



CAMINO

STECKBRIEF DES MODELLPROJEKTS MENSCH FEUERWEHR!

Kennziffer: H2003

Projekträger: Deutscher Feuerwehrverband e.V.

Der Träger engagiert sich nach eigenen Angaben seit zehn Jahren im Themenfeld der interkulturellen Öffnung

Themenfeld: Maßnahmen und Konzepte, die eine nachhaltige Veränderung der Regelförderung in Richtung Diversifizierung anstreben

Orte: Schwerpunktmäßig können Feuerwehren aus Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Bremen, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und dem Saarland sowie interessierte Feuerwehren in Großstädten die Angebote nutzen. An bundesweiten Veranstaltungen können Feuerwehrangehörige aus ganz Deutschland teilnehmen. Der Träger befindet sich aktuell im Gespräch mit dem BMFSFJ, um seine Angebote bundesweit umsetzen zu können.

Beschreibung Wirkungslogik:

Die Feuerwehr will den Querschnitt der Gesellschaft stärker abbilden und stärker zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen. Mittelfristig sollen bislang unterrepräsentierte soziale Gruppen dazu ermutigt werden, sich vermehrt in den Strukturen der Feuerwehr zu engagieren. In einem ersten Schritt, und damit im aktuellen Projekt, geht es zunächst darum, die Feuerwehr nach innen zu öffnen, so dass ein attraktives Umfeld für das Engagement bislang unterrepräsentierter Gruppen (u.a. Menschen mit Migrationsgeschichte, Frauen, Menschen mit Behinderungen) entsteht. In der aktuellen Projektphase sind also vor allem die Mitglieder der Feuerwehr die Zielgruppe des Projekts. Mitglieder sollen Strategien zum Umgang mit Phänomenen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit erlernen, die Diversität in den Mitgliederstrukturen soll verstärkt sichtbar gemacht und als Ressource wahrgenommen werden. Um diese Ziele zu verwirklichen, setzt das Projekt auf zwei zentrale Säulen: 1) im Rahmen der neu gegründeten „MENSCH Feuerwehr“-Akademie werden über einen Expert/innenpool Bildungsangebote für Feuerwehrmitglieder gemacht. Diese Angebote können von den lokalen Leitungen angefragt werden. Führungskräfte des Verbandes erhalten im Rahmen der Akademie außerdem ein regelmäßiges Coaching. 2) Kultursensible Öffentlichkeitsarbeit soll das Projekt und dessen Ziele nach innen bekannter machen. So wurde zu Beginn des Projektes beispielsweise ein Film entwickelt, der die in der Feuerwehr bereits existierende Vielfalt sichtbar machen soll. Auch eine Wanderausstellung hat dieses Ziel. Darüber hinaus wurde die Webseite des Verbandes auf diskriminierende und ausgrenzende Sprache und Inhalte überprüft.

Über die Identifizierung und Stärkung von Multiplikator/innen innerhalb der Organisation soll ein organischer Prozess der Öffnung von innen nach außen entstehen. Dabei arbeitet das Team in der Anfangsphase vor allem reaktiv; nach dem Gießkannenprinzip soll an möglichst vielen Stellen im System angesetzt werden, um Zugänge in die Strukturen der Feuerwehr zu schaffen und das Projekt bekannt zu machen. Eine Auswertung der Zwischenergebnisse soll zur Projektmitte Hinweise für die weitere Richtung des Projekts liefern. Damit sich die lokalen Vereine mitgenommen fühlen, werden in der Projektumsetzung partizipative Ansätze genutzt.

Das Projekt wird von der Leitung des Bundesverbandes unterstützt, weitere wichtige ‚Verbündete‘ sind die Landesverbände und die entsprechenden Leitungsgremien. Ebenfalls eine Erfolgsbedingung ist, dass diese Akteure ein Problem wahrnehmen, ihre Bedarfe mitteilen und die Angebote des Projektes schließlich aktiv nachfragen. Regelmäßige Präsentationen in relevanten Gremien sollen die Bekanntheit des Projektes erhöhen.

Wenngleich sich das Projekt zunächst vor allem nach innen richtet, besteht durch die hohe Mitgliederzahl (ca. 1,3 Mio. Mitglieder) das Potenzial, sehr viele Menschen zu erreichen.

Zur Sicherung der Nachhaltigkeit des Projektes sollen Good-Practice-Beispiele dokumentiert und der internationale Austausch mit ähnlichen Organisationen gefördert werden.

Abbildung 1: Grafische Darstellung der Wirkungslogik des Projektes MENSCH Feuerwehr! des Deutschen Feuerwehrverbandes e.V.

