

Netzwerktreffen

im Modellprojekt

Kompetenznetzwerk Wohnen- neue Formen der mobilen Beratung

am 26. Januar 2010

Projektwerkstatt Öffentlichkeitsarbeit- Erfahrungsaustausch: Wie erreichen wir unsere Zielgruppen? Leitung: Claudia Ulrich, HFW

Zusammenfassung:

Öffentlichkeitsarbeit

Bisher

Zukünftig

Wünsche
Maßnahmen

Maßnahmekatalog erarbeiten
Budget ist erforderlich

- In regelmäßigen Abständen Werbung des Mobilen Beratungsteams
- Alle Kommunen anschreiben. Einladen zur Veranstaltung.....
- Flyer, zur Überschaubarkeit auf Regionen begrenzt/zugeschnitten
- Politiker/Verwaltung hinter sich wissen, z. B. Landrat, der Werbung für das Kompetenznetzwerk macht. Es muss politisch gewollt sein und es muss eine oder mehrere Personen geben, an die man „andocken“ kann.
- Selbsthilfegruppen ansprechen, Artikel in Mitgliederzeitung anbieten
- Zu Pressegespräch/Pressekonferenz einladen- wenige Informationen vorab, keine große Pressemappe (eventuell auch keine Pressemappe), da sonst das Interesse schnell nachlässt.
- Alle (örtliche Presse) anschreiben.

Teilweise hatte bisher keinen Erfolg, was an Öffentlichkeitsarbeit gemacht wurde. Z.B. über eine Pressemitteilung Interessenten an Beratung zu finden.

- Empfohlen wird, einen Presseartikel mit einem Termin/einer Veranstaltung zusammen bei der Presse einzureichen. Dies wird eher „gebracht“.
- Vor der Veranstaltung sollte noch einmal ein Hinweis auf die Veranstaltung erfolgen
- Die Chance, einen Artikel in einer Zeitung zu „bekommen“ wird als höher angesehen, wenn man zugleich ein bezahltes Inserat aufgibt.

Mit dem Thema „Wohnen im Alter“ bei manchen potenziell zu Beratenden anzukommen wird grundsätzlich als schwierig angesehen, da jeder alt werden möchte, keiner aber alt sein möchte.

Weitere Öffentlichkeitsarbeit. Zeitungen/Rundfunk/Fernsehen:

- Artikel in kostenlosen Zeitungen,
- Artikel mit passenden Fotos bestücken, z. B. nicht die Kartoffel schälende ältere Frau zeigen, wenn es um ein Wohnprojekt des gemeinschaftlichen Wohnens geht. Dann eher ein schönes Gruppenbild, auch die Gruppe in Aktion
- TV/Rundfunk: anrufen
- Beziehung zum Redakteur aufbauen, Kontakt pflegen
- Wohnen – verschiedene Möglichkeiten zeigen, auch typische Mängel in den Wohnungen älterer Menschen, Schicksale zeigen. Über Einzelfälle, aber auch über Projektinitiativen berichten. Prominente einbeziehen, Außergewöhnliches zeigen. Zeigen, was einen „Kik“ gibt.
- Regionalprogramme ansprechen, z.B. „Offener Kanal“. Wenn eine Sendung erfolgt ist die Möglichkeit haben, sie ins Internet zu stellen (z.B. wurde ein Beitrag „Jung hilft alt“ gesendet, wofür sich dann über das Internet weitere Junge für das Thema interessiert haben)
- Gezeigt werden könnte eine Stadtteilbegehung- „Ist der Stadtteil für das Wohnen im Alter/mit dem Rollstuhl/ für ein „Wohnprojekt Alt und Jung“ geeignet“?
- Beispiel einer Schülergruppe, die mit einem Rollstuhl eine Gegend/Gebäude erkundet
- Institutionen nutzen- z. B. ein Wohnungsunternehmen, das einen guten Ruf hat.
- Gemeinsame Werbung von Haupt- und Ehrenamtlichen, in der sowohl die Kooperation, als auch die gegenseitige Abgrenzung deutlich wird
- Erstberatung durch Ehrenamtliche unterstreichen
- Erfolgsberichte

Weitere Öffentlichkeitsarbeit- sich die Frage stellen: „Wer ist für uns wichtig?“:

- Beispiel Immobilienmesse, hier Informationsstand, Flyer, Gespräche, Aufmerksamkeit
- Außenauftritt der Projektgruppen: Internet, Flyer, Namensschild, Visitenkarten –aktuell und aktualisiert
- Herausgeben eines Seniorenratgebers, finanziert durch Firmenwerbung, „Wie möchte ich im Alter wohnen?“ mit Informationen auch zu kulturellen Themen wie Theater und zu Freizeitangeboten.
- Sich aktiv bekannt machen bei Organisationen wie der Wohnungswirtschaft. „Klinkenputzen“. Multiplikatoren finden.

- Flyer in Apotheken, bei Ärzten, Friseuren, Metzgern, auf dem Wochenmarkt (Stand mit buntem Sonnenschirm, Tisch und zwei Stühlen, Bonbons. „Ins Gespräch kommen“)
- Altersgruppen unterschiedlicher Altersstufen ansprechen. 60,70,80 Jahre...etc.
- Mit Konkurrenz umgehen, möglichst kooperieren. Auch professionelle, ehrenamtliche und kommerzielle Wohnberater sollten sich, wenn möglich, abstimmen.

Es gibt eine große Erwartungshaltung der Menschen, die sich für neue Wohnformen interessieren. Bei der zunächst kostenlosen Beratung sollte frühzeitig darauf aufmerksam gemacht werden, dass ab einem bestimmten Punkt ein Beratungsentgelt zu bezahlen ist.

Öffentlichkeitsarbeit ist ...

.....vielschichtig. Es gilt, eine breite Palette abzudecken, um vom Bürger bis zum Landrat alle zu erreichen.

.....ein sehr wichtiges Arbeitsfeld.

.....an Personen und Gesichter gebunden und muss Wieder - Erkennungswert haben.

27.1.2010 Claudia Ulrich