

Thesenpapier: Mediale Rekrutierungsmöglichkeiten für den feuerwehrtechnischen Dienst

Es wird derzeit immer schwieriger für den feuerwehrtechnischen Dienst geeignete Bewerbende in ausreichender Zahl zu gewinnen. Der Arbeitskreis Ausbildung der AGBF-Bund hat folgende Thesen für die mediale Rekrutierung von neuen Mitarbeitenden erarbeitet:

1. Ausgangslage und Herausforderungen

- **Wettbewerb um Nachwuchskräfte:** Die Feuerwehr steht im zunehmenden Wettbewerb mit anderen Arbeitgebern um junge Talente.
- **Klassische Werbeformen verlieren an Reichweite:** Printmedien und traditionelle Anzeigen sind kaum noch wirksam.
- **Digitale Kanäle im Fokus:** Die Zielgruppen sind vor allem über Social Media und digitale Plattformen erreichbar.
- **Hoher Aufwand, unklare Reichweiten:** Die Vielfalt der genutzten Kanäle ist groß, der tatsächliche Wirkungsgrad und die Reichweiten sind jedoch oft unklar. Erfolgreiche Rekrutierungskampagnen erfordern einen hohen Personal- und Kostenaufwand.

2. Zielgruppenorientierte Ansprache und Markenbildung

- **Präsenz auf Social Media:** Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube sind für die junge Zielgruppe zentral. Kontinuierliche, authentische und professionelle Bespielung ist notwendig.
- **Employer Branding:** Die Feuerwehr muss sich als attraktive, moderne Arbeitgebermarke präsentieren. Professionelle Kampagnen wie „Feuer im Herzen“ (Hamburg) zeigen, dass hohe Budgets und gezieltes Branding zu mehr Sichtbarkeit führen.
- **Persönliche Ansprache:** Junge Mitarbeitende und Auszubildende als Werbegesichter sowie empathische Ansprechpartner schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit.
- **Proaktive Kontaktaufnahme:** Ziel ist, dass Bewerbende das Gefühl haben, „das Unternehmen kommt auf mich zu“. Regelmäßige Kontaktaufnahme, persönliche Begleitung und Preboarding-Maßnahmen (z.B. WhatsApp-Gruppen, Live-Events) sind wichtige Bausteine.

3. Innovative Rekrutierungswege

- **Bewerber- und Zertifikatstage:** Schnuppersporttests, Bewerbertage und Zertifikatstage bieten praxisnahe Einblicke und senken Hemmschwellen.

- **Berufsmessen und Fachkräftebörsen:** Präsenz auf Messen bleibt wichtig, insbesondere für Schüler und Berufseinsteiger. Entscheidend ist die Auswahl der richtigen Ansprechpartner und die authentische Darstellung des Berufs.
- **Zusammenarbeit mit Freiwilligen Feuerwehren:** Die gezielte Ansprache von Mitgliedern der Freiwilligen Feuerwehren in der Region ist ein bewährter Rekrutierungspool.

4. Digitale Tools und Reichweitenerhöhung

- **Digitale Informationskanäle:** QR-Codes auf Werbemitteln und Fahrzeugen ermöglichen schnelle Zugänge zu Landingpages und weiterführenden Informationen.
- **Karriereseiten und Recruitingportale:** Eine zentrale, moderne Karriereseite mit klarer Nutzerführung und direkter Bewerbungsmöglichkeit ist essenziell.
- **Regelmäßige Evaluation:** Die Rekrutierungswege müssen regelmäßig auf ihre Wirksamkeit überprüft und an die Bedürfnisse der Zielgruppen angepasst werden.

5. Erfolgsfaktoren und Best Practices

- **Professionelle Unterstützung:** Zusammenarbeit mit Agenturen, Hochschulen oder externen Kommunikationsprofis kann die Qualität und Reichweite der Kampagnen deutlich erhöhen.
- **Authentizität und Realität:** Die Inhalte müssen realistisch und nachvollziehbar sein, ohne potenzielle Bewerber durch zu dramatische Darstellungen abzuschrecken.
- **Kontinuität und Nachhaltigkeit:** Tägliche oder regelmäßige Posts, gepflegte Karriereseiten und nachhaltige Betreuung der Bewerber sind entscheidend für langfristigen Erfolg.
- **Attraktive Rahmenbedingungen:** Themen wie Work-Life-Balance, Besoldung, Entwicklungsmöglichkeiten und Wertschätzung müssen offensiv kommuniziert werden.

6. Empfehlungen

- **Netzwerke bilden:** Kooperationen mit Schulen, Berufsschulen und Freiwilligen Feuerwehren ausbauen.
- **Personalressourcen bereitstellen:** Qualifiziertes Personal für die Rekrutierungsarbeit freistellen und kontinuierlich schulen.
- **Bundesweite Dachmarke entwickeln:** Eine einheitliche, wiedererkennbare Marke für die Feuerwehr schafft Vertrauen und Wiedererkennung.
- **Evaluation und Innovation:** Die Wirkung aller Maßnahmen regelmäßig evaluieren und neue Trends sowie Megatrends im Social-Media-Marketing im Blick behalten.

Fazit

Die mediale Rekrutierung für den mittleren feuerwehrtechnischen Dienst muss professionell, zielgruppenorientiert und innovativ gestaltet werden. Authentizität, persönliche Ansprache, digitale Reichweite und attraktive Rahmenbedingungen sind Schlüsselfaktoren für nachhaltigen Erfolg. Nur durch kontinuierliche Weiterentwicklung und gezielte Investitionen kann die Feuerwehr im Wettbewerb um Nachwuchskräfte bestehen.

Anlage: Links aus den Social – Media Beiträgen der Standorte

<https://www.nuernberg.de/internet/arbeitgeberin/feuerwehr.html>
<https://online-service.nuernberg.de/jobs/index.php?ac=jobabo>
<https://youtube.com/shorts/nxnBS7DXZlc?si=7B29sRGpOdQScGNF>

Bewerbung-Reel für Instagram-Werbung:

https://www.canva.com/design/DAGEiCbQm10/8BT6y_fw9cZrPq7TbWP_w/edit

Imagefilme Feuerwehr Saarbrücken:

https://youtu.be/VeQLGMuSzkl?si=PDm2FFh_NrPSLNQG
https://youtu.be/LH1G_VTrvww?si=wUdaNQZJm8cbquDy

Sporttest Feuerwehr Saarbrücken:

<https://youtu.be/ZdTRK30lwVo?si=l9lz7h5cig5Pd7Hm>

Feuerwehr Hamburg:

Kontakt über presse@feuerwehr.hamburg.de

Feuerwehr Dresden:

<https://m.youtube.com/watch?v=LH10aiHQ1bU>
<https://m.youtube.com/watch?v=SVEPbNA3FS0>
www.dresden.de/112karriere

Feuerwehren Rheinland-Pfalz:

Trier:
<https://www.instagram.com/feuerwehr.trier>

Mainz:

<https://www.tiktok.com/@stadt.mainz/video/7460899853506284833?lang=de-DE>
<https://www.tiktok.com/@stadt.mainz/video/7463404255542611233?lang=de-DE>
<https://www.tiktok.com/@stadt.mainz/video/7468321153908591904?lang=de-DE>

Ludwigshafen:

https://mastodon.social/@ludwigshafen_de/110784898636632506
www.ludwigshafen.de/buergernah/rathaus/podcast-der-stadtverwaltung#FeuerwehrLu

Worms:

<https://www.feuerwehr-worms.de/feuerwehr/>
https://www.facebook.com/feuerwehrworms/?locale=de_DE

Koblenz:

<https://x.com/FWKoblenz>

Berlin:

Eine Auswahl aktueller Beispiele findet man entweder gebündelt unter: Berliner Feuerwehr (berliner-feuerwehr) | Stage oder direkt auf Instagram:

- <https://www.instagram.com/reel/DCHAIHrMWdt/?igsh=NWJrbTc1c3VhNWxw>
- https://www.instagram.com/reel/DCEeCUIsIr_/?igsh=MTY3c2Q3eHozdnJxaA==
- <https://www.instagram.com/reel/DBi7kSVMXUG/?igsh=MTNmccXJodWIheHpraw==>
- <https://www.instagram.com/reel/DBQ8yLdsZxa/?igsh=MTR0dTRkb2QyYndidA==>
- https://www.instagram.com/reel/C_20HboMj88/?igsh=MXNoMTR3Mnl5enNkMw==