



Jugendfeuerwehr  
Bayern

## Finanzierung der Jugendfeuerwehr

Der Fachbereich Jugendpolitik der Jugendfeuerwehr Bayern hat sich intensiv mit dem Thema "Finanzierung der Jugendfeuerwehr" auseinandergesetzt. Als Ergebnis ist u. a. dieses Lexikon entstanden, in dem Ihr zahlreiche Informationen dazu findet, wie Ihr Geld für Eure Jugendfeuerwehr generieren könnt.

### Inhalt

<b>Crowdfunding</b> .....	1
<b>Fundraising</b> .....	2
<b>Spenden</b> .....	4
<b>Sponsoring</b> .....	5
<b>Zuschuss durch die Kommune</b> .....	7
<b>Förderung durch die Jugendringe</b> .....	8
<b>Altmetallsammlung</b> .....	9
<b>Autowaschen</b> .....	10
<b>Christbaum-Lieferung</b> .....	11
<b>Ernteaktion</b> .....	12
<b>Floriansbrot</b> .....	13
<b>Hydrantenpflege</b> .....	13
<b>Losbude</b> .....	14
<b>Kuchenverkauf</b> .....	15
<b>Marmeladenverkauf</b> .....	17
<b>Schauübung</b> .....	18

### Crowdfunding

#### Was ist das/ Definition

Crowdfunding bedeutet so viel wie Schwarm- oder Gruppenfinanzierung. Durch diese Art der Finanzierung lassen sich Projekte oder Produkte realisieren. Die Geldgeber sind dabei eine große Anzahl von Personen.

Es gibt vier Varianten von Crowdfunding:

- Spendenbasiertes Crowdfunding: Eine Spende ohne materielle/finanzielle Gegenleistung (siehe auch Spende)

- Klassisches/ belohnendes Crowdfunding: Unterstützer erhalten ein nicht finanzielles Dankeschön (Urkunde, Kopie eines Projektergebnisses)
- Verleihendes Crowdfunding: Die Geldgeber leihen das Geld, welches später wieder zurückgezahlt wird
- Investierendes Crowdfunding: Unterstützer erhalten Anteile am Projekt

### **Für wen geeignet?**

Für die Jugendfeuerwehren dürften in der Regel die ersten beiden Arten relevant sein. Es muss hier ein klares Projekt geben, das von einer Gruppe finanziert werden soll.

### **Vorteile**

Bei guter Öffentlichkeitsarbeit kann ein sehr großes Projekt finanziert werden und auch nachhaltig Aufmerksamkeit für die Jugendfeuerwehr generiert werden.

### **Nachteile**

Es erfordert viel Öffentlichkeitsarbeit. Nur für bestimmte Projekte geeignet, bei der die Bevölkerung ein Interesse daran hat, dafür Geld zu geben.

### **Herausforderungen**

Eine große Öffentlichkeit zu erreichen, um ausreichend Geld zu verdienen. Ein Interesse bei Personen zu wecken, um Geld herzugeben.

### **Zeitlicher Aufwand**

Am meisten Zeit muss hier wahrscheinlich in die Öffentlichkeitsarbeit gesteckt werden.

### **Finanzieller Aufwand**

Der ist vom Aufwand der Öffentlichkeitsarbeit abhängig. Hier gibt es eher günstigere Möglichkeiten (Plakate, Postkarten, etc.) oder teurere Ideen (Werbeclips, etc.).

### **weiterführende Links/ Informationen**

[www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de)

## **Fundraising**

### **Was ist das/ Definition**

Fundraising ist die Beschaffung von Mitteln zur Verwirklichung von am Gemeinwohl orientierten Zwecken. Es kann sich dabei um

- Geldspenden
- Sachspenden
- oder Zeitspenden (Ehrenamt) handeln.

Die Beschaffung der Ressourcen erfolgt mit Konzept und Plan.

### **Ablauf**

Fundraising ist ein fortwährender Prozess, der in verschiedene Schritte einteilbar ist, die aber nicht unbedingt streng eingehalten werden müssen.

1. Verankern des richtigen Fundraising-Bewusstseins

2. Überprüfung des Anliegens (Ist das Anliegen gemeinwohlorientiert? Ist die Form der gewünschten Unterstützung diesem Anliegen angemessen?)
3. Formulierung des Anliegens und Definition eines konkreten Ziels
  - Das Anliegen sollte bewegen und Bezug zur (Jugend-)Feuerwehr und auch zu potenziellen Partnern haben.
  - Ideal wäre es, das Anliegen in maximal drei prägnanten Sätzen zusammenzufassen.
4. Erfassen des Fundraising-Markts
  - In welchem Umfeld steht die Aufgabe? Welche Beteiligten (Personen, Gruppen, Institutionen, etc.) gibt es?
5. Sicherstellen, dass das Anliegen marktfähig ist
  - Welchen Nutzen haben die potenziellen Geber von Eurem Anliegen?
  - Welche Geber würden das Anliegen unterstützen?
6. Konkretes Projekt
  - Das Anliegen sollte nun in ein konkretes, fassbares Projekt umgewandelt werden.
7. Rekrutierung geeigneter Verbündeter
  - Wessen Mitarbeit wird benötigt?
8. Wählen des richtigen Fundraising-Instruments
  - Welches dieser Instrumente bringt den größten Ertrag?
    - Regelmäßiger Spendenaufruf
    - Besondere Spendenkampagne
    - Wohltätigkeitsveranstaltung
    - Individuelle persönliche Ansprache
    - Erbschaftsmarketing
    - Devotionalienvertrieb/ Merchandising
  - Wie wird die Aktion durchgeführt (Mailing, Briefe, Telefonaktion, Anzeigenwerbung, etc.)?
9. Zuwendung holen
10. Dank an die Geber
11. Evaluierung der Maßnahmen
  - Was hat die Aktion gekostet und was hat sie eingebracht?
  - Hat sich der Aufwand gelohnt?

### **Für wen geeignet?**

Fundraising kann für verschiedene Anliegen geeignet sein:

- Beschaffung von Fahrzeuge in Form von Mannschaftsbussen mit Werbe-Beklebung
- Zuwendungen finanzieller Form aus Stiftungen (vor allem von Großkonzernen oder Instituten usw.)
- Unterstützung in personeller Form bei Zeitprojekten, bei welchen mit einem hohen Personalaufwand über einen längeren Zeitraum gerechnet werden muss, z. B. Nachmittagsbetreuung von Kindern und Jugendlichen.

### **Vorteile**

Es können sehr große Projekte realisiert werden.

### **Nachteile**

Sehr aufwendig, wenn alle Schritte detailliert durchgearbeitet werden.

### **Herausforderungen**

Ein umfassendes Konzept aufzustellen ist sehr aufwendig und umfasst viele Schritte. Es müssen außerdem geeignete Partner gefunden werden.

## Rechtliches

Zuwendungsbestätigung (umgangssprachlich Spendenbescheinigung/-quittung):

- Bei einem Betrag von unter 200 € ist keine Zuwendungsbestätigung nötig, hier reicht der Kontoauszug/ die Einzahlungsquittung.
- Für einen Betrag benötigt der Spender eine anerkannte Zuwendungsbestätigung (Vorlage: siehe Link unten).
- Verein muss Zweitschrift der Zuwendungsbestätigung 10 Jahre aufbewahren.
- Geldzuwendungen ordentlich im Kassenbuch verbuchen.
- Auf Zuwendungsbestätigung bestätigen, dass Spende ausschließlich für angegebenen steuerbegünstigten Zweck verwendet wird.

## Zeitlicher Aufwand

Bei genauer Durchführung steckt sehr viel Planungsaufwand hinter einer erfolgreichen Kampagne.

## Personeller Aufwand

Es wird hauptsächlich Personal für das Konzept und die Planung benötigt.

## weiterführende Links/ Informationen

<https://www.dfrv.de/services/fundraising-einstieg>

---

## Spenden

### Was ist das/ Definition

Nach Steuerrecht ist die Spende eine freiwillige Zuwendung, bei der es keinen Leistungsaustausch gibt. Der Spender erwartet also keine Gegenleistung für seine Spende.

### Es gibt verschiedene Arten von Spenden:

- Geldspende
- Sachspende
- Aufwandsspende (Verzicht auf Entgelt für erbrachte Leistung)

### Für wen geeignet?

Für alle Jugendfeuerwehren

### Vorteile

Es kann viel Geld mit wenig Aufwand generiert werden.

### Nachteile

Man ist von der Spendenbereitschaft abhängig. Es kann oft mühsam sein, willige Spender zu finden.

### Herausforderungen

Die Abgrenzung zum Sponsoring ist hier sehr schwierig. Erfolgt eine Gegenleistung (z. B. durch Werbung) ist es keine Spende mehr.

## Rechtliches

Spenden erfolgen oft mit dem Zweck, die Steuerlast zu senken. Diese sind aber nur dann absetzbar, wenn es sich um einen steuerbegünstigten Zweck handelt, diese sind in §52-54 der Abgabenordnung (AO) geregelt.

Zuwendungsbestätigung (umgangssprachlich Spendenbescheinigung/-quittung):

- Bei einem Betrag von unter 200 € ist keine Zuwendungsbestätigung nötig, hier reicht der Kontoauszug/ die Einzahlungsquittung.
- Für einen Betrag benötigt der Spender eine anerkannte Zuwendungsbestätigung (Vorlage: siehe Link unten).
- Verein muss Zweitschrift der Zuwendungsbestätigung 10 Jahre aufbewahren.
- Geldzuwendungen ordentlich im Kassenbuch verbuchen.
- Auf Zuwendungsbestätigung bestätigen, dass Spende ausschließlich für angegebenen steuerbegünstigten Zweck verwendet wird.

### **Zeitlicher Aufwand**

Gibt es bereits bekannte Spendengeber, ist der Aufwand relativ gering. Müssen neue Spender/innen gefunden werden, kann das Anfragen zeitraubender sein.

### **Personeller Aufwand**

Spender kommen in der Regel nicht auf die Jugendgruppe zu, sondern die Gruppe muss in geeigneter Form an die Spender herantreten.

Abhängig von der Spende sollte der Kontakt zum Spender natürlich auch gepflegt werden. Auch das Danke sagen an die Spende darf auf keinen Fall vernachlässigt werden. Dies sollte in einem persönlichen Besuch beim Spender, aber zumindest in einem persönlichen Dankschreiben erfolgen.

### **Finanzieller Aufwand**

Es entstehen in der Regel kaum Ausgaben.

### **weiterführende Links/ Informationen**

[https://www.finanzamt.bayern.de/Informationen/Formulare/Weitere\\_Themen\\_A\\_bis\\_Z/Spenden](https://www.finanzamt.bayern.de/Informationen/Formulare/Weitere_Themen_A_bis_Z/Spenden)

---

## **Sponsoring**

### **Was ist das/ Definition**

Sponsoring meint, dass ein Unterstützer (Unternehmen, Einzelperson, Stiftung) durch die Bereitstellung von Geld, Sachmitteln oder Dienstleistungen sich mit einer sozialen Organisation verbindet, um damit gleichzeitig Ziele des eigenen Unternehmens zu verfolgen (in der Regel Werbung).

Ziel ist, auf das Unternehmen, vornehmlich im Zusammenhang mit der Jugendfeuerwehr oder einem medienwirksamen Ereignis, aufmerksam zu machen.

„Unter Sponsoring wird üblicherweise die Gewährung von Geld oder geldwerten Vorteilen durch Unternehmen zur Förderung von Personen, Gruppen und/oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, wissenschaftlichen, sozialen, ökologischen oder ähnlich bedeutsamen gesellschaftspolitischen Bereichen verstanden, mit der regelmäßig auch eigene unternehmensbezogene Ziele der Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit verfolgt werden. Leistungen eines Sponsors beruhen häufig auf einer vertraglichen Vereinbarung zwischen dem Sponsor und

dem Empfänger der Leistungen (Sponsoring-Vertrag), in dem Art und Umfang der Leistungen des Sponsors und des Empfängers geregelt sind.“ (Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Sponsoring> )

### **Wie geht's?**

Die Jugendfeuerwehr geht auf (regionale) Firmen zu, ob diese die Jugendfeuerwehr unterstützen würden. Als Gegenleistung können sie mit der Jugendfeuerwehr werben bzw. tritt ihre Werbung bei der Jugendfeuerwehr in Erscheinung.

Beispiele:

- Die Firma finanziert Shirts für die Jugendfeuerwehr. Dafür kommt ein Werbeaufdruck der Firma auf das Poloshirt.
- Für eine Geld- oder Sachspende bekommt der Sponsor die Möglichkeit, bei Vereinsaktivitäten marketingmäßig in Erscheinung zu treten.
- Die Firma finanziert den Druck einer Jugendfeuerwehrzeitschrift und darf dafür ihre Werbung mit abdrucken.

### **Für wen geeignet?**

Geeignet ist Sponsoring dann, wenn man den Firmen eine konkrete Gegenleistung für ihre Leistungen bieten kann (Werbeaufdruck etc.) und die Aktion auch medienwirksam ist, sodass sich der Aufwand für das Unternehmen lohnt. Ideal ist es, wenn das Projekt einen Bezug zum Unternehmen hat.

### **Vorteile**

Kann man eine entsprechende Werbefläche bieten, lassen sich hohe Geldbeträge erzielen.

### **Nachteile**

Nur möglich, wenn man bereit ist, die entsprechende Gegenleistung zu leisten.

### **Herausforderungen**

Die Interessen der unterschiedlichen Partner müssen offengelegt werden. Eine vertragliche Regelung sollte den finanziellen Aufwand, die notwendige Öffentlichkeitsarbeit von beiden Seiten und die zeitliche Dauer des Engagements umfassen.

Es sollte bei der Auswahl darauf geachtet werden, dass die Firmen auch zur Jugendfeuerwehr passen (bspw. kein Alkohol oder Zigaretten).

### **Rechtliches**

Problem der Abgrenzung: Wann ist die Zuwendung eine Spende (also ein Geschenk) und wann ist es bereits Sponsoring, weil es mit öffentlichkeitswirksamen Interessen des Gebenden verknüpft ist?

### **Zeitlicher Aufwand**

Die Anfrage von geeigneten Partnern und die Abstimmung kann sehr zeitintensiv sein.

### **Personeller Aufwand**

In der Regel braucht es nur den Vorstand und den Kassier.

### **Finanzieller Aufwand**

In der Regel keiner.

## **Zuschuss durch die Kommune**

Auf Gemeindeebene ist für die Finanzierung der aktiven Feuerwehr die örtliche Gemeinde zuständig. Bei der Jugendfeuerwehr ist dies, was den Übungsbetrieb angeht, genauso. Als Beispiele kann hier der Jugendfeuerwehrschutzanzug genannt werden.

Wenn es jetzt um die Jugendarbeit in der Jugendfeuerwehr geht, gibt es einerseits den Feuerwehrverein, an den sich ein/e Jugendwart/in wenden kann, andererseits auch wieder die Gemeinde. Je nach Ort sind hier die Abläufe unterschiedlich. Ein erstes Gespräch mit dem/der Kommandant/in sollte immer geführt werden, auch um die Ansprechpartner zu klären. In den Gemeinden gibt es dann unterschiedliche Wege. Es gibt beispielsweise mancherorts klare Zuschussrichtlinien, anderenorts kann man auch einen Antrag in den Gemeinderat einbringen oder direkt mit dem/der Bürgermeister/in Kontakt aufnehmen.

### **Was ist das/ Definition**

Jede Gemeinde oder Stadt kann ihre Vereine und örtlichen Institutionen selbstständig fördern. Dies kann anhand von Förderrichtlinien oder auch Einzelfallentscheidungen, z. B. per Antrag im Gemeinderat, geschehen.

### **Für wen geeignet?**

Für jede Jugendfeuerwehr geeignet.

### **Vorteile**

Direkte, z.T. einfache und kurze Wege zu Finanzierungen und anderen Unterstützungsleistungen.

### **Nachteile**

Der Erfolg ist abhängig von den beteiligten Personen und Netzwerken.

### **Herausforderungen**

Man muss die jeweiligen Ansprechpartner und Verwaltungswege kennen.

### **Rechtliches**

Wenn die Förderungen auf Basis von Förderrichtlinien geschehen, müssen diese entsprechend erfüllt werden. Prinzipiell ist es so, dass nach dem bayerischen Gesetz zur Ausführung der Sozialgesetze, Art. 30, Absatz 1, Satz 1, die Gemeinden „entsprechend § 79 Abs. 2 SGB VIII im eigenen Wirkungskreis und in den Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit dafür sorgen, dass in ihrem örtlichen Bereich die erforderlichen Einrichtungen, Dienste und Veranstaltungen der Jugendarbeit (§§ 11, 12 SGB VIII) rechtzeitig und ausreichend zur Verfügung stehen. Das bedeutet, dass die Jugendarbeit auf kommunaler Ebene zu fördern ist. Wie hoch die Förderung ist, ist aber nicht definiert.

### **Zeitlicher Aufwand**

Abhängig von der örtlichen Regelung.

### **Personeller Aufwand**

Abhängig von der örtlichen Regelung.

### **Finanzieller Aufwand**

Abhängig von der örtlichen Regelung.

### **Ansprechpartner**

Abhängig von der örtlichen Regelung. Meist die Gemeinde-/ Stadtverwaltung. Als Informationsquelle kann der/die örtliche Kommandant/in dienen.

---

## **Förderung durch die Jugendringe**

### **Was ist das/ Definition**

In jedem bayerischen Landkreis und in jeder bayerischen kreisfreien Stadt gibt es einen Kreis- oder Stadtjugendring. Darüber gibt es die sieben Bezirksjugendringe sowie den Bayerischen Jugendring auf Landesebene. Sie haben unter anderem als Aufgabe, die Jugendverbände, zu denen auch die Jugendfeuerwehr Bayern gehört, zu fördern und zu beraten.

Bei den Förderungen ist zu beachten, dass die zugehörigen Richtlinien in allen Jugendringen etwas unterschiedlich sind.

Auf örtlicher Ebene sowie auf Kreisebene sind die Jugendringe ein guter Ansprechpartner zu allen Fragen der Jugendarbeit. Die Förderungen gelten jedoch zum Teil nur überörtlich, also erst bei Aktivitäten mit Teilnehmern aus mehreren politischen Gemeinden, da sonst in erster Linie die örtlich Kommune zuständig ist. Des Weiteren bieten viele Jugendringe einen Materialverleih an, den die jeweilige Jugendfeuerwehr auch einzeln nutzen kann, je nach Richtlinie. Zu beachten ist, dass für die Gewährung mancher Zuschüsse der jeweilige Kreisjugendfeuerwehrverband Mitglied im Kreis- oder Stadtjugendring sein muss.

Auf Kreisebene kann es auch für den/die Kreisjugendwart/in interessant sein, sich mit den Richtlinien zu befassen, da es vielerorts eine Grundförderung für die Kreisebene gibt.

### **Für wen geeignet?**

Für Beratungen ist jede Feuerwehr geeignet. Bei den Zuschüssen kommt es auf die örtlichen Regelungen an. Zum Teil werden nur überörtliche Maßnahmen gefördert.

### **Vorteile**

Meist einfach zu erfüllende Förderrichtlinien mit guten Fördersätzen. Es gibt außerdem gute Schulungs- und Beratungsangebote im Bereich der Jugendarbeit.

### **Nachteile**

Abhängig von der örtlichen Regelung.

### **Rechtliches**

Für viele Förderungen und Angebote muss der Kreis-/ Stadt-Jugendfeuerwehrverband Mitglied im Kreis-/ Stadtjugendring sein.

### **Zeitlicher Aufwand**

Abhängig von der örtlichen Regelung.

### **Fristen**

Abhängig von der örtlichen Regelung. Es lohnt sich, sich frühzeitig zu informieren.

### **Ansprechpartner**

Örtliche Kreis-/ und Stadtjugendringe, Kreis-/ Stadt-Jugendwar/innen



## Altmetallsammlung

Die Altmetallsammlung wird als Einnahmequelle für die Feuerwehrarbeit durchgeführt. Grundlage ist die Beteiligung der Bürger durch die kostenfreie Bereitstellung der Altmetalle. Diese Sammlung kann auf verschiedene Weise durchgeführt werden.

Variante 1: Feuerwehrmitglieder holen die Sachen ab

Variante 2: Der Bürger bringt die Sachen zu einer Sammelstelle der Feuerwehr

### **Checkliste**

#### **Variante 1:**

Organisatorisches:

- Einen Hauptverantwortlichen für die Organisation auswählen und Gremium bilden
- Abklärung Termin (günstiger Termin ist ein Samstag im Frühjahr oder Herbst, nicht in den Ferien)
- Abklärung des Standortes für die Alteisencontainer (fester Untergrund, gute Zugänglichkeit für großes Gerät und Fuhrwerke, evtl. geschützter Bereich gegen Alteisendiebe)
- Abklärung, welcher Schrotthändler Container stellt
- Abklärung der Zugfahrzeuge (Traktoren) und Anhänger (Rücksprache vorab mit Kfz-Versicherung!, Versicherung notiert den Termin, oft Vorgabe, dass Fahrer bei Sammlung über 18 Jahre sein muss und evtl. sogar Lkw-Führerschein besitzen muss)
- Zusätzlich mind. 1 Traktor mit Frontlader für Anheben von schweren Gegenständen
- Am Containerstandort evtl. Bagger zum Einladen sinnvoll bei größeren Sammlungen
- Abholung und Auswechseln der Container absprechen mit Schrottfirma (es muss immer ein Verantwortlicher erreichbar sein für Schrottfirma wegen Anlieferung und Abholung)

Öffentlichkeitsarbeit:

- Druck von Flyern für die Bürger mit Kontaktdaten (wichtig Telefonnummer für Rückfragen zu festen Zeiten und Schaltung AB). Alte Leute benötigen oft Tragehilfe für Gegenstände!
- Auf Flyer schreiben, was mitgenommen wird und was nicht!
- Notieren der Zeit, wann Sammlung beginnt. Telefon muss tagsüber besetzt sein für Anrufe der Bürger. Oftmals wird angerufen, dass etwas vergessen wurde.
- Keine ölverschmierten Sachen, keine Kühlschränke, keine Altreifen usw. Abklärung mit Schrottfirma
- Schalten von Anzeige
- Flyerverteilung durch Jugendfeuerwehr
- Werbung im Internet birgt die Gefahr von Anlocken der Alteisendiebe
- Sinnvoll, die Bürger darauf hinzuweisen, den Schrott erst am selben Morgen 8 Uhr vor die Türe zu stellen. Diebe haben es auf Buntmetalle Kupfer, Edelstahl, Alu, Batterien usw. abgesehen.

Sonstiges:

- Verpflegung und Mittagspause für Helfer einplanen
- Klärung, wer Kosten für Sprit übernimmt
- Sammlung bei Landratsamt vorher anmelden

Als besonders lukrativ hat es sich erwiesen, wenn der Schrott vorab sortiert wird in Buntmetalle. Extra Anhänger dafür bereitstellen, der in einen abgesperrten Bereich gefahren werden kann! Alu, Messing, Edelstahl, Kabelschrott, Altbatterien bringen sehr viel Geld. Die Mühe wird belohnt im Preis. Der Schrotthändler darf nicht Mischschrott abrechnen, weil der viel billiger wäre.

Oft muss der Anhänger nach der Sammlung selbst zum Schrotthändler gefahren werden, um ordnungsgemäß abrechnen zu können. Dafür Personal bereitstellen! Nicht über den Tisch ziehen lassen! Vorab über die aktuellen Edelmetallpreise informieren.

Batterien müssen in einer auslaufsicheren Wanne stehen.

Barauszahlung oder Überweisung vorab klären, ebenso Kontoinhaber. Bei Barauszahlung an Privat muss Personalausweis vorliegen.

### **Variante 2:**

Bereitstellung von Container an festen Standort durch Feuerwehr

Abprache Standort, Bereitstellung Container, Info an Bürger, Kontrollen, wann Container voll ist und geleert werden muss, Container kann längeren Zeitraum stehen, je nach Vereinbarung

### **Personeller Aufwand**

Je nach Größe des Ortes, bei 10.000 Einwohner wurden 6 Gespanne mit jeweils 4 Personen benötigt. Am Abladeplatz wird zusätzliches Personal benötigt. Extra Personal ebenfalls für die Verpflegung und die Besetzung der Telefonhotline.

### **Finanzieller Aufwand**

Der finanzielle Aufwand ist relativ gering. Spritkosten, Verpflegung, evtl. Zusatzversicherung

### **Materialaufwand**

- Ölbinder am Abladeplatz bereitstellen
- Besen, Schaufeln...
- Hebematerial (Ketten, Zurrgurte, Ladungssicherung)
- Warnwesten für alle Beteiligten

### **Vorteile**

Hohe Gewinne bei guter Bürgerbeteiligung

### **Nachteile**

Viel Organisationsaufwand und Manpower

### **Herausforderungen**

Gute Kontakte zu Landwirten wird benötigt. Mitglieder müssen motiviert werden.

### **Rechtliches**

- Meldung an Landratsamt wegen Genehmigung
- Abklärung Versicherung
- Einhaltung Jugendschutzgesetz
- Einhaltung STVO (kein Mitfahren auf dem Traktoranhänger, kein Mitfahren auf der Ackerschiene etc.)

---

## **Autowaschen**

Die Jugendfeuerwehr kann anbieten, gegen ein Entgelt/Spende Autos zu waschen. Dafür kann man zum Beispiel bei einer örtlichen Autowaschstation nachfragen, ob diese sich beteiligen möchte oder man sucht einen anderen geeigneten Ort (Wasseranschluss, Ölabscheider,...).

Evtl. kann die Aktion noch durch Kuchen-/ Getränkeverkauf ergänzt werden (siehe Kuchenverkauf; Getränkeverkauf)

### **Checkliste**

- Passender Ort (Ölabscheider, Wasseranschluss ...)
- Deckt die Versicherung die Aktion ab? (Schäden am Auto ...)
- Welches Material wird benötigt? (Schwämme, Lappen, Poliertücher ...)
- Werbung (wo und wann wird für die Aktion geworben?)

### **Aufgaben**

- Werbung
- Materialbesorgung
- Ort herrichten
- Autowaschen
- Kassieren
- Aufräumen

### **Personeller Aufwand**

Die Vorbereitung besteht zum Großteil aus Organisation, der Werbung und der Materialbesorgung. Während der Aktion werden einige Personen benötigt (Autowaschen 2-3 Personen pro Waschstation, Organisation, Kassieren ...). Je nach Länge der Aktion kann es außerdem sinnvoll sein, Schichten einzuteilen.

### **Finanzieller Aufwand**

Kosten entstehen bei folgenden Posten: Werbung, Wasser, Strom, Material (Schwämme, Lappen, Putzmittel, evtl. Miete)

### **Vorteile**

Relativ geringer Kosteneinsatz. Lockerer Aktion, die Spaß macht.

### **Nachteile**

Gewinn ist im mittleren Bereich (kann aber bspw. mit Getränkeverkauf etc. gesteigert werden).

### **Herausforderungen**

Die Aktion ausreichend bekannt zu machen, um so genügend Kunden zu erreichen.

### **Rechtliches**

Die Versicherungsfrage sollte geklärt sein.

---

## **Christbaum-Lieferung**

Die Jugendfeuerwehr bietet gegen Spende eine Lieferung des Christbaums nach Hause an.

### **Checkliste**

- Auto mit Anhänger
- Markierungen für den Christbaum, um die Adressen zu notieren

### **Aufgaben**

- Beim Christbaumstand müssen die Adressen erfasst werden. Anschließend müssen die Christbäume beschriftet und verladen werden.
- Eine zweite Gruppe liefert die Christbäume aus und sammelt die Spenden ein.

### **Personeller Aufwand**

2-3 Personen beim Christbaumverkauf

3-4 Personen pro Auto

### **Vorteile**

Es ist eine schöne Aktion in der Vorweihnachtszeit, um noch einmal auf die Jugendfeuerwehr aufmerksam zu machen.

### **Nachteile**

Es wird ein Auto mit Anhänger + Fahrer benötigt.

## **Ernteaktion**

Bei der Ernteaktion wird Obst oder Gemüse von den Jugendlichen geerntet und selber vermarktet. Die Bereitstellung z. B. der Obstbäume erfolgt durch freundliche Bürger. Die dabei geernteten Früchte darf die Feuerwehr selbst für Ihre Zwecke verwenden.

### **Checkliste**

- Kontakte zu Bürgern herstellen
- Tag für Ernte ansetzen
- Getränke bereitstellen
- Kleines Geschenk für Spender vorbereiten
- UVV Leitern, FwDV 10
- Behälter und Werkzeuge bereithalten
- Überlegen, ob und wie Ware verarbeitet werden muss! Schnellverderbliche Güter verarbeiten, z. B. zu Marmelade oder Saft
- Organisation von "Verkaufsstand", z. B. Äpfel auf Spendenbasis usw.
- Ort für Stand klären (Feuerwehrhaus?), Kasse bereitstellen, Wechselgeld, Schilder, Jugendwerbung, Verpackungsmaterial (Papiertüten, Stoffbeutel etc.)

### **Aufgaben**

- Ernte
- Transport
- ggf. die Verarbeitung
- Werbung für die Aktion
- Verkauf

### **Personeller Aufwand**

Gering bei "reiner" Ernte. Etwas höher, wenn das Obst noch verarbeitet wird.

### **Finanzieller Aufwand**

gering

### **Materialaufwand**

gering

### **Vorteile**

Es kann mit geringem Material- und Kosteneinsatz Geld generiert werden. Schöne Gemeinschaftsaktion.

### **Nachteile**

Es müssen Erntemöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden. Die Ernte ist nicht jedes Jahr gleich erfolgreich.

### **Rechtliches**

Bei der Verarbeitung der Lebensmittel müssen die Hygienebestimmungen beachtet werden.

---

## **Floriansbrot**

Kooperation mit einem örtlichen Bäcker zum Backen und Verkauf von Floriansbrot bzw. Floriansbrötchen. Spende eines festvereinbarten Geldbetrages je verkauftem Laib Brot an die Jugendfeuerwehr.

Die Aktion ist eine Kooperation des Deutschen Feuerwehrverbandes und der Deutschen Jugendfeuerwehr mit der Konditorengenossenschaft BÄKO und dem Zutatenhersteller CSM Ingredients.

### **Checkliste**

- Es muss eine Bäckerei gefunden werden, die eine Kooperation eingehen möchte.
- Pressetermin mit Bäckerei muss vereinbart werden.
- Es sollte Werbung in den örtlichen Pressemedien gemacht werden.
- Nach Abschluss sollte ein weiterer Pressetermin zur Spendenübergabe stattfinden.

### **Aufgaben**

Für Werbezwecke zumindest mit einem Teil der Jugendgruppe/Jugendgruppen zur Verfügung stehen.

### **Personeller Aufwand**

sehr gering

### **Finanzieller Aufwand**

sehr gering

### **Vorteile**

Werbung für die Jugendfeuerwehr in der Bäckerei vor Ort, aber auch überörtlich.

---

## **Hydrantenpflege**

Die Hydranten in den jeweiligen Einsatzgebieten müssen regelmäßig geprüft und gewartet werden. Vielerorts geschieht das durch die jeweiligen Wasserwerke. Es kann aber auch durch die Feuerwehr in Absprache mit der jeweiligen Gemeinde/Stadt durchgeführt werden. Hierbei kann eine Abmachung zur Aufwandsentschädigung der Feuerwehr, z. B. je Hydranten, getroffen werden.

### **Checkliste**

- Welche Hydranten gibt es und wo sind diese? (Hydrantennetzplan erforderlich)
- Wie sind die Vorgaben zum Prüfen?
- Was soll neben der Prüfung noch gemacht werden?
- Wie wird die Prüfung dokumentiert?

### **Aufgaben**

Je nach Vorgaben sind die Prüfungen durchzuführen und zu dokumentieren.

### **Personeller Aufwand**

Gruppen mit zwei bis drei Personen sollten die Prüfung durchführen. Je nach Größe der Gemeinde braucht es entsprechend viele Gruppen.

### **Materialaufwand**

Je nach Abstimmung mit der zuständigen Gemeinde/Stadt wird der Materialaufwand übernommen. Dieser ist abhängig von den Aufgaben.

### **Vorteile**

Bei der Hydrantenprüfung muss unter anderem der Hydrant in Betrieb genommen werden, ähnlich wie im Einsatz, wodurch dieser Teil gleich geübt wird. Man kennt die Standorte der Hydranten, was im Einsatzfall hilfreich ist.

Je nach Aufwandsentschädigung und Hydrantenanzahl ist es eine sichere Einnahmequelle.

### **Nachteile**

Zeitaufwand abhängig vom Hydrantenzustand und den übertragenen Aufgaben.

### **Herausforderungen**

In dem vorgegebenen Zeitraum müssen die übertragenen Hydranten geprüft werden.

### **Rechtliches**

Die Prüfung muss dokumentiert werden. Wenn in Gruppen gearbeitet wird, muss die Aufsichtspflicht sichergestellt werden und es muss auf die Sicherheit der Jugendlichen geachtet werden, wenn die Hydranten im Straßenbereich liegen. Weitere rechtliche Punkte sind mit der Gemeinde/Stadt zu klären.

---

## **Losbude**

Um Geld für die Jugendfeuerwehr zu generieren, werden oft Losbuden, Tombolas oder ähnliche Aktionen in Betracht gezogen. Alle diese Aktionen können unter das Glücksspielgesetz fallen, daher sollte der Abschnitt „Rechtliches“ genau gelesen werden.

### **Checkliste**

- Passender Rahmen (Stadtfest, Markt, Tag der offenen Tür etc.)
- Auswahl der genauen Aktion (Losbude, Glücksrad ...)
- Organisieren der Preise
- Anfrage bei Firmen und Betrieben nach Sach- oder Geldspenden
- Basteln von Preisen

### **Aufgaben**

- Organisation der Preise
- Vorbereitung des Standes
- Betreuung des Standes

### **Personeller Aufwand**

Eher gering. Am meisten Zeit dürfte die Beschaffung der Preise kosten.

### **Finanzieller Aufwand**

Gering.

### **Rechtliches**

Losbuden und Tombolas können unter das Glücksspielgesetz fallen. Hier gibt es die genaue Regelung und Hinweise:

<https://www.freistaat.bayern/dokumente/leistung/886653460284?plz=86633&behoerde=93220053467&gemeinde=328968647676>

## **Kuchenverkauf**

Verkauf von selbst gebackenem Kuchen.

### **Aufgaben**

Trennung der Einsatz Tätigkeiten zur Verminderung des Kontaminationsrisikos:

- Speisezubereitung (Liste, wer welche Lebensmittel mitbringt)
- Kassieren (falls vorgesehen) auf jeden Fall von Speisen-/Getränkeausgabe trennen
- Speisenausgabe
- Getränkeausgabe
- Nach-/Auffüllaufgaben
- Reinigungstätigkeiten, Aufräumarbeiten, Abfallentsorgung

### **Checkliste**

Verkaufstheke/ Standplanung (falls vorgesehen):

- Außenbereich, nicht in der prallen Sonne, nicht in unmittelbarer Nähe von Parkplätzen, Mülltonnen, Toilettenanlagen, Gullys, auf festen Untergrund achten
- Innenbereich: nicht unter einem Treppenaufgang, nicht in der Nähe von Türen

Standbeschaffenheit:

- Nach Möglichkeit allseitig umschlossen, Verkaufsseite offen, bei Selbstbedienungstheken muss ein Husten- und Spuckschutz vorhanden oder das Lebensmittelangebot abgedeckt sein.
- Schutzdach

- Saubere Abstellflächen
- Sinnvolle Anordnung bezüglich Reihenfolge von Speisezubereitung u. -ausgabe, Teller, Servietten, Besteckausgabe
- Fließendes Wasser mit Becken (z. B. großer Kanister mit Hahn und Auffangschüssel)
- Ordentliche Reinigung mit heißem Wasser muss sichergestellt sein
- Bedarf an Ausstattung ermitteln (Kochgeräte, Geschirr, Besteck)
- Entsorgungsmöglichkeiten schaffen

Ausreichend Kühlmöglichkeiten einplanen

- Auf Trennung von Getränken und leicht verderbliche Lebensmittel achten

Lagerungsplatz einplanen

- Lebensmittel nicht auf Boden und frei von äußeren Einflüssen lagern

Auf persönliche Hygiene, vor allem Handhygiene achten

- Sauberkeit, keine Tiere, nicht rauchen, nicht auf Lebensmittel husten und niesen!
- Saubere Arbeitsflächen, saubere Spüllappen, Geschirrtüchern und Arbeitskleidung

Weitere Infos: "Hygiene-Checkliste" für ehrenamtliche Helfer des Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz:

[https://www.bestellen.bayern.de/application/applstarter?APPL=eshop&DIR=eshop&ACTIONxSETVAL\(artdtl.htm,APGXNODENR:1350,AARTxNR:stmuv\\_lm\\_0002,AARTxNODENR:344738,USERxBODYURL:artdtl.htm,KATALOG:StMUG,AKATxNAME:StMUG,ALLE:x\)=X](https://www.bestellen.bayern.de/application/applstarter?APPL=eshop&DIR=eshop&ACTIONxSETVAL(artdtl.htm,APGXNODENR:1350,AARTxNR:stmuv_lm_0002,AARTxNODENR:344738,USERxBODYURL:artdtl.htm,KATALOG:StMUG,AKATxNAME:StMUG,ALLE:x)=X)

### **Personeller Aufwand**

Mittel. Für das Backen der Kuchen werden einige Personen benötigt. Auch für den Stand werden pro Schicht etwa 5-8 Personen benötigt.

### **Finanzieller Aufwand**

Bei gespendeten Kuchen gering. Kosten für Kaffeepulver und Filter, Milch oder Sahne, Servietten, Zucker

### **Materialaufwand**

Folgendes Material wird benötigt:

- Kuchenteller
- Kaffeetassen
- Kaffeelöffel und Kuchengabeln
- Tortenheber
- Kaffeemaschine
- Kühlschränke
- ggf. Pappteller und Alufolie (für Kuchen "to go")
- Spülmittel, Lappen, Geschirrtücher
- Kasse mit Wechselgeld

### **Vorteile**

Keine großen Kosten für Kuchen, da Kuchen gespendet werden.

### **Nachteile**

umfangreiche Hygieneanforderungen



## **Herausforderungen**

Es muss eine passende Gelegenheit gefunden werden (Stadtfest, Tag der offenen Tür, Markt ...). Genügend Kühlmöglichkeiten zu schaffen, kann je nach Standort auch schwierig werden.

## **Rechtliches**

Ggf. beim Landratsamt anfragen, welche Anforderungen gestellt sind. Wer Lebensmittel herstellt, behandelt oder in den Verkehr bringt, trägt die Verantwortung für die Gesundheit und das Wohlbefinden aller Teilnehmenden und Gäste! Er hat Sorge zu tragen, dass die hygienischen Grundregeln eingehalten und die lebensmittelrechtlichen Anforderungen beachtet werden und haftet dafür.

---

## **Marmeladenverkauf**

Die Jugendlichen verarbeiten gespendete Früchte zu einem Fruchtaufstrich und vertreiben sie selbst. Die fertigen Gläser werden gegen eine Spende unter die Leute gebracht. Man braucht einen Spender, der seinen Obstbaum (Kirsche, Zwetschge, Mirabelle usw.) gratis zur Verfügung stellt -> siehe Ernteaktion

### **Aufgaben**

#### 1. Termin:

Am ersten Termin findet die Ernte statt. Auf UVV achten! Genügend Kisten für das Obst bereitstellen. Anschließend das Obst für die Verarbeitung oder für das evtl. Einfrieren vorbereiten. Dies kann ein weiteres Team parallel im Gerätehaus machen (Aufsichtsperson stellen). Material für Konservierung muss bereits vor Ort sein. Saubere keimfreie gespülte Gläser, Einmachzucker, Töpfe zum Kochen, evtl. Gefrierbeutel usw.

#### 2. Termin:

An einem weiteren Termin werden Etiketten selbst gestaltet und kleine Stoffdeckel ausgeschnitten mit Zickzackscheren. Die Etiketten auf die bereits abgekühlten Gläser kleben und mit den Stoffresten oben am Deckel verzieren.

Info: Mit den Kirschkernen können auch kleine Kirschkernkissen hergestellt werden.

#### 3. Termin:

Errichten eines Standes zum Vertrieb der Ware. Schilder malen „auf Spendenbasis“. Infostand gleich mit Jugendwerbung (viele Bilder der Ernteaktion) ausstatten. Wetter- und windgeschützten Platz suchen.

Kleine Spendenkasse aufstellen, trotzdem Wechselgeld bereithalten und viel lächeln!

Günstig ist es, einen Termin zu wählen, an dem schon viel Publikumsverkehr herrscht (Tag der offenen Tür, Schauübung ...)

### **Personeller Aufwand**

mittel

### **Finanzieller Aufwand**

gering

### **Materialaufwand**

Für die Marmelade:

- Saubere keimfreie gespülte Gläser
- Einmachzucker
- Töpfe zum Kochen
- evtl. Gefrierbeutel usw.

Für die Etiketten:

- Etiketten selbstklebend
- Drucker

Für die Verpackung:

- Schnüre
- alte Stoffreste
- Zickzackschere zum kreisförmigen Ausschneiden

Für Kirschkerne:

- Stoff
- Nähgarn
- Nähmaschine
- Essig zum Auskochen der Kirschkerne
- kleiner Zettel mit Hinweis der max. Erwärmungstemperatur

### **Vorteile**

Nach Verarbeitung ist das Obst länger haltbar, muss nicht umgehend verkauft werden.

### **Nachteile**

Küche muss vorhanden sein

### **Herausforderungen**

Auf Sauberkeit achten, Gläser vorher auskochen, Hygiene

### **Rechtliches**

Marmelade ist ein geschützter Begriff. Daher sollte der Name "Fruchtaufstrich" verwendet werden.

## **Schauübung**

An einem öffentlichen Platz zeigt die (Jugend-)Feuerwehr ihr Können. Das kann der Öffentlichkeitsarbeit und der Mitgliederwerbung dienen. Es können aber auch Spenden gesammelt oder durch den Verkauf von Getränken Geld verdient werden.

### **Checkliste**

- Planung der Übung (was wird gezeigt)
- öffentlichen Ort überlegen und abfragen, ob Übung dort stattfinden kann
- Öffentlichkeitsarbeit
- Spendensammlung/ Verkauf vorbereiten
- Die Übung kann noch durch einen Infostand oder eine Übung der Freiwilligen Feuerwehr ergänzt werden

### **Personeller Aufwand**

Bei der Übung sollten möglichst alle Jugendlichen teilnehmen.

**Finanzieller Aufwand**

gering

**Materialaufwand**

gering

**Vorteile**

Durch die Schauübung kann man auch viel öffentliche Aufmerksamkeit generieren.

**Nachteile**

Der finanzielle Gewinn ist eher gering.