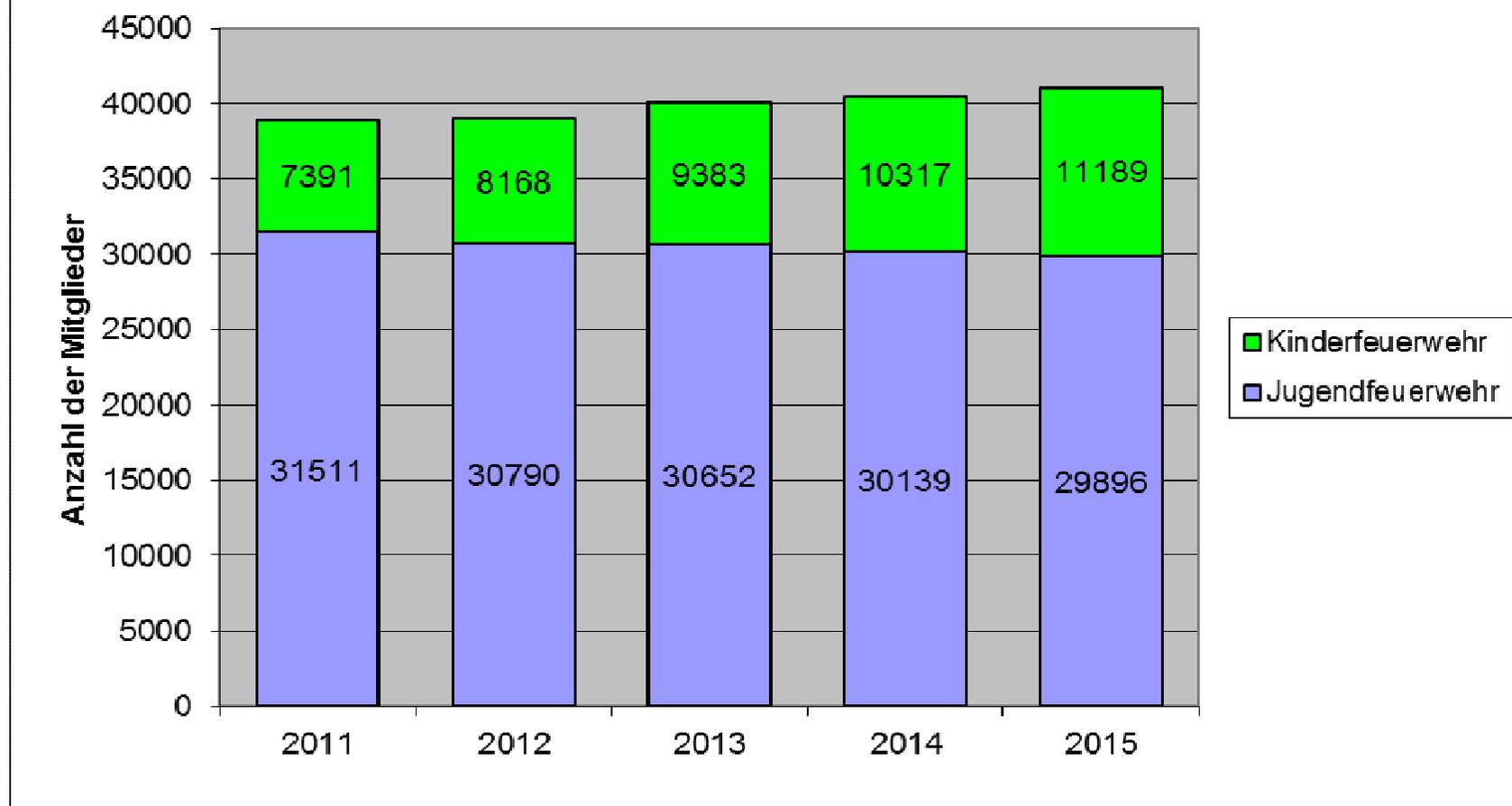


Weibliche Mitglieder der niedersächsischen Feuerwehren von 2011 - 2015



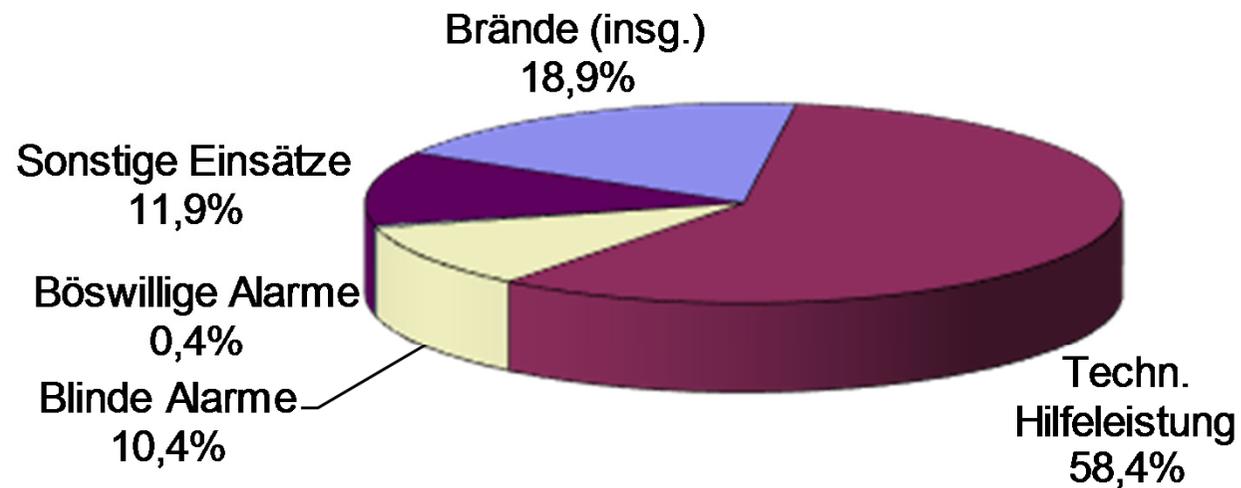


Mitglieder der Niedersächsischen Jugend- und Kinderfeuerwehren





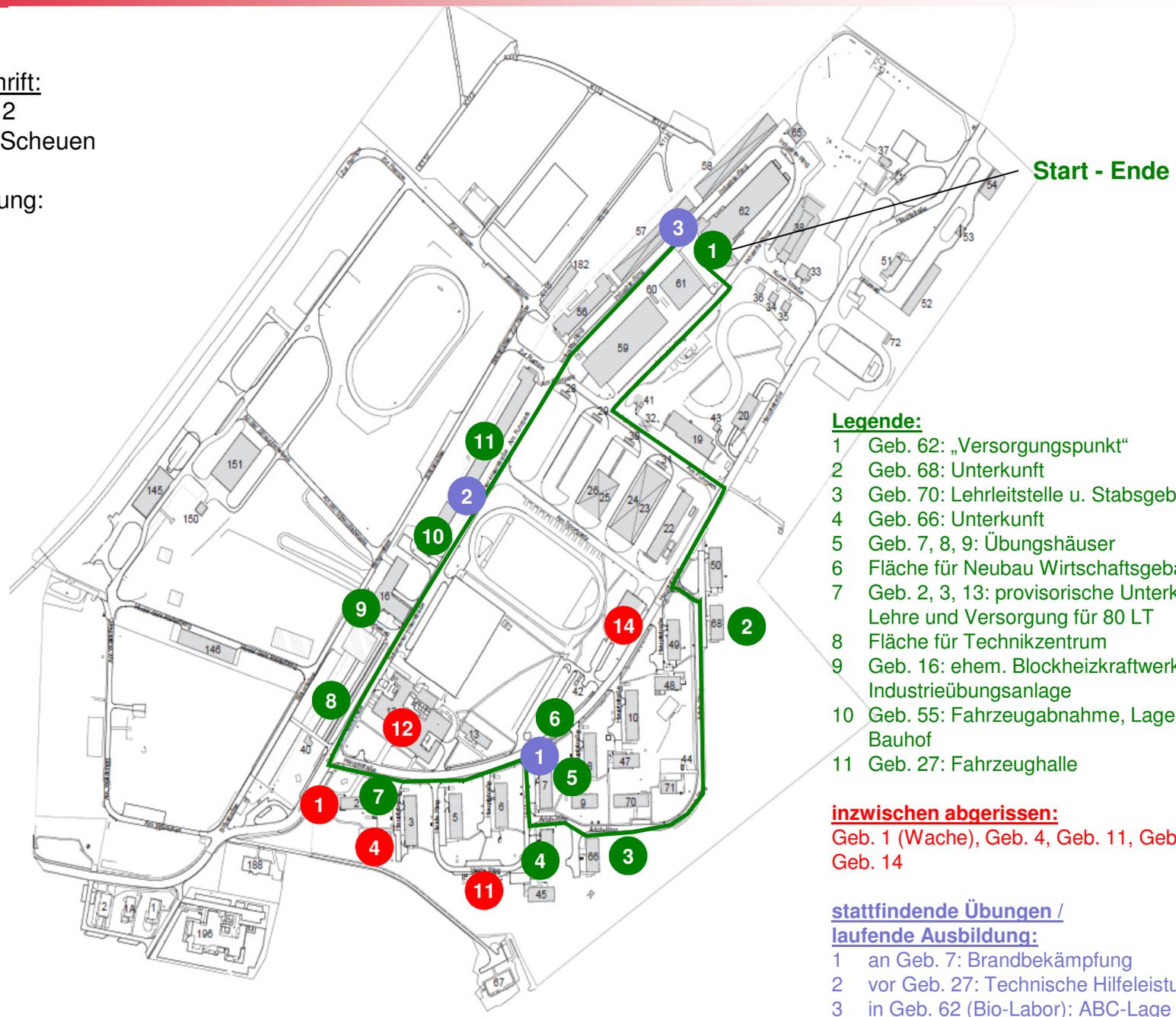
Einsätze der Feuerwehren in Niedersachsen 2015





aktuelle Anschrift:
Reiherberg 112
29229 Celle / Scheuen

alte Bezeichnung:
Fritschstraße



Start - Ende

Legende:

- 1 Geb. 62: „Versorgungspunkt“
- 2 Geb. 68: Unterkunft
- 3 Geb. 70: Lehrleitstelle u. Stabsgebäude
- 4 Geb. 66: Unterkunft
- 5 Geb. 7, 8, 9: Übungshäuser
- 6 Fläche für Neubau Wirtschaftsgebäude
- 7 Geb. 2, 3, 13: provisorische Unterkunft, Lehre und Versorgung für 80 LT
- 8 Fläche für Technikzentrum
- 9 Geb. 16: ehem. Blockheizkraftwerk Industrieübungsanlage
- 10 Geb. 55: Fahrzeugabnahme, Lager, Bauhof
- 11 Geb. 27: Fahrzeughalle

inzwischen abgerissen:

Geb. 1 (Wache), Geb. 4, Geb. 11, Geb. 12, Geb. 14

stattfindende Übungen / laufende Ausbildung:

- 1 an Geb. 7: Brandbekämpfung
- 2 vor Geb. 27: Technische Hilfeleistung
- 3 in Geb. 62 (Bio-Labor): ABC-Lage

Amt für Brand- und Katastrophenschutz (Dezernat 23)

Handout Imagekampagne – Pressekonferenz Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport, 29.08.2016 NABK Celle-Scheuen

Historie und Konzept

- Demografischer Wandel → Demografieprojekt ab 2008
- „20-Maßnahmen-Paket“: Imagekampagne - Auftrag → PD Hannover
- Auftrag Frühsommer 2012; Adaption der Kampagne aus Bayern
- kompromisslose Ansprache und wiederkehrende Motive
- breite Aufstellung, langfristige Durchführung (zunächst: 3 Jahre)
- Land Niedersachsen finanziert zentrale Maßnahmen

Maßnahmen 2012

- Vorstellung der Kampagne: November 2012
- Start: Ende November 2012
- Internetseite www.ja-zur-feuerwehr.de online
- Kinospots - 354 Leinwände; 1,2 Mio. Kinobesucher
- Versand Starterpakete (Aktionsmappen, Flyer, Plakate, Fahrzeugbeklebung, Bauzaunbanner) an alle Städte und Gemeinden Niedersachsens

Maßnahmen 2013

- Nachbestellung im Onlineshop freigeschaltet
- Roll-Ups nachbestellt: 51 Stück
- Löschfahrzeug-Beklebung - Nachbestell. ca. 107 Stk.
- Busbeklebung - 26 aus Landesfinanzierung / 10 Selbstzahler
- Großflächenplakate – 369 Standorte in Niedersachsen
- Bauzaunbanner – 400 Stück nachbestellt
- Beantwortung von Fragen

Maßnahmen 2014

- Übersetzung Plakate, Flyer, Teil des Internetauftritts „Ich will zur Feuerwehr“ in sieben Sprachen (Türkisch, Russisch, Polnisch, Italienisch, Englisch, Spanisch und [2015] Arabisch)

Botschaft: Übersetzte Flyer/ Plakate/ Homepageseiten sind auch für deutschsprachige Migrantinnen und Migranten wichtige Willkommenszeichen!

- Social Media - Start 01.09.2014 bei Facebook und YouTube

Maßnahmen 2014 / 2015

- Aktionen zu Social Media / Filmwettbewerb
- Nutzung des Kampagnenzelts bei/ beim
 - Regionalentscheid in Hänigsen und Lahmstedt
 - Tag der Deutschen Einheit
 - Bevölkerungsschutztag in Osnabrück
 - Tag der Niedersachsen

- Filmwettbewerb
 - Start 01.09.2014 „Retter gesucht. Erzähl uns deine Geschichte!“
 - Einsendeschluss 31.12.2014
 - 15 besten Einsendungen wurden verfilmt
 - Voting-Phase: 16.02.2015 – 16.03.2015
 - 18.621 abgegebene Stimmen

Maßnahmen 2015

- Auswertung des Filmwettbewerbs
 - Platz 1: Einsatzfahrzeug in Eigenleistung
 - Platz 2: In den Fußstapfen meines Onkels
 - Platz 3: Helfer für Timon
 - Platz 4: Für meine drei Brüder
 - Platz 5: Mut zum Mitmachen

Diese Plätze wurden mit Geldpreisen von 2.500 Euro bis 500 Euro prämiert/ Preisverleihung durch den Innenminister am 16.06.2015 in Hannover

- Übersetzung des Flyers, der Plakate sowie eines Teils der Homepage „Ich will zur Feuerwehr“ in die arabische Sprache
- Multinationales Webbanner
- Information der Landkreise, kreisfreien Städte über Integrationsarbeit der Kampagne
- Information der Landesmigrantenverbände über Integrationsarbeit der Kampagne
- Social Media - weitere Aktionen auf Facebook und neue Filmsnippets
- Neu: „Feuerwehrfinder“ auf Homepage
- Informatorische Einbindung der Berufsfeuerwehr auf der Homepage in allen Sprachen
- Start der Fragebogenaktion/ Evaluation

Maßnahmen 2016

- Evaluation, Stichtag 31.12.15/ Fragebogenaktion – Rücklauf bis Ende Januar 2016
- Auswertung und Evaluationsbericht
- Content und Filmsnippets auf Facebook und YouTube □ Animationsfilm

Social Media Daten

- Facebook: 75.010 Fans, 64,2% bis 34 Jahre
- Fans aus ganz Deutschland, Österreich, Schweiz und anderen Ländern bis nach Südamerika
- Interaktionsrate von 6,3% (Personen, die auf Beiträge durch Likes, Teilung...reagieren)
- über 4.000 Interaktionen im Monat; vergleichbare Fanpages nur 241=0,39%
- Youtube: bisher 71 Filmsnippets davon 15 Feuerwehrfilmwettbewerb; u.a. Snippets zu Förderplakette, Jugendflamme, Eschede, Interschutz, Animationsfilm, 360°-Video, Firefighterfriends, Kinderfeuerwehr, Berufsfeuerwehr
 - herausragende Clips: 2014:Jingle Bells (über 2 Mio Zuschauer), 2015:„Wir brauchen Euch!“ (4,1 Mio Zuschauer), 2016: Animationsfilm (1,2 Mio. Zuschauer)