KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

Eine Initiative des Ministeriums des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen zur Stärkung der Selbstschutzfähigkeit der Bevölkerung und zur Stärkung des Ehrenamtes im Katastrophenschutz NRW.



SEI BEREIT WIE NIE!

DER ABSCHLUSSBERICHT



Inhaltsverzeichnis

EINE KAMPAGNE VIELE ERFOLGE

>329 MIO.
KONTAKTE INSGESAMT

149 ARTIKEL
IN DER TOOLBOX

2.593
DOWNLOADS

3.833
WERBETRÄGER ALLER ART
IN GANZ NRW

4 KATASTROPHENSCHUTZTAGE
TAUSENDE BESUCHERINNEN UND BESUCHER
IN PADERBORN, COESFELD, SIEGEN UND ESCHWEILER

349
SOCIAL MEDIA POSTINGS

>230,3 MIO.
ERREICHTE KONTAKTE DURCH SOCIAL MEDIA

PRÄSENT IN 396 STÄDTE UND GEMEINDEN

8
CLIPS

YouTube
25,6
MIO. VIEWS

140
KINOS

>1.17 MIO.
AKTIVIERTE KINOBESUCHER

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

INHALT

PROLOG

- Grußwort des Ministers 2
- Dank an die Einsatzkräfte 4
- Das Fazit der Organisationen 6

PLÄNESCHMIEDEN

- Die Kampagnenziele 8
- Strategieworkshop und Ideenwerkstatt 10
- Die KU im Interview 12
- Auftritt Kampagnengesichter 14
- Das Fotoshooting 16
- Der Kampagnen-Look 20
- Das Hauptmotiv 22

EINSATZ

- Der Kampagnenstart 24
- Die Befähigungskampagne 28
- Die Erklärformate 30
- Der Selbstschutzguide 34
- Das Kinderposter 36

REICHWEITE

- Das Kampagnencenter 38
- Die Kampagnen-Influencer 42
- Die Media-Flights 44

EVENTS

- Die Katastrophenschutztage 46
- Die Vielfaltsplattform 56
- Der Tag des Ehrenamtes 58
- Die Förderplakette 60

- Kampagnen-Impressionen 64
- Impressum 66



Innenminister Herbert Reul begleitete viele Meilensteine und Höhepunkte der Kampagne – hier zum Beispiel den landesweiten Katastrophenschutztag in Siegen.

Liebe Leserinnen und Leser,

BEREIT WIE NIE – mit diesem Anspruch ist unsere Kampagne für Ehrenamt und Selbstschutz für ganz Nordrhein-Westfalen gestartet. Und ich finde: Es hat sich gelohnt!

Wir haben das Thema Selbstschutz dorthin gebracht, wo die Menschen sind: auf Plakate an den Straßen und in die digitalen Netzwerke, ins Kino, auf Veranstaltungen und mit unserer Broschüre direkt nach Hause. Digital und analog, verständlich, ansprechend und manchmal auch mit einem Augenzwinkern. Denn bei aller Ernsthaftigkeit des Themas geht es vor allem um eine ganz praktische Frage: Was kann jeder Einzelne selbst tun, wenn eine Katastrophe eintritt?

Ob Hochwasser, Feuer, Hitze, Stromausfall oder schweres Unwetter – die Kampagne gibt darauf kurze und konkrete Antworten. Und die Botschaften kamen an: Mehr als 70.000 Exemplare unserer „Selbstschutztipps für den Katastrophenfall“ sind inzwischen verteilt worden. Bezirksregierungen, Städte und Kreise haben den Guide zusätzlich in ihre Online-Angebote aufgenommen.

Doch BEREIT WIE NIE steht für mehr als Selbstschutz. Es steht auch für das starke Team des Katastrophenschutzes in Nordrhein-Westfalen: Das Ministerium des Innern gemeinsam mit dem Verband der Feuerwehren, dem Arbeiter-Samariter-Bund, der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft, dem Deutschen Roten Kreuz, den der Johanniter-Unfall-Hilfe, dem Malteser Hilfsdienst und dem Technischen Hilfswerk.

Als wir die Kampagne gestartet haben, waren die verheerenden Folgen der Jahrhundertflut aus dem Jahr 2021 noch sehr präsent. Wir hatten auf schmerzhafte Weise erlebt, dass Katastrophen auch uns jederzeit und mit großer Wucht treffen können. Gleichzeitig haben wir gesehen, was möglich ist, wenn Menschen zusammenstehen. „Gemeinsam stark“ war in diesen Tagen kein Schlagwort, sondern gelebte Realität. Seitdem haben wir den Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen konsequent weiterentwickelt. Auch BEREIT WIE NIE gehört dazu. Denn die Kampagne informiert nicht nur über Vorsorge und Selbstschutz. Sie zeigt auch die Menschen, die unseren Katastrophenschutz tragen. Ehrenamtliche werben für das Ehrenamt – authentisch, glaubwürdig und mit großer Überzeugung.

Mehr als 150.000 Ehrenamtliche engagieren sich bereits im Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen. Und es werden mehr. Das macht mich zuversichtlich. Eine Garantie, dass uns Krisen und Katastrophen erspart bleiben, gibt es nicht. Aber wir können vorsorgen. Wir können uns vorbereiten. Und wir können uns aufeinander verlassen.

Genau das bedeutet für mich:
Gemeinsam sind wir BEREIT WIE NIE –
für die Menschen in Nordrhein-Westfalen.

Ihr



Herbert Reul MdL
Minister des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen

ZUSAMMEN GROSSES BEWEGEN



Wenn außergewöhnliche Lagen den Alltag auf den Kopf stellen, zeigt sich, was Zusammenhalt bedeutet. Dann sind Menschen gefragt, die anpacken, Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen, sich immer wieder einbringen und mit ihrem Einsatz einen wertvollen Beitrag leisten.

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

Schon bevor das erste Plakat gestaltet, die erste Veranstaltung geplant oder der erste Spot im Kasten war, war bereits klar: Wenn diese Kampagne ihre Ziele erreichen soll, ist eine enge Zusammenarbeit mit den Organisationen und ihren Mitgliedern das A und O. Sie haben das nötige Know-how und vor allem die Glaubwürdigkeit, um ein so wichtiges Thema wie Selbstbefähigung überhaupt an die Bevölkerung NRWs heranzutragen. Darum wurden die Einsatzkräfte von Beginn an als tragende, authentische Botschafterinnen und Botschafter für die Kampagne eingeplant. Das Gute: Auf das Engagement der Männer und Frauen im Katastrophenschutz kann man sich verlassen!

Das zeigte sich schon vor dem Kampagnenstart: Führungskräfte aus den Organisationen steuerten schon in der Anfangsphase in der strategischen „Findungsphase" in gemeinsamen Workshops mit dem Ministerium ihre Perspektiven bei, um der Kampagne die richtige Richtung zu geben.

Auch beim Castingaufruf für die neuen Kampagnengesichter übertrafen die Einreichungen in Menge und Einfallsreichtum alle Erwartungen. Die 14 ausgewählten Einsatzkräfte vermittelten als authentische Botschafterinnen und Botschafter grundlegendes Selbstschutzwissen an abertausende Menschen in NRW und trugen so maßgeblich zur Selbstbefähigung der Bevölkerung bei.

Darüber hinaus steuerten die Expertinnen und Experten des Katastrophenschutzes immer wieder ihr Fachwissen für Infomaterialien wie den Selbstschutzguide bei – oder vermittelten es auf den landesweiten Katastrophenschutztagen den Bürgerinnen und Bürgern direkt.

In den großen und kleinen Umsetzungen von BEREIT WIE NIE zeigte sich stets das Gesicht oder die Handschrift der Einsatzkräfte und ihres wertvollen Beitrags für die erfolgreiche Zusammenarbeit der Kampagne. Das Wie und das Was dieser Zusammenarbeit werden auf den folgenden Seiten im Detail vorgestellt. Was aber schon jetzt gesagt werden sollte: Vielen Dank an alle Einsatzkräfte. Ohne euch wäre – wie immer im Katastrophenschutz – nicht viel gelaufen.

ASB Arbeiter-Samariter-Bund
DLRG
Deutsches Rotes Kreuz
JOHANNITER
Malteser
Technisches Hilfswerk
VERBAND DER FEUERWEHREN IN NRW

Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

DAS EHRENAMT IM KATASTROPHENSCHUTZ WIE AUCH DIE SELBSTHILFEFÄHIGKEIT DER BEVÖLKERUNG SIND EIN IMMER GRÖSSERES THEMA.

UNSERE KAMPAGNE IST DAHER WICHTIG, WEIL...

„… sie die Resilienz und Krisenvorsorge der Bevölkerung stärkt und zugleich zeigt, wie sich Interessierte bei der DLRG für das Gemeinwohl engagieren können. Dadurch wird insbesondere die Hilfe bei Katastrophen mit Wassergefahren entscheidend gestärkt, wie die steigende Zahl unserer Einsatzkräfte zeigt.“

STEFAN ALBRECHT
Präsident, Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft
Landesverband Nordrhein e. V.



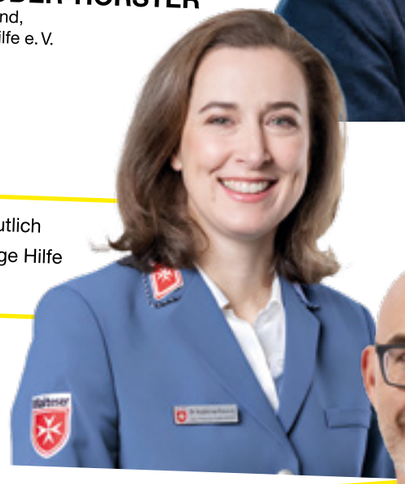
„… sie ein positives Grundrauschen erzeugt und das Thema Katastrophenschutz stärker in die Gesellschaft trägt. Sie schafft Aufmerksamkeit, sensibilisiert die Menschen und zeigt, dass jede und jeder einen Beitrag leisten kann – durch ehrenamtliches Engagement und durch die eigene Vorbereitung auf Krisensituationen.“

UDO SCHRÖDER-HÖRSTER
NRW-Landesvorstand,
Johanniter-Unfall-Hilfe e. V.



„… sie echte Ehrenamtliche zeigt und deutlich macht: Gute Vorbereitung und gegenseitige Hilfe gehen uns alle an.“

DR. SOPHIE VON PREYSING
Regional- und Landesgeschäftsführerin,
Malteser Hilfsdienst e. V. in NRW



„… unsere ehrenamtlichen Einsatzkräfte in Nordrhein-Westfalen das Rückgrat des Zivil- und Katastrophenschutzes sind. Ein leistungsfähiger Bevölkerungsschutz ist neben Menschen, die bereit sind, ehrenamtlich Verantwortung für andere zu übernehmen, auf eine Bevölkerung angewiesen, die weiß, was sie selbst tun kann.“

NICOLAS HEFNER
Landesbeauftragter,
Technisches Hilfswerk Landesverband NRW



„… sie Herzen fürs Ehrenamt im Bevölkerungsschutz gewinnt, aber auch Vorsorge und Selbsthilfe stärkt. Das hat uns im DRK zu vielen eigenen kreativen Ideen in dem Bereich inspiriert – wie dem „Katastrophenschutztag aus der Kiste“. Und wir packen weiter an! Damit das gemeinsam Erreichte weiter trägt und wächst, braucht es aber weiterhin verlässliche Förderung durch das Land.“

TANJA KNOPP
Landesrotkreuzleiterin,
Deutsches Rotes Kreuz Landesverband Westfalen-Lippe e. V.



„… sie bei den Menschen ein Bewusstsein für Eigenverantwortung weckt und praktische Handlungsempfehlungen für selbständiges Handeln gibt. Nur so können die zukünftigen Herausforderungen in Notlagenbewältigt und die ehrenamtlichen Einsatzkräfte der Hilfsorganisationen in Krisensituationen unterstützt werden.“

ROSEMARIE KELLERMEIER
Präsidentin, Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft
Landesverband Westfalen e. V.



„… die Menschen in Nordrhein-Westfalen so erfahren, wie vielfältig man sich im Bevölkerungsschutz auch ehrenamtlich einbringen kann. Und den Menschen ihre Eigenverantwortung nahezubringen, um ein Mindestmaß an Selbsthilfefähigkeit zu erhalten, ist eine Daueraufgabe für uns alle.“

CHRISTOPH SCHÖNEBORN
Vorsitzender des Vorstands,
Verband der Feuerwehren in NRW e. V.



„… sie zeigt: Jede und jeder kann dazu beitragen, Krisen besser zu bewältigen. Dieses Bewusstsein müssen wir gemeinsam weiter stärken.“

HARTMUT KRABS-HÖHLER
Vorsitzender des Vorstands,
Deutsches Rotes Kreuz Landesverband Nordrhein e. V.



„… sie deutlich macht, dass jede und jeder etwas für den eigenen Schutz tun kann und das ehrenamtliche Engagement im Katastrophenschutz unverzichtbar bleibt. Als Hilfsorganisation steht der ASB in NRW für Beides: Selbsthilfe stärken und im Ernstfall für Andere da sein. Helfen hier und jetzt!“

DR. STEFAN SANDBRINK
Landesgeschäftsführer,
Arbeiter-Samariter-Bund NRW e. V.

KATASTROPHENSCHUTZ GEHT NUR GEMEINSAM

Um den wachsenden Herausforderungen im Katastrophenschutz gerecht zu werden, wird selbst das beachtliche Engagement der Einsatzkräfte nicht immer sofort ausreichen können. Aber das muss es auch nicht. Denn die Bevölkerung kann durch richtiges Verhalten viele Situationen bereits selbst entschärfen – vorausgesetzt, dass richtige Grundlagenwissen und die Motivation, es sich anzueignen, sind vorhanden. Darum begann das Ministerium des Innern des Landes Nordrhein-Westfalen 2024 in enger Zusammenarbeit mit den Organisationen die Konzeption einer Kampagne, die Know-How und den Wunsch, auch selbst handlungsfähig zu sein, gebündelt vermitteln sollte.

Klare Ziele

Die Anforderungen waren klar gesetzt: Durch die Vermittlung von Grundlagenwissen und konkreten Handlungsempfehlungen für Katastrophensituationen, sollte zum einen die Bevölkerung in die Lage gebracht werden, sich auf Ernstfälle vorzubereiten und sich notfalls selbst helfen zu können. Zum anderen sollten im Rahmen der Kampagne Wege und Formate etabliert werden, welche die Vielfalt innerhalb der Organisationen unterstreichen und weiter fördern konnten. Denn wenn Katastrophenschutz uns alle angeht, kann und sollte dieser Anspruch bei den Profis selbstbewusst vorgelebt werden.

Klare Mission

Die Kampagne musste zielgruppengerecht über ein komplexes Thema aufklären, ohne abzuschrecken und informieren, ohne zu langweilen. Um dieser Mission gerecht zu werden, brauchte es ein tragfähiges, aber auch flexibles Konzept, dass die Menschen auf Augenhöhe abholt und ihnen Wissen und Hilfestellungen verständlich vermittelt. Dazu wurde die Kampagne nach Altersgruppen ausgesteuert.

Für die jeweiligen Zielgruppen wurden zugeschnittene Formate, differenzierte Ausspielwege und angemessene Ansprachen konzipiert, um eine optimale Reichweite und Streuung zu erreichen.

Klare Botschaft

Entscheidend dabei: Unsere Botschaften sollen langfristig im Kopf bleiben. Daher wurde auf eine durchgängig positiv-motivierende Tonalität geachtet, welche kombiniert mit der plakativ und superlativ formulierten Hauptaussage BEREIT WIE NIE unmissverständlich das Signal setzt, dass Vorbereitung und Vorsorge das A und O sind. Die Hauptaussage wurde durch eine ebenso emphatisch formulierte Subbotschaft komplettiert. So wurde eine einprägsame, aktivierende Botschaft für die gesamte Kampagne geschaffen. Immer auf den Punkt, eingängig und in einer leicht verständlichen, niedrigschwelligen Sprache. Egal wer wie mit der Kampagne in Berührung kam, das Signal war immer eindeutig: Wir alle brauchen dieses Wissen, wir alle können es umsetzen – also gehen wir es an!



Waldbrände, Unwetter und andere Katastrophenszenarien: Um ihnen in Zukunft zu begegnen, braucht es den Einsatz aller, nicht nur der Einsatzkräfte.

SAG MAL, CLARI …

Seit Jahren bist du das Gesicht des Katastrophenschutzes: Was heißt für dich ganz persönlich Katastrophenschutz?

„Für mich heißt das vor allem Prävention. Nicht erst darüber nachzudenken, was zu tun ist, wenn die Katastrophe eingetreten ist, sondern sich bereits mit guter Aufklärung und dem Wissen, wie man sich verhalten sollte und was man zuhause braucht, selbst zu befähigen, um sich so vor Katastrophen zu schützen.“

WIE AUS IDEEN EIN FUNDAMENT ENTSTEHT

Eine starke Kampagne entsteht nicht am Schreibtisch, sondern im Dialog. Der Strategieworkshop unter wissenschaftlicher Begleitung der KU Eichstätt-Ingolstadt und die Ideenwerkstatt der Kampagnen-Influencer bildeten den Unterbau. Ziel war es, gemeinsam aus den zentralen Themen Selbstschutz und Vielfalt eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln, die Menschen Nordrhein-Westfalens in der Breite erreicht, aktiviert und von allen Beteiligten getragen wird.

Gemeinsam die Richtung festgelegt
Unter der Leitung von Prof. Dr. Elisabeth Kals kamen am 25. Januar 2024 in Düsseldorf Vertreter des Ministeriums des Innern des Landes NRW, der KU Eichstätt-Ingolstadt, der sieben Organisationen sowie von Städten und Kommunen zusammen. Gemeinsam wurde erarbeitet, wie die Bevölkerung wirksam für Selbstschutz sensibilisiert und zugleich mehr Menschen für ein vielfältiges Ehrenamt gewonnen werden können.

„Der Strategieworkshop hat gezeigt, wie stark die Kampagne davon lebt, dass alle Beteiligten ihre Perspektiven einbringen und gemeinsam weiterdenken. Sie bilden ein starkes Fundament für die inhaltliche Umsetzung der Befähigungskampagne.“

Sophia Sachs,
Arbeiter-Samariter-Bund,
Kreisverband Mettmann e. V.

Verstärkung für die Kampagne
Der Strategieworkshop war nicht der einzige Termin, bei dem für den Kampagnenerfolg die Köpfe zusammengesteckt wurden. Schon in den ersten Zügen der Strategie war klar, dass der Kampagne eine zusätzliche aktive und auch autonomere Ebene gerade in sozialen Netzwerken guttun würde. Darum wurden aus den Organisationen frühzeitig Kampagnen-Influencer nominiert, die die Themen Selbstschutz und Ehrenamt mit eigenen Ideen in ihre Communities – online und vor Ort – tragen sollten. Den Aufschlag für die passende Strategie machte man gemeinsam am 30. August 2024 in einer Ideenwerkstatt. Hier entwickelte man Konzepte für Kanäle, Zusammenarbeit und Inhalte – und plante den ersten gemeinsamen Einsatz: die Kick-off-Veranstaltung im folgenden September.

Die Arbeit der Kampagnen-Influencer lässt sich auf dem gemeinsamen Instagram-Kanal katastrophenschutz.nrw bestaunen.



Gemeinsam hoch hinaus: Das neugebildete Influencer-Team tauschte sich regelmäßig während der Kampagne aus, um Ideen zu teilen und zu entwickeln.

DREI FRAGEN AN PROF. DR. ELISABETH KALS, DR. SVENJA SCHÜTT UND DR. PATRICIA ZIERIS

VIELFALT IST KEIN ZUSATZTHEMA

Die Ziele der Kampagne zu erreichen bedeutete vor allem: Menschen erreichen. Hierfür setzte man bewusst auf eine Grundlage, die wissenschaftliche und praxisnahe Erkenntnisse vereint. Frau Prof. Dr. Elisabeth Kals von der KU Eichstätt-Ingolstadt und ihr Team erklären, warum der gemeinsame Workshop hierfür so essenziell war, und teilen ihre wichtigsten Erkenntnisse.



So entwickelt man die richtige Strategie: Die Expertise der Wissenschaftlerinnen von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt ergänzte das Katastrophenschutz-Know-how der ehrenamtlichen Einsatzkräfte.

Warum war es wichtig, den Strategieworkshop so früh im Entwicklungsprozess der Kampagne durchzuführen?
Die Kampagne sollte explizit nicht ausschließlich „top down“ entwickelt werden. Vielmehr sollten die Perspektiven der Expertinnen und Experten aus den Hilfsorganisationen und dem Ehrenamt von Anfang an berücksichtigt werden und in den strategischen Prozess einfließen. Denn genau dort besteht das Wissen und die praktische Erfahrung darüber, was letztendlich vor Ort funktioniert und was nicht.

Zunächst ging es deshalb um das „Why“: Was soll die Kampagne erreichen, und was brauchen Menschen, um im Krisenfall tatsächlich handlungsfähig zu sein? Erst danach kam das „What“, also die Frage nach konkreten Formaten und Maßnahmen. Aus wissenschaftlicher Sicht war diese frühe Einbindung wichtig, weil sich evidenzbasierte Ansätze direkt mit den Erfahrungen aus der Praxis abgleichen ließen. Dabei wurden auch Vorbehalte, Ressourcenfragen und Anforderungen an die Umsetzung früh sichtbar.







Ob im Einsatz oder im Workshop: Katastrophenschutz ist Teamarbeit. In offenen Gesprächsrunden konnten die Teilnehmenden ihre individuellen Hinweise und Erwartungen einbringen.

Welche Erkenntnisse aus dem Workshop haben die Ausrichtung der Kampagne aus wissenschaftlicher Sicht besonders geprägt?
Besonders deutlich wurde, dass Informationsvermittlung allein nicht genügt. Menschen müssen nicht nur wissen, was im Krisenfall zu tun ist, sondern auch motiviert und befähigt werden, entsprechend zu handeln.

Daraus folgt eine stärker handlungsorientierte und auf unterschiedliche Zielgruppen abgestimmte Ansprache. Für uns wurde im Workshop besonders deutlich, wie wichtig Glaubwürdigkeit und Praxistauglichkeit sind. Angehörige der Hilfsorganisationen können als Botschafterinnen und Botschafter Nähe und Vertrauen schaffen. Außerdem müssen Materialien so gestaltet sein, dass sie im Alltag der Organisationen tatsächlich eingesetzt werden können. Die Einbindung der Expertinnen und Experten aus der Praxis trägt daher nicht nur zur Akzeptanz bei, sondern stärkt auch die Identifikation mit der Kampagne.

Selbstschutz und Vielfalt standen im Mittelpunkt des Workshops. Warum gehören diese beiden Themen aus Ihrer Sicht untrennbar zusammen?
Selbstschutz funktioniert nur, wenn unterschiedliche Bevölkerungsgruppen tatsächlich erreicht werden. Sprache, Lebenssituation, sozioökonomische Voraussetzungen, Mobilität oder soziale Netzwerke beeinflussen, ob und inwieweit Kriseninformationen ankommen und ob Wissen zu ihrer Bewältigung angewendet wird.

Aus unserer Sicht ist Vielfalt deshalb kein Zusatzthema, sondern gehört unmittelbar zu einer wirksamen Selbstschutzkommunikation. Kommunikation muss unterschiedliche Lebenssituationen mitdenken und Zugangsbarrieren möglichst geringhalten. Hilfsorganisationen, in denen Menschen mit ganz unterschiedlichen Hintergründen vertreten sind, können dabei eine wichtige Brückenfunktion übernehmen. Gleichzeitig liegt darin auch eine Chance für das Ehrenamt: Wenn sich mehr Menschen in den Strukturen wiederfinden, lassen sie sich eher erreichen, sowohl für den Selbstschutz als auch für ein mögliches eigenes Engagement.

DAS CASTING

ALL IN!

GESUCHT & GEFUNDEN: 14 NEUE KAMPAGNENGESICHTER

Authentisch, engagiert und mitten aus dem Katastrophenschutz – so lautete das Profil für die 14 neuen Kampagnengesichter. Gesucht wurden Menschen, die stellvertretend für die vielen Ehrenamtlichen in Nordrhein-Westfalen stehen und mit ihren Gesichtern die Kampagne glaubwürdig repräsentieren. Die Resonanz war groß: 170 Ehrenamtliche bewarben sich und zeigten schon vor dem Kampagnenstart, dass man sich auf das Engagement der Einsatzkräfte verlassen kann.

Vielfältig und authentisch

Die Auswahl der Kampagnengesichter erfolgte in mehreren Schritten: Aus einer vorab getroffenen Auswahl bestimmte die Arbeitsgruppe am 15. Februar 2024 die finalen Kampagnengesichter. Wichtig war es dabei, ein vielfältiges Bild des Katastrophenschutzes in Nordrhein-Westfalen wiederzugeben. So entstand ein in vielen Belangen buntes Team aus 14 Ehrenamtlichen.

Drei Bevölkerungsmodels

Ergänzt wurden die Kampagnengesichter durch drei gecastete Darsteller, die die Perspektive der Bürgerinnen und Bürger einbringen und die gemeinsame Verantwortung unterstrichen. Gemeinsam bildeten sie die Grundlage für eine Bildwelt, die den Katastrophenschutz als Gemeinschaftsaufgabe zeigte – für Jung und Alt.







Weil Katastrophenschutz eine Aufgabe für alle ist, war auch die Zivilbevölkerung mit drei Models beim Shooting – und im späteren Hauptmotiv – vertreten.

Mit einem Aufruf von Katastrophenschutz-„Urgestein“ Clari wurden über zahlreiche Kanäle die Einsatzkräfte zum Mitmachen motiviert.







Motive mit Durchschlagskraft:
Die Kampagnengesichter wie Kathrin vom VdF zeigten sich beim Shooting mit Einsatzbereitschaft – und Einsatzwerkzeug.

KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

DAS FOTOSHOOTING

ACHTUNG! BLITZLICHT-GEWITTER





Mit einem selbstbewussten und authentischen Auftreten sollten die Kampagnengesichter, hier Olivia vom Malteser Hilfsdienst, die Kampagneninhalte mit Glaubwürdigkeit füllen.

Volle Montur und schweres Gerät – von der Feuerwehraxt über das Spreizgerät bis zur Kreissäge – dazu konzentrierte Blicke vor der Kamera. Das Fotoshooting für die neuen Kampagnengesichter brachte den Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen in Bildern auf den Punkt – nahbar, vielfältig und mitten aus dem Leben. Im Zentrum standen 14 Ehrenamtliche aus sieben Organisationen. Sie repräsentierten die Bandbreite des Engagements in ganz NRW. Was sie verband, war mehr als ihre Aufgabe: Es ist die Haltung, mit der sie sich für andere einsetzen.





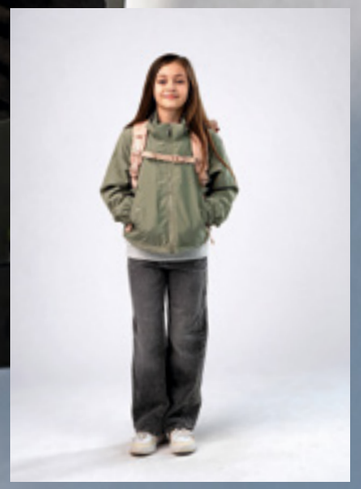


Ein Einsatz der anderen Art: Statt Brand und Hochwasser ging es für die Kampagnengesichter einen Tag lang durch Maske und Blitzlichtgewitter.



TV-Moderatorin Clari meisterte den Termin zum gemeinsamen Fotoshooting in Düsseldorf souverän.





Bevölkerungsmodels und Clari auch dabei
Ergänzt wurde diese Perspektive durch Motive, die bewusst den Rahmen erweiterten. Kampagnenbuddy Clari sowie drei ausgewählte Bevölkerungsmodels standen für gesellschaftliche Vielfalt und verankerten die Bildwelt im Alltag. So entstand eine Bildwelt, die weniger dokumentierte als erzählte: vom Einsatz für andere, von Teamarbeit im Ernstfall und von Menschen, die Verantwortung übernehmen.



Du willst hinter die Kulissen schauen? Scan den QR-Code!

ENTWICKLUNG DES KAMPAGNEN-LOOKS

MARKANT BEKANNT

Der Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen tritt seit einigen Jahren unter einem geeinten Look auf. Für die Kampagne wurden die Schlüsselelemente dieses Auftritts aufgegriffen und weiterentwickelt. So erhielt eine neue, wichtige Botschaft die nötige Strahlkraft – mit einem klaren, bekannten Absender im Rücken.

Streifen mit Wiedererkennungswert

Prägend für alle Medien ist der Einsatz der Streifen-Schraffur, die mal dezent, aber auch vollflächig zum Einsatz kommen kann. In Kombination mit der Signalfarbe Gelb, den Sekundärfarben Schwarz und Grau sowie einer klaren, schnörkellosen Typografie sorgt sie für einen hohen Wiedererkennungswert. Wort-Bild-Marke in verschiedenen Varianten, Streifen-Schraffur als Hintergrundfläche oder Rahmen, kursives und fettes Headlining – diese Gestaltungselemente werden konsequent weitergeführt und behutsam weiterentwickelt. Die geöffnete Rahmung schafft mehr gestalterische Freiheit, während die Streifen-Schraffur Inhalte, Botschaften und Motive visuell zusammenhält.

Multifunktionales Motto

Auch das Kampagnenmotto BEREIT WIE NIE bleibt flexibel einsetzbar. Es kann auffordern oder feststellen und wird durch eine Unterzeile inhaltlich ergänzt. So entstehen zielgruppengerechte Botschaften, ohne den prägnanten Label-Charakter oder die visuelle Wiedererkennbarkeit der Kampagne zu verlieren. Es kann quasi wie ein Aufkleber auf allen Medien zur Selbsthilfe genutzt werden.



SAG MAL, CLARI …

…hat sich deine Wahrnehmung von Katastrophenschutz durch deine Rolle als Kampagnenbuddy verändert?

„Ja total! Zu sehen, wie viele fantastische Menschen hinter unserem Katastrophenschutz stehen und wie selbstlos und leidenschaftlich sie sich ja auch wirklich ehrenamtlich tagtäglich engagieren, hat mir eine viel größere Bedeutung unseres Katastrophenschutz vermittelt.“



JUNG UND ALT, ENGAGIERTE UND BEVÖLKERUNG

EIN TEAM

Gemeinsam für den Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen – das Dachkampagnenmotiv brachte eine klare Haltung auf den Punkt: Bevölkerung und Katastrophenschutz bilden ein starkes Team, das sich gemeinsam auf den Weg macht, die Selbsthilfefähigkeit im Ernstfall zu stärken. Es sprach eine Einladung zum Mitmachen aus.

Alle ziehen an einem Strang

Im Zentrum stand das Motto: „Sei bereit wie nie“ – ein Aufruf, der aktivierte und die gemeinsame Verantwortung in den Mittelpunkt rückte. Diese Haltung setzte auch auf der gestalterischen Ebene an. Motiv und Headline bildeten die aufmerksamkeitsstärkste Ebene und transportierten die zentrale Botschaft: Katastrophenschutz und Bevölkerung sind Teil eines gemeinsamen Ganzen. Die darunterliegende Ebene ergänzte diese Aussage und ordnete sie ein. Sie schuf Kontext, erklärte und vertiefte, ohne die klare visuelle Ansprache zu überlagern.

Ergänzt wurde das Motiv durch einen Aufruf, der über einen QR-Code direkt zu weiteren Informationen führte und so den Schritt von der Aufmerksamkeit zur aktiven Auseinandersetzung ermöglichte. In der Absenderstruktur gab es eine klare Staffelung. In der oberen Ebene stand der Katastrophenschutz Nordrhein-Westfalen, in der unteren Ebene folgten das Ministerium des Innern NRW sowie die sieben beteiligten Organisationen. So entstand ein Motiv, das mehr war als ein Kampagnenbild: Es war eine Einladung, Teil eines gemeinsamen Gedankens zu werden.



„Jeder Verband, jede Organisation sucht neue Mitglieder, neue helfende Hände. Ich bin der Meinung, man kann nur über eine solche Kampagne, die breit gestreut ist und die an die Öffentlichkeit geht, aufmerksam machen und Menschen einen Ruck mitgeben.“

Eike, Johanniter-Unfall-Hilfe

AI MODIFIED

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN #EngagiertFürNRW

DAS DACHKAMPAGNENMOTIV





„Wir brauchen im Katastrophenschutz auf jeden Fall zahlreiche Leute mit Migrationshintergründen. Wir brauchen Menschen, die auch andere Sprachen beherrschen, um in gewissen Situationen, in denen Menschen die deutsche Sprache nicht beherrschen, eingreifen können.“

Sedat, Arbeiter-Samariter-Bund

KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

BEREIT FÜR DEN START!

Ein neues Dachkampagnenmotiv, viele bekannte und neue Gesichter und ein gemeinsames Ziel. Mit BEREIT WIE NIE begann das nächste Kapitel der Kommunikation im Katastrophenschutz in Nordrhein-Westfalen.



Beim Auftakt in Düsseldorf durften die Kampagnengesichter um Chiara (ASB) natürlich nicht fehlen.

DER KICK



„Ich hoffe, dass wir viele Menschen erreichen, dass sie sehen, wie vielfältig die Welt ist, nicht nur das THW – und dass Mädels sich angesprochen und ermutigt fühlen, sich auch ehrenamtlich einzusetzen. Selbsthilfefähigkeit ist ganz grundsätzlich wichtig, damit jeder für sich weiß, wie er sich selbst helfen kann. Dann kann ich auch anderen helfen.“

Hatidze
Technisches Hilfswerk

Bei der Kick-off-Veranstaltung am 19. September 2024 in Düsseldorf kamen Funktionäre des Ministeriums des Innern NRW, der sieben beteiligten Organisationen sowie zahlreiche Mitwirkende erstmals zusammen, um die neue Selbstbefähigungskampagne offiziell auf den Weg zu bringen.

Dachkampagnenmotiv präsentiert
Innenminister Herbert Reul begrüßte die Gäste in der Rotunde des Innenministeriums – darunter die 14 neuen Kampagnengesichter, 18 Kampagnen-Influencer und Mitglieder aller beteiligten Organisationen. Im Mittelpunkt stand die Premiere des neuen Dachkampagnenmotivs, das die Leitidee der Kampagne sichtbar macht: Ehrenamtliche des Katastrophenschutzes und Bürgerinnen und Bürger stehen Seite an Seite. Die Botschaft dahinter: Krisenvorsorge ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Wie vielfältig dieser Gedanke umgesetzt wird, zeigte bereits der Auftakt. Vorgestellt wurden die neuen Kampagnenmotive, Filmformate mit Clari und Tom, Radio- und Kinospots, Katastrophenschutztage, Informationsmaterialien, die Vielfaltsplattform sowie das Kampagnencenter als zentrale Anlaufstelle für alle Inhalte.

Innenminister als begehrtes Fotomodel
Neben den inhaltlichen Einblicken bot der Kick-off vor allem Raum für Begegnungen. Nach einem kurzweiligen Talk mit Moderatorin Anja Backhaus nahm sich Innenminister Herbert Reul Zeit für Gespräche, Gruppenfotos und spontane Tanzeinlagen vor der Fotowand. Seine Botschaft an die Ehrenamtlichen brachte die Stimmung des Tages auf den Punkt, als er sie in die Kamera des THW sprach: „Grüße an alle, die etwas tun und wahnsinnig Tolles für die Gesellschaft leisten. Gut, dass es sie gibt – ich bin froh, dass es sie gibt.“



Für ein Selfie mit dem Minister als Andenken an eine gelungene Auftaktveranstaltung standen viele der Einsatzkräfte Schlange.

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW











PLAKATIV, KLAR, HUMORVOLL

Wie gewinnt man die Bevölkerung eines ganzen Bundeslandes für ein essenzielles, aber noch zu unbekanntes Thema wie Selbstschutz? Mit einer Kampagne, die Selbstschutz humorvoll und einprägsam erzählt – mit authentischen Kampagnengesichtern und klaren Botschaften mitten aus dem Leben, die alle kennen und einfach umsetzen können.

Aufmerksamkeitsstarke Ansprache

Alle 14 Kampagnengesichter wurden mit einer Aussage aus ihrer jeweiligen Welt inszeniert, die Fotos in Einsatzkleidung unterstrichen die Wirkung. Ansprache und Aufmerksamkeit wurden über eine klare sprachliche Klammer transportiert – über ein humorvoll formuliertes Vorurteil und dessen Auflösung. Eine Idee, die Interesse generierte und gleichzeitig aufklärte und aktivierte. Ausgespielt in verschiedenen Werbemedien im öffentlichen Raum, Social Media und Print erreichte die Kampagne die Bevölkerung in der Breite. Die Kampagnengesichter gaben Einblicke in ihr Ehrenamt und vermittelten konkrete Selbstschutz-Tipps. Eine mutige und humorvolle Ansprache auf einem niedrigschwelligen und unterhaltsamen Level, die auf konkrete Selbstschutzmaßnahmen hinwies.



Max (THW) und die 13 weiteren Kampagnengesichtern erreichten mit ihren Tipps zahlreiche Bürgerinnen und Bürger.

AI MODIFIED

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

ERKLÄRFORMATE MIT TOM UND CLARI

Kampagnenbuddy Clari und Kunstfigur Tom vermittelten alltagsnahe Selbstschutz-Tipps – verständlich, klar und humorvoll. Verpackt in kurzweiligen Ideen wurde ernstgemeintes Wissen auf spielerische und merkfähige Weise transportiert.



INFOS FÜR KLEIN UND GROSS



Selbstschutz ist keine Frage des Alters. Auch Kinder und Jugendliche können etwas tun. Wer sie aber mit entsprechenden Informationen erreichen will, braucht das passende Format und Protagonisten, die die junge Generation ansprechen. So setzte die Kampagne gezielt auf Inhalte, die jüngere Altersgruppen gern konsumieren: kurze, unterhaltsame Videoclips, die millionenfach in den sozialen Netzwerken geklickt werden oder auf der großen Kinoleinwand laufen. Clari für die Kleinen, Tom für Jugendliche.

Die Rollen waren dabei bewusst verteilt: Während Clari mit ihrer Art vor allem Kinder bis 13 Jahre und deren Eltern ansprach, richtete sich Tom an Jugendliche und junge Erwachsene ab 14 Jahren. Entstanden sind acht kompakte Clips im Stil von YouTube-Shorts – fünf mit Tom zu den Themen Stromausfall, Hochwasser, Vorsorge, Sturm und Hitze sowie drei mit Clari zu Gewitter, Hitze und Feuer. Gedreht wurde in einem bewusst reduzierten Studiosetting, das den Fokus ganz auf die Botschaft legte. Die kurzen Videos vermittelten Wissen spielerisch und prägnant; einzelne Sequenzen wurden zudem für den Kinoeinsatz aufbereitet.

Für maximale Sichtbarkeit kamen die Clips auf unterschiedlichen Kanälen zum Einsatz – von Social Media bis zum Kino. Auf der ganz großen Leinwand des Kinos machten drei Tom-Clips außerdem auf die Themengebiete Hochwasser, Vorsorge und Stromausfall aufmerksam. Alle Clips verwiesen abschließend auf das Kampagnencenter mit tiefergehenden Informationen und Download-Optionen.



SAG MAL, CLARI …

Deine Videos zu Themen des Selbstschutzes haben Millionen Menschen via YouTube erreicht: Warum war gerade dieser Kanal so wichtig?

„YouTube ist ein Leitmedium geworden für uns alle. Vor allem aber für junge Menschen ist das häufig die erste Informationsquelle. Deswegen sollte das Wissen über: Wie verhalte ich mich in einem Katastrophenfall? Genau dorthin."





Prägnanz statt Greenscreen-Gewitter: Im minimalistischen Setdesign kamen die Akzente jedes Szenarios voll zur Wirkung.

Gut vorbereitet zu sein, beginnt lange vor einer Krise. Genau hier setzte der Selbstschutzguide an: Er bündelte die wichtigsten Tipps in einem kompakten Format, das schnell Orientierung gab und zugleich Lust machte, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen.



Damit die wichtigsten Katastrophenschutz-Informationen stets griffbereit sind, wurde ein handliches DIN-A5-Heft entwickelt, das akustische wie digitale Warnsysteme, Notfallgepäck, Notvorrat, Hygiene und konkrete Verhaltenstipps für verschiedene Krisenszenarien bündelt.

Bürgerinnen und Bürger konnten sich mit dem Guide Schritt für Schritt vorbereiten – mit einer lesenswerten Lektüre für zwischendurch. Oder ihn als Notfall-Bibel für den Ernstfall nutzen. Die von Hand gezeichneten Illustrationen gaben dem gesamten Heft einen persönlichen Charakter.

Klare Botschaft mit Tiefgang

Der Selbstschutzguide verband die einfache, klare Erzählweise des von den landesweiten Katastrophenschutztagen bekannten Check-Hefts mit vertiefenden Informationen und Expertentipps, die Hemmschwellen abbauten und Handlungssicherheit gaben.

Über QR-Codes führte das Heft zum digitalen Kampagnencenter, in dem Inhalte vertieft und aktualisiert werden konnten. Dort standen zudem verschiedene Versionen bereit, in leichter Sprache, als Audioversion sowie als interaktives und editierbares PDF, das von den Organisationen individuell angepasst werden konnte. So wurde aus einem gedruckten Leitfaden ein flexibles Informationssystem, das dank seiner verschiedenen Versionen das Thema Selbstschutz für alle Bevölkerungsgruppen zugänglich machte.

Wissenschaftliche Befragung zeigt: relevantes Angebot

Katastrophen können uns alle plötzlich treffen – ganz egal ob Unwetter, Starkregen und Hochwasser, Tornado, Hitzewelle, Feuer oder Blackout. Je nach Situation gibt es verschiedene Schutzmaßnahmen, die im Selbstschutzguide kommuniziert wurden. Um die Alltagstauglichkeit abzuklopfen und einschätzen zu können, ob die Inhalte auch von der Bevölkerung als relevant wahrgenommen werden, wurde eine Fokusgruppenbefragung durchgeführt. Dabei zeigte sich deutlich: Die Broschüre weckte Interesse, wurde als relevantes Angebot wahrgenommen und als verständlich aufbereitetes Wissensformat geschätzt. Auf Basis dieser Rückmeldungen fiel die Bilanz eindeutig aus: Das Ziel, Informationen handlungsnah und alltagstauglich aufzubereiten, wurde erreicht.





KLARTEXT FÜR DIE KLEINEN

AHH!

Sie gehören in Kinderzimmern an die Wände so wie der Teddy ins Bett: Poster. Die Kampagne griff diese Gepflogenheit auf und setzte dabei auf das Zugpferd Clari. Getreu dem Motto „Früh übt sich“ führte sie auf einem illustrativen Kinderposter die Kleinsten spielerisch und motivierend an das Thema Selbstschutz heran und transportierte die Botschaft: Auch die Jüngsten können etwas tun.

Zugeschnitten auf die Jüngsten

Die Botschaft stand im Zentrum: Mit Clari durch die Katastrophe. Der Mechanismus war auf das junge Alter der Zielgruppe zugeschnitten: In leicht verständlicher Sprache, mit motivierenden Rätseln und einfachen Ratschlägen wurde die Lust der Kleinsten geweckt, sich mit komplexen Themen wie Sirenen, Unwetter, Feuer und Sommerhitze zu beschäftigen und durch die Auseinandersetzung richtige Verhaltensweisen kennenzulernen. So lernen sie schon früh, worauf sie achten müssen und können. Der Clou: Einmal durchgearbeitet und an der Wand aufgehängt, blieben die Botschaften langfristig im Blick. Das Kinderposter stand als Download-Vorlage im Kampagnencenter parat.





SAG MAL, CLARI …

Warum ist Selbstschutz keine Frage des Alters?

„Wenn wir von Anfang an als Kinder schon lernen, wie wir uns selbst schützen können, dann wird es auch zu einer Selbstverständlichkeit. Bisschen wie Zähne putzen. Das machen wir ja auch ganz ohne es zu hinterfragen jeden Tag mehrmals.“



KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

DIE KAMPAGNE FÜR ALLE KLICK IT!

Das Kampagnencenter war die zentrale Informations- und Serviceplattform der Kampagne für Städte, Kommunen und Organisationen. Das Ziel: Das Mitmachen bei BEREIT WIE NIE für alle so geradlinig wie möglich zu gestalten.





DER ELBSTSCHUTZGUIDE (EDITIERBAR) →

…s ist zu tun, wenn bei einem …hweren Unwetter das Wasser …igt? Wie verhält man sich bei … Stromausfall? Und wie kann …

…ownload Infoheft (editierbar)



KINDERPOSTER „MIT CLARI DURCH DIE KATASTROPHE“ →

Auch im Katastrophenschutz gilt die Devise: Früh übt sich! Mit dem Kinderposter „Mit Clari durch die Katastrophe“ können sich auch di…

Download Kinderposter



POSTING WARNTAG 2026 →

Am 12. März wird der nächste landesweite Warntag stattfinden. Hierbei werden um 11 Uhr erneut Sirenen, Warn-Apps und Cell…

Download Warntagposting

STORYQUIZ TAG DES NOTRUFS →

Am 11.02. findet – passend zur Nummer – der Europäische Tag des Notrufs statt. Der Aktionstag soll über die europaweite Notrufnummer…

Download Postingmaterial 112.zip

ANIMIERTES WEIHNACHTSPOSTING →

Mit dem animierten Weihnachtsposting lässt ihr ein ereignisreiches, spannendes Jahr 2025 ausklingen und bedankt euc…

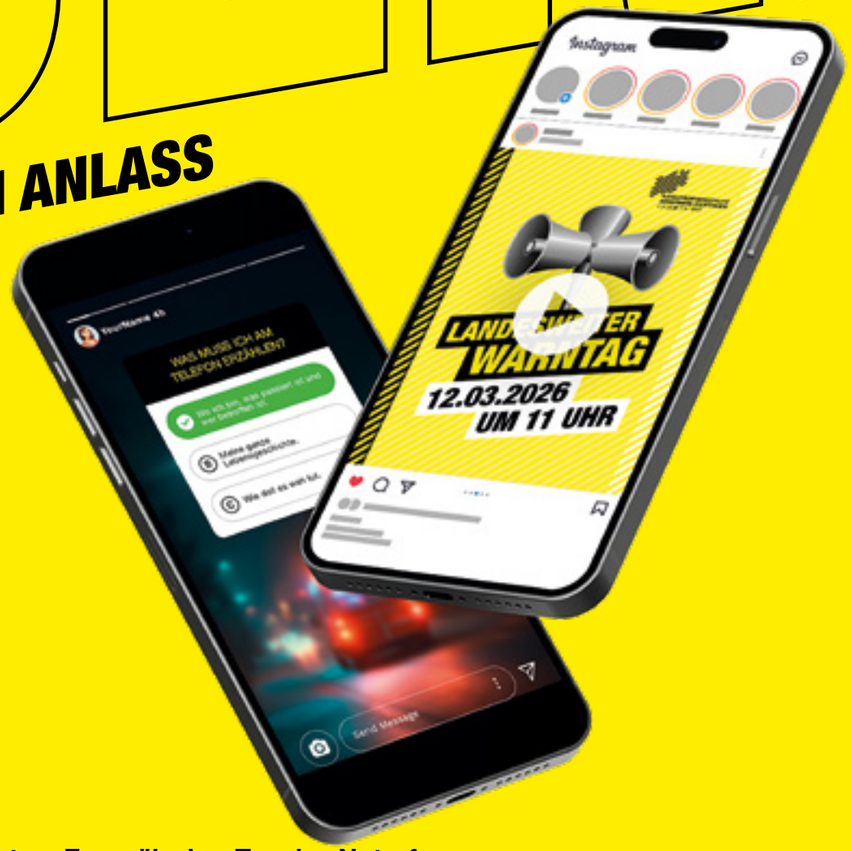
Download Weihnachtsposting

Userfreundliche, übersichtliche Struktur
Die Plattform setzt auf eine bewusst einfache, schnörkellose Struktur statt auf komplexe Navigation. Mit wenigen Klicks finden Interessierte verständlich aufbereitete Informationen zu den wichtigsten Selbstschutzmaßnahmen sowie Downloads und Verlinkungen zu den Partnerorganisationen. Gleichzeitig können Inhalte flexibel erweitert und jederzeit aktualisiert werden.

Gemeinsamer Werkzeugkasten für unterschiedliche Zielgruppen
Das Kampagnencenter ist ein Werkzeugkasten: Kostenfrei stehen Social-Media-Vorlagen, Werbemittel, Informationsmaterialien und weitere Kampagnenbausteine zur Verfügung, die direkt eingesetzt oder individuell angepasst werden können. Interessierte Organisationen und Kommunen können beispielsweise ihren Social-Media-Auftritt selbstbestimmt im Kampagnenlook gestalten oder sich vor einem Event mit Vorlagen für Werbemittel eindecken.

BEREIT

FÜR JEDEN ANLASS



Ob landesweiter Warntag, Europäischer Tag des Notrufs oder Welttag für psychische Gesundheit – das Jahr bietet zahlreiche Anlässe, um Aufmerksamkeit für Katastrophenschutz und Selbstvorsorge zu schaffen. Damit diese Momente wirkungsvoll genutzt werden konnten, stellte das Kampagnencenter fertig aufbereitete Social-Media-Pakete bereit: statische und animierte Vorlagen inklusive Textvorschlägen, die mit wenigen Klicks heruntergeladen und veröffentlicht werden konnten.







Reichweitenstarke Sichtbarkeit im Kampagnenlook

So entstanden anlassbezogene Beiträge im einheitlichen Kampagnenlook, die wichtige Themen verständlich und auffällig vermittelten. Für den Europäischen Tag des Notrufs am 11. Februar – passend zur Notrufnummer 112 – stand beispielsweise ein interaktives Storyquiz zur Verfügung, das auf spielerische Weise Wissen rund um den richtigen Notruf näherbrachte. So unterstützte das Kampagnencenter Organisationen und Kommunen dabei, relevante Anlässe einfach aufzugreifen und wichtige Botschaften genau dann zu platzieren, wenn sie die größte Wirkung erzielen. Darüber hinaus konnten auch die Motive der Befähigungskampagne als personalisierte Einzelmotive oder als Kampagnenmotiv in unterschiedlichen Formaten und Vorlagen heruntergeladen werden.

SAG MAL, CLARI …

Was wünschst du dir, wenn die Menschen in NRW in Zukunft an Selbstschutz und an Katastrophenschutz denken?

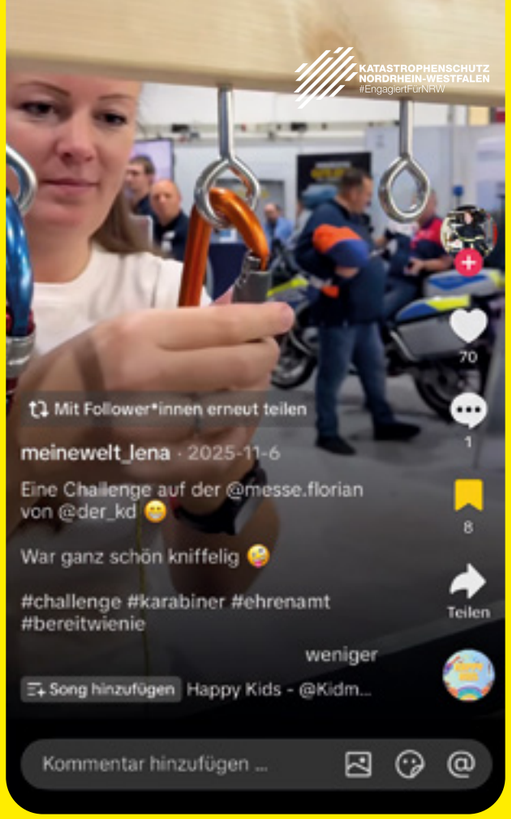
„Wir sind damit nicht allein, wir können uns gegenseitig helfen und sind auch in einer Katastrophe füreinander da. Gemeinsam sind wir stärker."



RAUS AUS DER BUBBLE!



Die 18 Kampagnen-Influencer bildeten zusätzlich zu den Kampagnengesichtern eine weitere wichtige Gruppe für die Kampagnenkommunikation. Als dynamisches Sprachrohr berichteten sie über Events, Inhalte und Aktionen rund um die Themen Katastrophenschutz und Selbstbefähigung und teilen Content über den gemeinsamen Instagram-Kanal katastrophenschutz.nrw.



Nominiert aus den Organisationen heraus
Jeweils zwei Personen wurden aus den eigenen Reihen der Organisationen nominiert. Sie brachten ihre Reichweite, Medienkompetenz und ihr Engagement ein, um die Themen über die klassische „Katastrophenschutz-Bubble“ hinaus in die breite Bevölkerung zu tragen. Den Auftakt bildete eine gemeinsame Ideenwerkstatt, bei der die Ansätze weiterentwickelt und in einem informellen Grill-Event vertieft wurden. So entstand ein Netzwerk, das die Kampagne flexibel erweiterte und ihre Botschaften dauerhaft in die Öffentlichkeit trug.

Ob im Team oder in Eigenregie: Die Influencer teilten mit ihrer Community unterschiedlichste Einblicke aus ihrem Katastrophenschutz-Alltag.

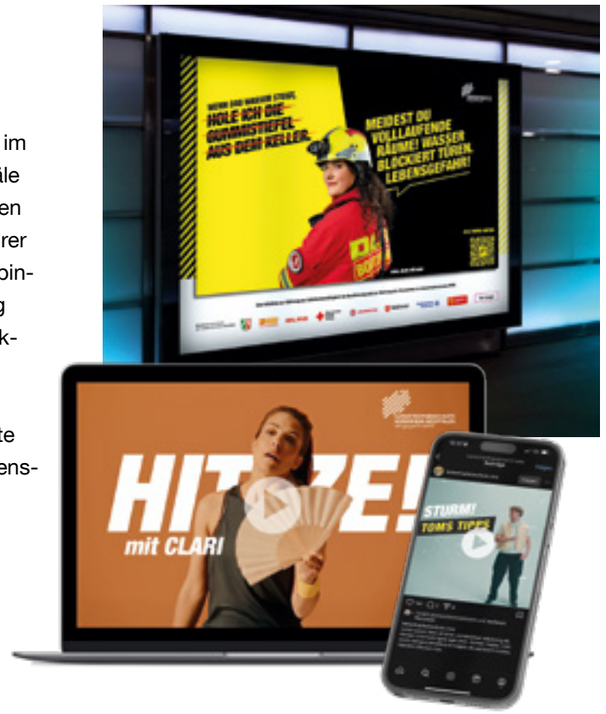


VARIANTENREICH AUF ALLEN

Von großer Plakatwand bis hin zum interaktiven Social-Media-Posting: Die Kampagne entfaltete ihre Wirkung durch ein vielfältiges und umfassendes Medienset, das unterschiedliche Formate, Kanäle und Medienwelten miteinander verband. Die Botschaften wurden sowohl analog als auch digital ausgespielt – von statischen Formaten über bewegte Inhalte bis hin zu Audioformaten. Durch die gezielte Kombination verschiedener Schaltungsformate und individuell abgestimmter Media-Flights wurden die Inhalte zielgruppengerecht dort platziert, wo sie Menschen am besten in ihrem Alltag erreichen.

Ausspielung in ganz NRW

Die NRW-weite Ausspielung sorgte für eine breite Sichtbarkeit und machte das Thema Selbstschutz im gesamten Bundesland präsent. Über diverse Kanäle hinweg erreichte die Kampagne Millionen Menschen aller Altersklassen und sprach sie entsprechend ihrer jeweiligen Mediennutzung an. Dabei schuf die Verbindung aus Reichweite, zielgerichteter Aussteuerung und vielfältigen Kontaktpunkten eine hohe Aufmerksamkeit für die Kampagnenbotschaften. Ob im öffentlichen Raum, in digitalen Kanälen oder über audiovisuelle Medien: Die variantenreichen Formate ermöglichten es, Menschen in verschiedenen Lebenssituationen anzusprechen und das Thema Selbstschutz nachhaltig zu verankern.



KANÄLEN

(Noch) Nischenwissen kommt da an, wo es hingehört: mitten in den Alltag der Menschen Nordrhein-Westfalens.

AI MODIFIED

Katastrophenschutz heißt Anpacken – auch mit Pfoten: eine Hunderettungsstaffel des Arbeiter-Samariter-Bundes bei der Einsatzübung.

BÜHNE FREI!

FÜR DEN KATASTROPHENSCHUTZ NRW

Katastrophenschutz wird erlebbar, wenn Wissen, Austausch und Mitmachen zusammenkommen. Bei den landesweiten Katastrophenschutztagen NRW können Bürgerinnen und Bürger selbst erleben, was im Ernstfall zu tun ist und wie sie selbst aktiv werden können. Die mittlerweile zur Tradition gewordenen Open-Air-Events geben Einblicke in die Arbeit des Ehrenamtes und schaffen Begegnungen zwischen Einsatzkräften und Zivilbevölkerung.

DIE EVENTS DER KAMPAGNE

Hochwasser und Tornados als regionale Gefahren
Dafür wurde das bewährte Stationskonzept der vergangenen Jahre inhaltlich weiterentwickelt. Gemeinsam mit den sieben im Katastrophenschutz aktiven Organisationen testeten und erweiterten die Besuchenden an den Extremwetter-Boxen ihr Wissen.

Interaktive Hochwasserkarten machten regionale Risiken sichtbar, ein Notvorrats-Quiz vermittelte praktische Vorsorgetipps und eine neu für die Veranstaltung konzipierte Tornado-Station erklärte spielerisch, wie man sich auch auf seltene Extremereignisse vorbereiten kann. Und mittendrin und in Fragelaune wie immer: Moderatorin Clari.

Mit dem Extremwetter-Check konnten sich die Besuchenden zu verschiedenen Katastrophenszenarien informieren und hatten zudem ein handliches Nachschlagewerk für zu Hause. Ergänzt wurde das Angebot durch thematisch passende Give-aways wie Regenponchos, Trinkflaschen oder Kurbelradios.













KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

KATASTROPHENSCHUTZTAG #4
PADERBORN

Was tun, wenn ein Unwetter zur Gefahr wird, Straßen überflutet sind oder ein Tornado aufzieht? Antworten auf diese Fragen gab der vierte landesweite Katastrophenschutztag am 26. August in Paderborn 2023. Unter dem Motto Extremwetter rückte die Veranstaltung auf dem Rathausplatz ein Thema in den Mittelpunkt, das tausende Besuchende anzog.



Die verschiedenen Redebeiträge auf der Paderborner Bühne kamen aus dem Ehrenamt, der Politik – oder aus der Hand.

SAG MAL, CLARI …

Hast du durch die Kampagne selbst etwas über Selbstschutz gelernt?

„Ja, wahnsinnig viel. Ich finde es eigentlich krass, dass dieses Wissen nicht zum Allgemeinwissen gehört. Deswegen finde ich ja die Kampagne so wertvoll und stehe zu Tausend Prozent hinter der Aufgabe, als Kampagnenbuddy dieses Wissen zu verbreiten.“

KATASTROPHENSCHUTZTAG #5 COESFELD



Wenn Starkregen Menschen überrascht, fällt der normale Alltag sprichwörtlich ins Wasser. Um dieses Wetterextrem drehte sich der fünfte landesweite Katastrophenschutztag am 21. September 2024 auf dem Marktplatz in Coesfeld. Für besondere Aufmerksamkeit sorgte die Stadtwette: Bürgermeisterin Eliza Diekmann-Cloppenburg wettete, dass es den Besuchenden gelingen würde, symbolisch 480 Menschenleben durch Wiederbelebungstrainings zu retten – ein Mitmachformat, das den Gedanken der Selbstbefähigung unmittelbar erlebbar machte. Moderatorin Clari führte gewohnt launig und kompetent durch das Programm.



Von Hitze-Walzen bis „Tinder-Quiz“
Gemeinsam mit den sieben Katastrophenschutz-Organisationen lernten die Besuchenden, wie Kochen ohne Strom funktioniert, testeten ihr Wissen zum Thema Notvorrat in einem interaktiven „Tinder-Quiz“ und informierten sich mithilfe animierter Filme über Brandschutz. Die „Hitze-Walze“ vermittelte spielerisch das richtige Verhalten bei Hitzewellen, während das beliebte Check-Heft durch die Veranstaltung führte und zudem als praktisches Nachschlagewerk mit nach Hause genommen werden konnte. Passende Give-aways machten den Gedanken der Selbstbefähigung zusätzlich greifbar.

Bürgermeisterin gewinnt Stadtwette
Am Ende wurde die Stadtwette sogar deutlich übertroffen: 530 erfolgreiche Wiederbelebungen standen auf der Anzeigetafel. „Ich werde aber trotzdem das Feuerwehrauto waschen“, versprach Bürgermeisterin Diekmann-Cloppenburg: „Es ist toll, dass so viele beim Wiederbelebungstraining mitgemacht und so völlig unkompliziert und mit viel Spaß ihre Erste-Hilfe-Kenntnisse aufgefrischt haben. Davon profitieren wir alle.“

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW





Information und Entertainment wechselten sich in Coesfeld munter ab – langweilig wurde es definitiv nie.









Für jeden was dabei: Minister Herbert Reul besucht in Siegen die neuentwickelte Station zum Thema Waldbrand.



Wetterextreme-Boxen laden zum Mitmachen ein

Entlang der Sieg erwartete die Besuchende ein Programm aus Mitmachstationen, Einsatzübungen und Bühnenbeiträgen. In den Wetterextreme-Boxen vermittelten Einsatzkräfte praxisnahes Wissen. Ergänzt wurde das Angebot durch Übungen der Höhenrettung, Quiz- und Talkformate sowie ein durchgehendes Bühnenprogramm, moderiert von Kampagnenbuddy Clari. Eine neue Station zum Thema Waldbrände griff aktuelle Entwicklungen im Bevölkerungsschutz auf. Auch das bekannte Check-Heft – dieses Mal in der Wetterextreme-Edition – führte durch den Tag. Es verband die einzelnen Stationen und dient zugleich als praktisches Nachschlagewerk für zuhause.

SAG MAL, CLARI …

Wie charakterisierst du die Katastrophenschutztage? Wie hast du die Moderation in Paderborn, Coesfeld und Siegen erlebt?

„Die Tage sind immer eine tolle Mischung aus: Kontakt mit der Bevölkerung, sie zu informieren, in den Austausch zu gehen aber auch neugierig zu machen. Außerdem ist es immer ein Tag, der sehr viel Spaß und Freude macht – auch wenn die Themen ernst sein können. Und es ist vor allem auch ein Tag, um DANKE zu sagen – für die Menschen die ja wirklich seit Jahren, manchmal schon von klein auf und ihr Leben lang ihre Zeit, ihre Leidenschaft und ihr Herz als ehrenamtliche Helferinnen und Helfer in den Katastrophenschutz stecken.“



KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

KATASTROPHENSCHUTZTAG #6 SIEGEN

Wetterextreme bestimmten den sechsten landesweiten Katastrophenschutztag NRW am 11. Oktober 2025 in Siegen. Das Siegufer wurde zur großen Erlebnisfläche. Gemeinsam mit dem Kreis Siegen-Wittgenstein, der Stadt Siegen, dem Ministerium des Innern des Landes NRW, den sieben im Katastrophenschutz aktiven Organisationen sowie dem Deutschen Wetterdienst drehte sich alles um die Frage, wie Menschen sich auf Extremwetter wie Starkregen, Hitze, Sturm oder Waldbrände vorbereiten können.



Die Sieg wurde beim landesweiten Katastrophenschutztag zum Schauplatz einer Einsatzübung der Deutschen Lebens-Rettungs-Gesellschaft.



KATASTROPHENSCHUTZTAG #7 ESCHWEILER

Die siebte Auflage des landesweiten Katastrophenschutztages fand am Samstag, 12. September 2026, in Eschweiler statt. Gemeinsam luden das NRW-Innenministerium, die StädteRegion Aachen und die Stadt Eschweiler zu einer ganztägigen Open-Air-Veranstaltung in die Innenstadt ein. Das Motto lautete „Gemeinsam stark“.



Das Motto „Gemeinsam stark“ prägte das Eventprogramm in Eschweiler: Zahlreiche Organisationen, Vertreterinnen und Vertreter der StädteRegion, der Deutsche Wetterdienst und weitere Beteiligte boten mit einem vielseitigen Bühnenprogramm, Wasserrettungen an der Inde und unterschiedlichen Einsatzübungen jede Menge Abwechslung.





Gelebtes Motto: Zahlreiche Ehrenamtliche engagierten sich, um der Veranstaltung in Eschweiler zum Erfolg zu verhelfen.

Der bekannte Parcours aus Infoständen bot den Besuchenden die Chance, sich zu verschiedenen Schwerpunkten zu informieren und sich mit den Einsatzkräften auszutauschen. Neu im Programm war eine Station zum Thema Erdbeben. Das passte, denn die Niederrheinische Bucht ist eine der seismisch aktivsten Regionen Deutschlands.



FÜR BUNTE UND WELTOFFENE ORGANISATIONEN



„Es hilft, Wir als ein vielfältiges Wir zu verstehen. Ein Wir ist heterogen, anders und manchmal auch unbequem. Wenn nicht WIR, wer dann? Sie sehen, Vielfalt müssen wir organisieren.“

Pierrot Raschdorff
Diversity-Experte

4 LEITFRAGEN FÜR EIN INKLUSIVES, ECHTES MITEINANDER

PEOPLE
Haben Sie in Ihrer Organisation eine langfristige Strategie, damit Vielfalt Teil Ihrer DNA wird und Sie davon profitieren können?

PLACE
Wie inklusiv ist das Arbeits- und Einsatzumfeld – sowohl physisch als auch kulturell?

PRODUCT
Wie divers und inklusiv sind die angebotenen Dienstleistungen im Katastrophenschutz?

PLANET
Wie gut berücksichtigt die Organisation gesellschaftliche und gesetzliche Entwicklungen in ihrem DEI-Ansatz?

Pierrot Raschdorffs Leitfragen zum Einstieg in die Welt von DEI: Diversity, Equality und Inklusion (DEI)

Damit sich möglichst viele Menschen im Ehrenamt wiederfinden, muss auch der Katastrophenschutz die Vielfalt der Gesellschaft widerspiegeln. Aus diesem Verständnis heraus entstand als Ergebnis des Strategieworkshops 2024 die Vielfaltsplattform. Auf Initiative der Organisationen selbst ins Leben gerufen, schuf sie einen Raum für den organisationsübergreifenden Austausch und die gemeinsame Weiterentwicklung des Themas im Katastrophenschutz Nordrhein-Westfalens. Damit zahlte das Projekt auch auf ein zentrales Ziel der Kampagne ein, Vielfalt und Diversität zu fördern.

Etablierung eines Netzwerkes für Dialog und Diversität

Mitglieder aller Organisationen trafen sich am 6. Februar 2025 erstmals in der Rotunde im Ministerium des Innern des Landes NRW, moderiert von Diversity-Experte Pierrot Raschdorff. Im Mittelpunkt standen Fragestellungen, die den Alltag der Organisationen unmittelbar betreffen: Wie lassen sich unbewusste Vorurteile erkennen? Wie können Konflikte in diversen Teams konstruktiv gelöst werden? Und wie gelingt es, Menschen unterschiedlicher Herkunft, Altersgruppen oder Lebensrealitäten gleichermaßen anzusprechen – nach innen wie nach außen? In regelmäßigen Dialogrunden entwickelten die Beteiligten Ideen, tauschten Erfahrungen aus und erarbeiteten konkrete Ansätze, um Vielfalt im Ehrenamt sichtbar zu machen und Engagement für möglichst viele Menschen attraktiv zu gestalten. Aus einem einmaligen Workshop entstand ein dauerhaftes Netzwerk, das den organisationsübergreifenden Dialog stärkt und den Katastrophenschutz Schritt für Schritt offener, vielfältiger und zukunftsfähiger macht.





Das Konzept der Vielfaltsplattform traf auf große Akzeptanz. Ein reger, offener Diskurs prägte die Veranstaltung.



ANERKENNUNG
FÜR AUSSERGEWÖHNLICHES ENGAGEMENT

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

Die Geburtsstunde des Internationalen Tags des Ehrenamtes ist der 5. Dezember 1986 – daran anknüpfend würdigt auch das Land Nordrhein-Westfalen unter Innenminister Herbert Reul seit 2018 das besondere Engagement von ehrenamtlichen Einsatzkräften mit einem Festakt im Ministerium des Innern des Landes NRW gegen Ende des Jahres. Es ist längst ein fest etablierter Termin im Kalender vieler Katastrophenschützerinnen und -schützer.

Wertschätzung zur Weihnachtszeit

Die von Innenminister Herbert Reul geladenen Gäste setzten sich größtenteils aus ehrenamtlichen Mitgliedern der sieben im Katastrophenschutz aktiven Organisationen zusammen. Und auch wenn sich das Programm jedes Jahr ein wenig änderte, blieb der Anlass des Abends stets derselbe: Ihnen für ihr besonderes Engagement den verdienten Dank auszusprechen und in diesem Zuge das gemeinsame Jahr im Katastrophenschutz Revue passieren zu lassen. Logisch also, dass BEREIT WIE NIE und die verschiedenen Meilensteine der Kampagne zu festen Programmpunkten der Veranstaltung wurden. So konnten die einzelnen Stationen der Strategie zum Jahresende noch einmal direkt an die Organisationen herangetragen oder das gemeinsam Erreichte auch gemeinsam gefeiert werden. Ein Beispiel waren die vielseitig eingesetzten Tippmotive mit den 14 Kampagnengesichtern, denen bei der Veranstaltung 2024 ihre Plakate mit Unterschrift des Ministers als kleines Vorweihnachtsgeschenk überreicht wurden.

Abwechslungsreicher Ausklang

Damit der Festakt auch Festakt blieb und trotz all des Tatendrangs nicht in Arbeit „ausartete“, wurden die verschiedenen Talkrunden und Diskussionen stets von einem abwechslungsreichen Abendprogramm begleitet. Die Anwesenden konnten beispielsweise in einem interaktiven Quiz ihr Katastrophenschutzwissen unter Beweis stellen, das ein oder andere Weihnachtslied singen oder sich vor einer Fotowand in knalliger Katastrophenschutz-Streifenoptik ablichten lassen. Letzteres bevorzugt mit Innenminister Herbert Reul, der als vermutlich gefragtestes Modell jedes Jahr einiges an Ausdauer mitbringen durfte.









Zum Jahresende ist der Tag des Ehrenamtes die ideale Gelegenheit, gemeinsam auf das Erreichte zurückzublicken – und den ein oder anderen Schnappschuss mitzunehmen.

FÖRDERPLAKETTE FÜR ARBEITGEBER „EHRENAMT IM BRAND- UND KATASTROPHENSCHUTZ“

DANKE FÜRS RÜCKEN FREIHALTEN

Ein Notruf hält sich nicht an Arbeitszeiten. Kommt er, zählt jede Minute – ganz egal, ob mitten in der Besprechung, im laufenden Projekt oder kurz vor Feierabend. Für ehrenamtliche Kräfte im Katastrophenschutz bedeutet das: Sie müssen jederzeit ausrücken können. Doch das funktioniert nur, wenn ihre Arbeitgeber mitziehen. Keine Selbstverständlichkeit. Besonders engagierte Unternehmen werden deshalb einmal pro Jahr ausgezeichnet.



Eine Auszeichnung für die, die den Rücken freihalten – die Förderplakette für Arbeitgeber. 2026 wurde die Trophäe im Katastrophenschutz-Design neugestaltet.

Warum unterstützen Sie Ihre ehrenamtlich engagierten Mitarbeiter?

„Es ist für mich sehr wichtig, weil Ehrenamt Ehrensache ist und wir als lokales Unternehmen Verantwortung für die Region übernehmen wollen – ohne das Engagement der Helfer wäre unsere Gesellschaft um einiges ärmer.“

Carsten Drees, Schreinerei und Bestattungen Drees

Stärkung des Katastrophenschutzes durch Betriebe

Genau hier setzt die Förderplakette „Ehrenamt im Brand- und Katastrophenschutz“ des Ministeriums des Innern NRW an. Sie würdigt Unternehmen, die ihre Beschäftigten nicht nur für Einsätze freistellen, sondern auch Fortbildungen unterstützen, flexible Lösungen finden oder sogar Übungsflächen, Fahrzeuge und Technik bereitstellen. So entsteht ein Netzwerk aus Betrieben, das den Katastrophenschutz weit über das gesetzliche Minimum hinaus stärkt.

Relaunch des Awards

Zudem wurde der Award einem Relaunch unterzogen. Die neue Gestaltung übersetzte die Visualität des Katastrophenschutzes in ein modernes Design: Schraffierte Grau-Weiß-Streifen greifen die Reflexionsstreifen der typischen Einsatzkleidung auf. Im Zentrum steht die prägnante Botschaft „einsatzbereit“, die als visuelles Herzstück sofort ins Auge fällt. Der Schriftzug „Förderplakette“ wurde zudem deutlich stärker hervorgehoben und sorgt für eine bessere Lesbarkeit – und symbolisiert so gleichermaßen Wertigkeit und Wiedererkennungswert.

DIE PREISTRÄGER

2024

- BOS-Tec GmbH – Dinslaken
- CEAG Notlichtsysteme GmbH/Eaton Electric GmbH – Soest
- Gemeinschaftspraxis am Campus – Gescher
- Gustav Hensel GmbH & Co. KG – Lennestadt
- Kampf GmbH – Wiehl
- Maschinenfabrik Kemper GmbH & Co. – Stadtlohn
- Schreinerei und Bestattungen Drees – Haltern am See
- Sebastian Dornhöfer GmbH – Siegen
- ser elektronik GmbH – Möhnesee
- Weise & Sohn GmbH – Marienmünster

Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

Wir sind davon überzeugt, dass gesellschaftliches Engagement einen wichtigen Beitrag für das Gemeinwohl leistet. Mitarbeitende, die sich im Katastrophenschutz engagieren, übernehmen Verantwortung für ihre Mitmenschen und stärken gleichzeitig wichtige Fähigkeiten wie Teamarbeit, Belastbarkeit und Entscheidungsfähigkeit. Dieses Engagement unterstützen wir aus Überzeugung.

Tommy Reinhard, CEAG Notlichtsysteme GmbH



Welche Empfehlung haben Sie für andere Unternehmen, die überlegen, sich Ihrem Engagement anzuschließen und ebenfalls ihre Mitarbeitenden beim Ehrenamt im Katastrophenschutz zu unterstützen?

Einfach mal machen lassen und ausprobieren.

Thomas Echterhoff, Gebr. Echterhoff GmbH & Co. KG



2025

- Aurubis AG – Lünen
- Beilmann GmbH – Warstein
- Bosmann Elektrotechnik GmbH & Co. KG – Werther
- Brüninghoff GmbH & Co. KG – Heiden
- Gellenbeck Holzbau GmbH – Münster
- Höfels Kranservice GmbH – Titz
- MOLLI Garten- und Landschaftsbau GmbH – Weilerswist
- SEITtec GmbH – Essen
- Tendyck Lohnunternehmen GmbH – Kempen
- TRACTO-TECHNIK GmbH & Co. KG – Lennestadt

2026

- Bauunternehmung Gebr. Echterhoff GmbH & Co. KG – Westerkappeln
- Drahtwerk Elisental W. Erdmann GmbH – Neuenrade
- Elektro Hüpping GmbH – Vreden
- F. Müller Fahrzeugbau GmbH & Co. KG – Eslohe-Bremke
- fourtexx GmbH – Solingen
- Heizung Solar Sanitär Klotz – Bad Berleburg
- Ingenieurbüro Rodermann – Radevormwald
- Marc Cirkel Sonnen- und Insektenschutz – Emmerich
- Martinrea Bergneustadt GmbH – Bergneustadt
- TAR Automation GmbH – Dinslaken

IHR WART BEREIT WIE NIE

DANKE FÜR EUREN EINSATZ

























Impressum

Herausgeber
Ministerium des Innern NRW
Friedrichstraße 62–80
40217 Düsseldorf
Telefon: 0211 871-01
Telefax: 0211 871-3355
poststelle@im.nrw.de
www.im.nrw

Redaktion
Referat 311 – Strategie und Steuerung im Katastrophenschutz, Stärkung des Ehrenamtes im Bevölkerungsschutz, Lagebild, Selbstschutz der Bevölkerung
referat311@im.nrw.de

Konzeption, Redaktion, Gestaltung und Satz
Kopfkunst, Agentur für Kommunikation GmbH
Am Mittelhafen 10, 48155 Münster
kopfkunst.com

Druck
FSC www.fsc.org MIX Papier | Fördert gute Waldnutzung FSC® C011279

CO₂e-DATEN VERFÜGBAR
Bilanziert wurde **Druckerzeugnis**
CO₂e-Daten inklusive Methodik, Systemgrenzen und Datengrundlage per QR-Code oder URL abrufbar.
natureOffice.gmbh/DE-836-PLTJ2ZS

LUC GmbH
Ludgeristraße 13
59379 Selm

1. Auflage, Stand: November 2026

Bildnachweise
© Abdullah/Malteser Hilfsdienst e. V. in Langenfeld, © Chiara/ASB RV Bergisch Land e. V., © Eike/Johanniter-Unfall-Hilfe e. V. Ortsverband Much, © Hatidze/THW Ortsverband Köln Ost, © Katrin/Feuerwehr Coesfeld, © Kevin, Ortsgruppe Bockum e. V., © Kira/DLRG OG Dülmen e. V., © Linus/Feuerwehr Essen, © Marc André/Johanniter-Unfall-Hilfe e. V. - Regional-geschäftsstelle Essen, © Olivia/Malteser Hilfsdienst e. V. Siegburg, © Regine/DRK-Kreisverband Bonn e. V., © Sedat/ASB Ortsverband Bochum e. V., © Technisches Hilfswerk Ortsverband Lippstadt – **S. 14/15**
© agenturkopfkunst KI generiert – **S. 04, S. 09**
© agenturkopfkunst KI modifiziert – **Umschlag Titelseite, S. 14/15, S. 28/29, S. 32/33, S. 34/35, S. 36/37, S. 40/41, S. 45, S. 54/55, S.60**
© Arbeiter-Samariter-Bund NRW e. V., © Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft, Landesverband Nordrhein e. V., © Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft Landesverband Westfalen e. V., © Deutsches Rotes Kreuz Landesverband Nordrhein e. V., © Deutsches Rotes Kreuz Landesverband Westfalen-Lippe e. V., © Johanniter-Unfall-Hilfe e. V., © Malteser Hilfsdienst e. V. in NRW, © Technisches Hilfswerk Landesverband NRW,
© Verband der Feuerwehren in NRW e. V. – **S. 06/07**
© IM NRW – **S. 62**
© IM NRW/Cynthia Turegano Fuentes – **S. 61, S. 63**
© Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt – **S. 12**
© Kopfkunst – S. **10/11, S. 13, S. 32/33, S. 34/35, S. 36/37, S. 38/39, S. 40/41, S. 42/43, S. 44, S. 48, S. 50/51, S. 53, S. 57, S. 64/65**
© Michael Bartylla – **S. 48, S. 49**
© Michael Ibraheem – **S. 50/51**
© Nady El-Tounsy – **Umschlag Titelseite, S. 09, S. 14-29, S. 36/37, S. 40/41, S. 49, S. 52, S. 64/65**
© Nekame Klasohm, Fairouz Akasmou – **S. 54/55**
© Paul Metzdorf – **S. 58/59, S. 64/65**
© peoplegrapher – **S. 30/31, S. 32/33**
© Priscillia Grubo – **S. 56**
© Sascha Hüttenhain – **S. 02, S. 52, S. 53**
© Thorsten Hennig – **S. 46/47, S. 64/65**
© Two West – **S. 18/19**

Hinweis
Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen oder an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift verteilt worden ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner Gruppen verstanden werden könnte.

KATASTROPHENSCHUTZ
NORDRHEIN-WESTFALEN
#EngagiertFürNRW

WIR BLEIBEN
#ENGAGIERTFÜRNRW

11/26 KK 218-00_27

KATASTROPHENSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN

#EngagiertFürNRW

Eine Initiative zur Stärkung der Selbstschutzfähigkeit der Bevölkerung und zur Stärkung des Ehrenamtes im Katastrophenschutz NRW.

Ministerium des Innern
des Landes Nordrhein-Westfalen

ASB Arbeiter-Samariter-Bund
DLRG
Deutsches Rotes Kreuz
JOHANNITER
Malteser
Technisches Hilfswerk
VERBAND DER FEUERWEHREN IN NRW