



HESSISCHER LANDTAG

02. 02. 2015

Kleine Anfrage

des Abg. Franz (SPD) vom 18.12.2014

**betreffend Imagekampagne zur Mitgliedergewinnung bei den Freiwilligen
Feuerwehren**

und

Antwort

des Ministers des Innern und für Sport

Vorbemerkung der Fragesteller:

Unter dem Slogan "Alle brauchen die Feuerwehr - die Feuerwehr braucht dich" startete die hessische Landesregierung im Juni 2013 eine Imagekampagne mit dem Ziel, mehr Nachwuchs für die Feuerwehren zu gewinnen. Die Kampagne setzt sich aus folgenden Bestandteilen zusammen: Kampagnenkonzept, Maßnahmen-/Medienplanung, Plakate, Info-Flyer, PKW-Aufkleber und Homepage.

Vorbemerkung des Ministers des Innern und für Sport:

Das Hessische Ministerium des Innern und für Sport führt seit 1996 zusammen mit dem Landesfeuerwehrverband Hessen e.V., unter Einbindung professioneller Werbefachleute, Imagekampagnen mit verschiedenen Themenschwerpunkten für die Freiwilligen Feuerwehren in Hessen durch. Diese dienen zu Beginn vor allem der Imagepflege der Freiwilligen Feuerwehren, in den vergangenen Jahren zunehmend der Nachwuchswerbung.

Themen und Inhalte der Imagekampagnen werden in enger Abstimmung mit dem Landesfeuerwehrverband Hessen e.V., der die Kampagnen in seinen Strukturen trägt und dafür wirbt, bestimmt und von einer Werbefirma gestaltet. Ziel der Kampagne aus 2013 ist es, Menschen unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen und Altersstufen - unabhängig von Geschlecht oder kultureller Herkunft - für die Feuerwehr zu interessieren und in Folge dessen für die Mitarbeit in einer Freiwilligen Feuerwehr zu gewinnen.

Diese Vorbemerkungen vorangestellt beantworte ich die Kleine Anfrage wie folgt:

Frage 1. In welcher Form wurde eine Ausschreibung über die Vergabe des Auftrags für die Imagekampagne durchgeführt?

Gemäß Ziffer 2.1.1 i.V.m. Ziffer 2.2. Abs. 6 des Vergabebeschleunigungserlasses (Gemeinsamer Runderlass vom 1. November 2007 (StAnz. S. 2386), zuletzt geändert durch Erlass vom 7. November 2014 (StAnz. S. 1007)) in der zum Zeitpunkt der Entscheidung gültigen Fassung war die Vergabe aufgrund des Auftragswertes als Freihändige Vergabe ohne weitere Voraussetzungen zulässig. Eine Ausschreibung war somit nicht erforderlich.

Frage 2. Welche Agenturen haben sich für den Auftrag beworben?

Im Vergabeverfahren kommt dem Grundsatz des Vertraulichkeitsgebots, das teilweise im grundrechtlichen Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen wurzelt, besondere Bedeutung zu (vgl. Pünder/Schellenberg, Handkommentar zum Vergaberecht, 1. Auflage, Rdnr. 50 zu § 97 GWB). Aus diesem Grund kann eine Nennung der Agenturen, die sich für den Auftrag beworben haben, nicht erfolgen.

Frage 3. Welche Medienagentur ist für die Imagekampagne verantwortlich?

Die Agentur für Marketing und kreative Kommunikation AS'C (Arkadij Schwetschenko Communications) ist für die Imagekampagne verantwortlich.

Frage 4. Warum wurde bei der Kampagne auf den Einsatz von "Social Media" (z.B. Facebook) verzichtet?

Die Imagekampagne unterstützt vor allem die Aktivitäten zur Mitgliedergewinnung der Feuerwehren vor Ort. Der Einsatz von "Sozialen Netzen" (z.B. Facebook) bietet hierbei zwar grundsätzlich weitere Möglichkeiten, erfordert jedoch auch einen intensiven Zeitaufwand, um auf Anfragen und Kommentare zeitnah reagieren zu können. Auch stellt die Aktualität von örtlichen Informationen einen weiteren Aufwand dar. Vor dem Hintergrund, dass den ehrenamtlichen Angehörigen der Freiwilligen Feuerwehren vor Ort hierdurch kein weiterer Zeitaufwand entsteht, wurde in Abstimmung mit dem Landesfeuerwehrverband Hessen e.V. bei dieser Imagekampagne auf den Einsatz von "Sozialen Netzen" verzichtet.

Frage 5. Erhalten Projekte, die vor Ort entwickelt werden und auf unterschiedliche regionale Gegebenheiten eingehen, im Rahmen der Kampagne, auch finanzielle Unterstützung?
Falls nein, warum nicht?

Nein, regionale Projekte erhalten aus den Finanzmitteln der Imagekampagne keine Förderung. Seitens der Landesregierung werden jedoch die Materialien der Imagekampagne den hessischen Feuerwehren zur Verfügung gestellt. So werden einerseits die Feuerwehren in Hessen gleichermaßen berücksichtigt und andererseits kann der gewollte einheitliche Wiedererkennungswert der Imagekampagne erreicht werden.

Frage 6. Erhalten ortsnahe Projekte seitens des Landes anderweitige finanzielle Unterstützung?

Ja, eine finanzielle Förderung der Landesregierung ist nach Nr. 2.1.4 der Richtlinie für die Gewährung von Zuwendungen und Sachleistungen des Landes Hessen zur Förderung des Brandschutzes und der Allgemeinen Hilfe (Brandschutzförderrichtlinie) vom 5. Januar 2015 grundsätzlich möglich, sofern es sich um ortsnahe Pilotprojekte zur Nachwuchswerbung handelt.

Frage 7. Wann und in welcher Form wird eine Evaluierung der Kampagne stattfinden?

Eine Evaluation der Imagekampagne alleine ist nicht aussagekräftig, da diese Kampagne ein Baustein zur Unterstützung der Aktivitäten vor Ort ist und sich die Mitgliedergewinnung nicht ausschließlich durch eine Imagekampagne erzielen lässt. Hier sind weitere vielschichtige Maßnahmen, bspw. zur Steigerung der Attraktivität der Freiwilligen Feuerwehren, notwendig. Gleichwohl werden die Erfahrungen aus dieser Imagekampagne, unter Einbeziehung des Landesfeuerwehrverbandes Hessen e.V., in die Planungen für zukünftige Imagekampagnen einfließen.

Wiesbaden, 26. Januar 2015

Peter Beuth