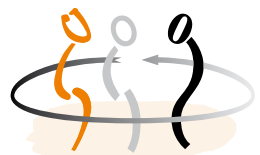


Handreichung
zur Öffentlichkeitsarbeit
der Kampagne

ge **S** Freunde **u**cht

Antworten auf häufig gestellte Fragen



**Freundeskreise
für Suchtkrankenhilfe**

Vorwort

Liebe Freundeskreislerinnen, liebe Freundeskreisler,

im Arbeitskreis „Öffentlichkeitsarbeit“ des Bundesverbands der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe waren wir zwei Jahre lang damit beschäftigt, eine Kampagne zu entwickeln, die die Freundeskreise „in aller Munde“ bringt – das heißt unsere Arbeit in den Freundeskreisen für Suchtkrankenhilfe bekannter macht. Darüber haben wir auch bereits im „Freundeskreis Journal“ berichtet.

Mit dieser Handreichung stellen wir euch jetzt die Kampagne im Detail vor und beantworten Fragen, die für die praktische Umsetzung interessant sein können. Die Handreichung soll anregen, unterstützen und aufzeigen, wie die Werbung für die Freundeskreise vor Ort und in den Landesverbänden mit Hilfe von eigens erstellten Filmen und dem Verteilmagazin „Freunde gesucht“ möglich werden kann.

Die Wichtigkeit der Selbsthilfe für die Behandlung von suchtkranken Menschen zeigt die aktuelle Statistik, die durch das Blaue Kreuz in Deutschland, das Blaue Kreuz in der Evangelischen Kirche, den Bundesverband der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe, die Guttempler und den Kreuzbund erhoben wurde: Jeder fünfte Suchtkranke findet allein durch den regelmäßigen Besuch einer Sucht-Selbsthilfe zur abstinenten Lebensweise.

Dies ist ein Pfund, mit dem wir wuchern können und auch sollten! Sucht-Selbsthilfe ist ein wichtiger Beitrag zum gesunden Leben. Wir Freundeskreise leisten mit unserem Gruppenangebot hierzu einen wichtigen Beitrag. Mit dem Slogan der Kampagne „Freunde gesucht“ können wir Menschen auf sympathische Art und Weise ansprechen und uns in der Öffentlichkeit zeigen.

Wir bedanken uns herzlich bei der BARMER für die Förderung unserer Kampagne „Freundeskreise bekannter machen“. Jetzt ist es an uns allen im Verband, etwas daraus zu machen.

Im Namen der Mitarbeitenden im Arbeitskreis „Öffentlichkeitsarbeit“ wünsche ich viel Erfolg und hilfreiche Anregungen dazu in dieser Broschüre.

*Elisabeth Stege, stellv. Vorsitzende
des Bundesverbands der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe*

Herausgeber:

Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe – Bundesverband e.V.
Selbsthilfeorganisation
Untere Königsstr. 86, 34117 Kassel
Tel. 0561 78 04 13, Fax 71 12 82
mail@freundeskreise-sucht.de
www.freundeskreise-sucht.de

Mitgliedschaften:

Diakonie Hessen – Diakonisches Werk in Hessen und Nassau und Kurhessen-Waldeck e.V.; Gesamtverband für Suchthilfe e.V. – Fachverband der Diakonie Deutschland; Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V.

Redaktion:

Ute Krasnitzky-Rohrbach und Lothar Simmank mit dem Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit: Ingrid Jepsen, Manfred und Gertrud Kessler, Catherine Knorr, Wolfgang Staubach, Elisabeth Stege

Verantwortlich i.S.d.P.:

Andreas Bosch, Vorsitzender

BARMER

Diese Broschüre, die im Projekt „Freundeskreise bekannter machen“ entstanden ist, wird im Rahmen der Selbsthilfeförderung nach § 20 h Sozialgesetzbuch V finanziert durch die BARMER. Gewährleistungs- oder Leistungsansprüche gegenüber den Krankenkassen können daraus nicht erwachsen. Für die Inhalte und Gestaltung sind die Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe – Bundesverband e.V. verantwortlich.

Allgemeine Fragen zur Kampagne

geSucht Freunde

Warum eine Imagekampagne für die Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe?

Die Gründe sind vielfältig, aber die Analyse ist eindeutig: Der Bekanntheitsgrad der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe in der breiten Öffentlichkeit ist gering. Andere Organisationen im Bereich der Sucht-Selbsthilfe sind bekannter. Den Freundeskreisen fehlt der Markencharakter.

Der eigentlich sympathische und zeitgemäße Sucht-Überwindungsansatz „Freundschaft“ ist allerdings öffentlich nur schwer vermittelbar.

Als Kommunikationsziel für eine Imagekampagne, die Ende 2019 bundesweit anlaufen soll, formulierte der Arbeitskreis „Öffentlichkeitsarbeit“ eine simple Formel: „Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe – offen für dich. Herzlich willkommen!“

In dem Projekt soll es also darum gehen, den Namen „Freundeskreise“ mit Leben zu füllen – plausibel für Menschen innerhalb und außerhalb der Freundeskreise.

Was ist das Ziel?

Zusammengefasst lauten die Ziele des Projekts:

- Den Selbsthilfe-Ansatz im Gesundheitswesen bekannter machen.
- Mit zeitgemäßen Medien für die Sucht-Selbsthilfe-Angebote der Freundeskreise werben und dazu einladen.
- Den Bekanntheitsgrad der Organisation steigern.
- Ein internes Bewusstsein für effektive Öffentlichkeitsarbeit aufbauen.

Welche Botschaft soll vermittelt werden?

Unter dem Slogan „Freunde gesucht“ – dazu wurde ein Aktionslogo entwickelt (s. linke Seite) – werden über verschiedene Medien Menschen mit dem sympathischen Thema „Freundschaft“ konfrontiert.

Dass hinter diesem Angebot die Organisation der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe steht, wird erst auf den zweiten Blick erkennbar. Letztlich sollen über diesen Weg Suchtgefährdete, Abhängige und Angehörige (Partner/innen von Abhängigen, Eltern von Kindern, die Suchtmittel konsumieren, erwachsene Kinder, die Sucht in der Herkunftsfamilie erlebt haben – also Menschen, die mit einem suchtkranken Menschen eng verbunden sind) in die Selbsthilfe-Gruppen eingeladen werden – offensiver als bisher.

Wer soll erreicht werden?

Als primäre Zielgruppe für die Werbemittel der Freundeskreis-Kampagne wurde die Generation der „Best Ager“ ins Visier genommen – Menschen über 50.

Dies entspricht den realen Gegebenheiten, denn Freundeskreisen mit einem Altersdurchschnitt der Mitglieder um die 60 Jahre kann es nicht gelingen, glaubhaft eine jugendgemäße Kampagne ins Leben zu rufen. Aber natürlich werden auch jüngere Menschen von der Kampagne angesprochen.

Welche Werbemittel gibt es?

Das Paket zur Kampagne besteht aus audiovisuellen Elementen, aus Online- und Printmedien.

Über eine professionelle Agentur wurden drei Filme mit Protagonisten aus den Freundeskreisen für Suchtkrankenhilfe produziert:

- a) fünf **Werbespots** (jew. ca. 30 bis 60 Sek.) zum Thema „Freundschaft“ für den bundesweiter Einsatz in der Kinowerbung, auf YouTube und in Social Media-Kanälen
- b) ein **Imagefilm** (5'50 Min.) über Organisation, Arbeitsweise und Erfolge der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe zum Einsatz auf Internetseiten u.v.m.
- c) ein **Erklärvideo** (im Cartoon-Stil ca. 1'10 Min.) „So funktioniert die Selbsthilfe bei den Freundeskreisen“, ebenfalls zum bundesweiten Einsatz auf FK-Internetseiten von Freundeskreisen und Landesverbänden u.v.m.

Dazu kommt eine **Landingpage** (also eine temporäre Internetseite für die Kampagne), deren Adresse z.B. am Ende des Werbespots eingeblendet wird zur niedrigschwelligen Kontaktaufnahme für Interessierte mit dem Angebot der Freundeskreise.

Im Sinne des Kampagnen-Kommunikationsziels lautet die Adresse www.freundegesucht.de. Von hier aus wird verlinkt auf weitere Freundeskreis-Angebote (Homepage, Chat, Adressen) im Internet.

Ein 16-seitiges **Verteilmagazin** mit dem Titel „Freunde gesucht“ enthält vertiefende Informationen zu den Themen „Sucht“ und „Freundschaft“, die leicht lesbar und unterhaltsam präsentiert werden. Das Magazin wird den Landesverbänden zur eigenen Verteilung zur Verfügung gestellt.

Weitere Exemplare können bei Bedarf nachgedruckt werden. In der Modellregion Kassel soll das Magazin am Samstag, 12. Oktober 2019, der Tageszeitung Hessische/Niedersächsische Allgemeine (HNA) einmalig beigelegt werden. Die Ergebnisse dieser Aktion sollen im Hinblick auf ihre Wirksamkeit ausgewertet werden.

Wann startet die Kampagne?

Eine **Kick-Off-Veranstaltung** in Kassel macht am 10. Oktober 2019 den bundesweiten Start der Kampagne öffentlich. Dazu gibt es eine Pressekonzferenz mit dem Freundeskreis-Bundesvorstand, eine Kinoveranstaltung, eine Tageszeitungsbeilage des Magazins „Freunde gesucht“ in der Modellregion Kassel. Ziel ist es, die Aktion in der Folge an möglichst vielen Orten mit eigenen Veranstaltungen der örtlichen Freundeskreise zu starten. Zur lokalen Umsetzung können die Gruppen den Text der Pressemitteilung nutzen.

Wer kann die Werbemittel einsetzen?

Die genannten Werbemittel können und sollen **ab Oktober 2019** einzeln – oder idealerweise als Paket – zur lokalen Umsetzung der Kampagne von allen Freundeskreis-Gruppen und Landesverbänden genutzt werden.

Wo kriegt man das Verteilmagazin her?

Es stehen den Freundeskreisen für Suchtkrankenhilfe für die bundesweite Verteilung ca. 50.000 Exemplare des Magazins „Freunde gesucht“ zur Verfügung. Diese können bei den Landesverbänden angefordert werden. Werden für einzelne Aktionen mehr Exemplare gebraucht, kann die Druckdatei zur Produktion auf eigene Kosten zur Verfügung gestellt werden.

Welche Kosten kommen auf die Gruppen zu?

Die Filme stehen kostenlos auf dem **YouTube-Kanal** der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe zur Verfügung und können heruntergeladen und/oder mit der eigenen Webseite verlinkt werden. Ebenso kann die Webseite www.freundegesucht.de verlinkt werden. Hier entstehen keine Kosten. Das Verteilmagazin „Freunde gesucht“ kann gegen Erstattung der Porto- und Verpackungskosten bestellt werden.

Auf der folgenden Doppelseite sind die einzelnen Elemente der Kampagne im Überblick zu sehen.

Freunde geSucht

Logo der Imagekampagne



Kommunikationsziel
(Die Botschaft)

soziale Medien, Kinowerbung, Presse, Events

Medieneinsatz

emotionalisierend

sachlich informierend

aktivierend



Werbepot



Imagefilm



Erklärvideo



Landingpage
freundegesucht.de



FK-Homepage,
Adressen



Magazin



Freundeskreis-
Selbsthilfe-
gruppe



Die Freundeskreise wollen Menschen der Generation
„Best Ager“ Perspektiven ohne Suchtmittel anbieten.

Marketingziel (Das „Verkaufsziel“)

Wie kann man die Filme einsetzen?

Wozu ein Werbespot?

Emotionale Ansprache: Fünf 30- bis 60-sekündige Filme zeigen in verschiedenen Varianten berührende Aussagen von Freundeskreis-Mitgliedern zur Frage „Was ist für mich ein guter Freund?“ und versucht über diesen Weg ein großes Publikum anzusprechen.

Der Zuschauer erfährt nur durch eine Unterzeile, dass es hier um den Zusammenhang der Themen „Freundschaft“ und „Sucht“ geht. Im Abspann weist das Logo „Freunde gesucht“ auf die gleichnamige Webseite hin. Hier findet man Informationen und (über die Suchmaschine) lokale Adressen zu den Freundeskreisen für Suchtkrankenhilfe. Die Filme können mit der eigenen Homepage verlinkt werden.

Wie macht man Kinowerbung?

Im Umfeld von kommerzieller Werbung im Kino lässt der audiovisuelle Hinweis auf die Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe aufhorchen, weil es plötzlich eben nicht um käufliche Waren oder Dienstleistungen geht, sondern es wird das „Gefühl der Freundschaft“ auf die Leinwand gebracht.

Wer für seine Gruppe im Kino werben will, sucht am besten ein eher kleineres Kino aus mit einem anspruchsvolleren Programm. Hier findet man eine eher ältere Zielgruppe, die Aufnahmebereitschaft ist höher und die Preise niedriger. Erkundigen Sie sich, was das Abspielen eines Werbespots für einen begrenzten Zeitraum kostet und buchen Sie die Kinowerbung. (Eine Alternative wäre: Monitor-Werbung in öffentlichen Verkehrsmitteln.)

Mit einer zusätzlichen Texttafel kann man direkt nach dem Werbespot die Adresse der örtlichen Freundeskreis-Gruppe einblenden lassen, so dass die Gruppe bekannter wird und eine direkte Kontaktaufnahme möglich ist.

Frage, ob das zur Aktion gehörige Verteilmagazin „Freunde gesucht“ während der Aktionszeit im Kino-Foyer ausgelegt werden darf. Stempel die Gruppenadresse auf das Magazin oder lege ein Faltblatt deiner örtlichen Gruppe bei.

Wozu ist das Erklärvideo?

Vielen Menschen ist der Selbsthilfe-Gedanke fremd. Erst recht, wenn es um das Problem „Sucht“ geht: Kann es funktionieren, dass Abhängige sich gegenseitig zu einem suchtfreien Leben verhelfen? Ist dieser Weg erfolgversprechend?

Der 1‘10-minütige Film im Cartoon-Stil erklärt in Kurzform die wichtigsten Mechanismen der Selbsthilfe und zeigt Menschen in einer Gruppensituation im Freundeskreis für Suchtkrankenhilfe. Anders als ein Faltblatt oder eine Broschüre spricht die Darstellung in bewegten Bildern unmittelbar an. Der Film kann mit der eigenen Homepage verlinkt werden.

Wozu ist der Imagefilm?

Der Name „Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe“ wird nicht wenigen Menschen im Zusammenhang mit der Kampagne zum ersten Mal begegnen. In dem kurzen Imagefilm (5‘50 Minuten) wird die Organisation vorgestellt, Repräsentanten kommen zu Wort, Fachleute aus der Suchthilfe berichten über ihre guten Erfahrungen mit den Freundeskreisen.

Das trägt zu einer Vertrauensbildung bei, die nötig ist, um ein positives Bild von den Freundeskreisen in der Öffentlichkeit zu erzeugen. Der Film kann mit der eigenen Homepage verlinkt werden.

Alle Filme findest du auf dem YouTube-Kanal der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe:  <https://www.youtube.com/channel/UC5EhCU1biQgWPDdQaedta0A>

Wozu wird die Landingpage gebraucht?

www.freundege sucht.de

Unter dieser Adresse findet man eine einfache Webseite (ohne Untermenüs) mit schnell zu konsumierenden Informationen über den Anbieter der Filme, den Bundesverband der Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe. Hier landen Interessierte, die nach dem Anschauen des Werbespots neugierig geworden sind und mehr über den Anbieter wissen wollen.

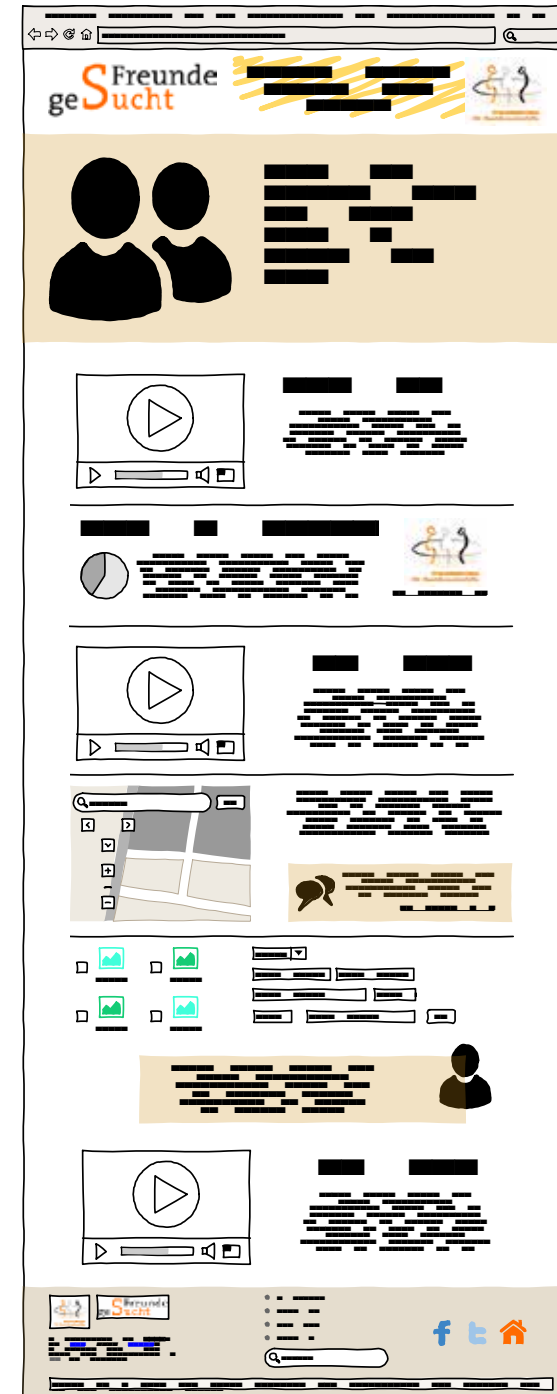
Über die verlinkte **Suchmaschine** sind die lokalen Adressen der Freundeskreisgruppen auffindbar.

Die Webseite kann mit der eigenen Homepage verlinkt werden. Außerdem sind hier alle drei **Filme** zu sehen.

Der Link zum **Freundeskreis-Chat** ermöglicht Nutzern eine niederschwellige anonyme Kontaktaufnahme.

Über ein **Bestellformular** können gedruckte Materialien der Freundeskreise angefordert werden: zum Beispiel das Verteilmagazin „Freunde gesucht“, das Falblatt „So hilft Selbsthilfe“ oder die Broschüre „Kindern von Suchtkranken Halt geben“.

ACHTUNG: Die Adressen der Besteller dürfen nicht auf Dauer gespeichert und auch nicht weitergegeben werden, sondern werden nur für den Versand des Materials genutzt.



Kopfbereich: Hier finden sich das Kampagnenlogo, das FK-Logo und ein Titel

Hero-Image: Großes, packendes Foto mit Statement, das die Besucher abholt

Videoeinbettung: Kampagnenvideo (von Youtube kann direkt abgespielt werden)

„Über uns“: FK wird kurz und prägnant vorgestellt samt Link auf Homepage

Videoeinbettung: Info-Video (von Youtube kann direkt abgespielt werden)

Interaktiv: Ortsgruppensuche (Homepage-Einbindung oder eigenständige Suche, ggf. mit Karte) und Link zum FK-Chat

Info-Materialien: Einzelne Printprodukte können direkt bestellt werden

Testimonial: Zur Auflockerung noch ein Foto und ein Statement

Videoeinbettung: Imagevideo (von Youtube kann direkt abgespielt werden)

Fußbereich: Impressum, Kontaktaufnahme, ggf. weitere Verlinkungen/ Social-Media

Was soll das Verteilmagazin?

Bitte überlegen: Welches lokale Publikum will ich mit welchem Werbemittel ansprechen? Will ich die Magazine mit eigenen Kräften unter die Leute bringen – also selbst verteilen? Oder habe ich die finanziellen Mittel, um die Hefte kostenpflichtig über Trägermedien verteilen zu lassen? Welche Tageszeitungen und Anzeigenblätter kommen für eine Beilage in Betracht? Fordere Kostenangebote an – diese richten sich nach der Auslagenhöhe der Zeitung, nach dem Zeitpunkt und nach dem Gewicht der Beilage.

Wo kann ich das Magazin verteilen?



Titel des Magazins

Verteilung der Magazine „Freunde gesucht“ :

- Haus- und Facharztpraxen
- Suchtberatungsstellen
- Sucht-Fachkliniken
- Kirchliche Gemeindehäuser
- Infostände auf Messen etc.
- Arbeitsplatz
- eigene und externe Gremien
- Sozialausschüsse der politischen Parteien
- Suchtbeauftragte der Polizei
- Sportvereine/Rehainstitute
- VHS
- Bürgerbüros
- VdK
- AWO
- Seniorenbeirat
- Briefkästen in der Nachbarschaft

Noch ein Tipp: Schicke das Magazin an regionale Medien. Knüpfe danach telefonisch Kontakt zu Redakteuren von Zeitungen und Radiosendern und biete im Zusammenhang der Kampagne eine Berichterstattung über deinen Freundeskreis an.

Medienarbeit auf Ortsebene

Ereignisse nutzen!

Das funktioniert so: Neben den standardmäßigen Selbsthilfe-Gesprächskreisen zur Bearbeitung der Sucht-Problematik bieten viele Freundeskreise auch andere Veranstaltungen an - **Freizeitangebote** wie zum Beispiel Kreativseminare, Wanderungen, Radtouren, Ausflüge, alkoholfreie Cocktail-Abende, Kochen mit Kindern und vieles andere mehr.

Öffnet solche Angebote für alle Interessierte und ladet über die Medien dazu ein. Nutzt in diesem Zusammenhang die Werbemittel der Kampagne „Freunde gesucht“, um eure eigene Gruppe bekannter zu machen. Bei den Ereignissen, die selbstverständlich kostenlos angeboten werden, geht es schlicht und einfach darum, Freundschaft zu erleben.

Wie schreibe ich eine Pressemeldung?



Um öffentlich zu einer Veranstaltung einzuladen, wendet man sich an die Presse mit der Bitte um Veröffentlichung. Aber wird das dann auch abgedruckt oder im Radio gesendet? An dieser Stelle ist leider kein Platz für eine Fortbildung in Sachen Pressarbeit. Aber keine Angst, es ist gar nicht so schwer. Der wichtigste Tipp: Mit dem, was du schreibst, musst du Journalisten begeistern! Nimm dir zehn Minuten Zeit und lies das hier: <https://www.wasjournalistenwollen.de/blog/pressemitteilungschreiben>

Welche Ziele verknüpfen wir als Freundeskreis mit der Kampagne?

Was hat dein Interesse geweckt? Kannst du dich mit den Zielen der Kampagne „Freunde gesucht“ identifizieren? Möchtest du auch, dass mehr Menschen die Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe kennenlernen? Willst du aktiv einladen?

Dann überlege: Mit wem kann ich welche Maßnahmen umsetzen? Wie finde ich in meiner Gruppe Unterstützer für kreative Ideen? Also Menschen, die zu Botschaftern werden.

Und das Geld?

Was kosten die Maßnahmen? Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es? Vieles, was in dieser Handreichung vorgeschlagen wird, verursacht keine zusätzlichen Kosten, sondern braucht nur Engagement - wie in Selbsthilfegruppen üblich.

Und wenn man für bestimmte Dinge doch Geld benötigt? Prüfe, was über Anträge an Krankenkassen, KISS, die Rentenversicherung, Gerichte, über Firmensponsoring, über Eigenmittel der Freundeskreis-Landesverbände möglich ist. Suche aktiv nach Freunden für die Kampagne „Freunde gesucht“.