

Reiner Stock

Was das Herz nicht erreicht, geht in den Kopf nicht hinein!

Medien als Instrumente der Vermittlung in der professionellen Selbsthilfeunterstützung

Wer das Herz seiner Zielgruppen nicht erreicht, der wird auch ihren Verstand nicht bewegen. Diese Grundregel sollten auch Selbsthilfekontaktstellen beachten, wenn sie Medien einsetzen, um damit ihre Botschaft zu vermitteln: die Verbreitung der Idee der Selbsthilfe. Je besser Medien in ihrer Wirkung analysiert und je planvoller sie eingesetzt werden, desto besser wird man erstens die Zielgruppen erreichen, zweitens von der Idee der Selbsthilfe überzeugen und drittens zur Kontaktaufnahme mit der Selbsthilfekontaktstelle und / oder einer Selbsthilfegruppe motivieren.

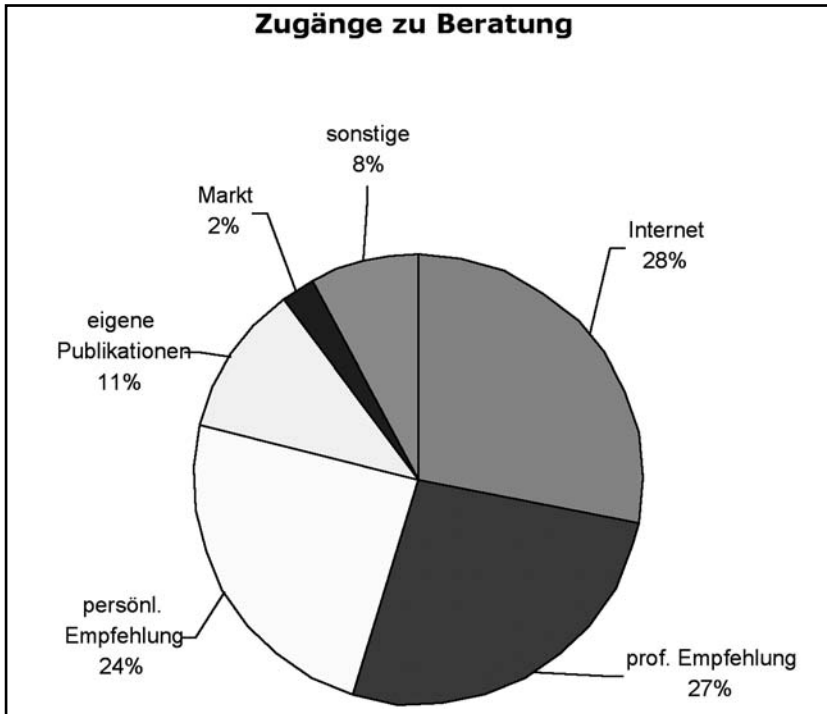
Wer sind die Zielgruppen einer Selbsthilfekontaktstelle und wie erreichen wir sie?

Selbsthilfekontaktstellen bieten an der Schnittstelle von Selbsthilfe und professioneller Hilfe fachübergreifende Dienstleistungen für alle Bereiche der sozialen und gesundheitlichen Selbsthilfe an. Zielgruppen sind selbst Betroffene, Angehörige, die an Selbsthilfe interessiert sind, Selbsthilfegruppen, -organisationen und -initiativen, Fachleute aus den Gesundheits- und Sozialdiensten, Fachleute aus Politik und Verwaltung und schließlich Journalisten und andere Medienmitarbeiter.

Bevor wir in der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt mit der Produktion eines neuen Mediums starten, klären wir verschiedene Fragen:

- Wie werden Selbsthilfeinteressierte auf uns aufmerksam?
- Welche Zielgruppe(n) wollen wir mit dem Medium erreichen?
- Wie muss das Medium gestaltet werden, damit es die gewünschte Zielgruppe erreicht / von der Zielgruppe genutzt wird?
- Welche Kooperationspartner oder Förderer der Kontaktstelle haben gleichzeitig Interesse an der anvisierten Zielgruppe?
- Was kostet das Medium?
- Welches Know How, welche Firmen benötigen wir für die Produktion des Mediums?
- Welche Ressourcen haben wir selbst und welche müssen wir noch gewinnen?
- Wer sind geeignete Multiplikatoren und Kooperationspartner, um ein Medium an die gewünschte Zielgruppe heranzutragen?

Wichtige Hinweise für den Einsatz unserer Medien liefert unsere Statistik. Wir erfassen, über welche ‚Vermittlungswege‘ Interessierte bei uns anrufen. Sehr eindeutig hebt sich der Suchweg über die Website der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt ab (28 Prozent). Daneben wird erkennbar, dass vorhandene eigene Erfahrungen mit Selbsthilfegruppen und die Empfehlung von Bekannten, Ärzten, Therapeuten, sozialen und medizinischen Einrichtungen noch entscheidender dafür sind, Kontakt zur Selbsthilfekontaktstelle aufzunehmen (zusammen 51 Prozent). Einen beachtlichen Einfluss haben darüber hinaus die eigenen Publikationen der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt (11 Prozent).



N = 548

Medieneinsatz am Beispiel der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt

Allgemein formuliert kann man Medien gedruckte, auditive, audiovisuelle oder haptische Transportmittel von Informationen nennen. Einige Beispiele für diese Kategorien sind Zeitschriften, Zeitungen, Fernsehen, Radio, Videos/Filme, Plakate, Internetauftritte und Werbegeschenke wie T-Shirts, Mützen, Stifte, Luftballons.

Die Medien, die die Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt nutzt, werden hier in einem Überblick vorgestellt.

Medium Telefon

Das Telefon ist das wichtigste Medium. Durch das Gespräch ermöglicht es eine direkte Beziehung zum Interessenten. Es ist zur Beratung besser geeignet als rein schriftliche Medien (Brief, Fax oder E-Mail), da es weniger Missverständnisse produziert, genauer ist und Zeit spart. Für Interessenten wird eine Telefonnummer mit zwölf Stunden telefonischer Sprechzeit pro Woche angeboten. Die Telefonnummer wird in allen eigenen Medien beworben. Darüber hinaus wird sie im Telefonbuch, in einer großen Tageszeitung (Frankfurter Rundschau) und der Zeitschrift „Journal Frankfurt“ publiziert.

Ein Anruf kann zu normalen Festnetzgebühren erfolgen. Außerhalb der Sprechzeiten läuft der Anrufbeantworter und nennt Sprechzeiten. Es wird angeboten, auf Wunsch eine Nachricht zu hinterlassen und zurückgerufen zu werden. Die Kosten für Telefon und Internet-Nutzung per DSL-Anschluss betragen pro Monat ca. 80 Euro.

Medium Internet

E-Mail-Anfragen

Für einige Interessenten stellt E-Mail eine niedrigere Schwelle zur Kontaktaufnahme dar als das Telefon, da hier die Anonymität stärker gewahrt werden kann. Die E-Mailadresse der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt wird in den meisten eigenen Medien an prominenter Stelle genannt. Trotzdem gibt es über E-Mail wenige Anfragen nach Selbsthilfegruppen. Die eingehenden Anfragen werden in der Regel innerhalb eines Arbeitstages beantwortet und zwar so, dass eine Kontaktaufnahme per Telefon empfohlen wird. Eine Beratung per E-Mail findet nicht statt.

Ein zuverlässiger Provider und eine zuverlässige Software sind wichtig, damit das Medium E-Mail genutzt werden kann. Eine eigene, nicht leicht zu wechselnde E-Mailadresse, die möglichst mit der Domain der Homepage übereinstimmt, wie beispielsweise service@selbsthilfe-frankfurt.net, ist empfehlenswert.

E-Mail-Infoverteiler

Täglich erhält die Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt Informationen, die für Selbsthilfegruppen von Interesse sind, und die sie an Selbsthilfegruppen weiterleitet. Aus der Datenbank der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt sind 72 Prozent der Selbsthilfegruppen per E-Mail erreichbar. Ein knappes Drittel wünschte, in den Verteiler für E-Mail-Informationen aufgenommen zu werden. Informationen für Selbsthilfegruppen werden an ein bis zwei Tagen pro Woche auf diesem Wege verteilt. Ein gesonderter Newsletter wird nicht erstellt, da hierfür die zeitlichen Kapazitäten fehlen.

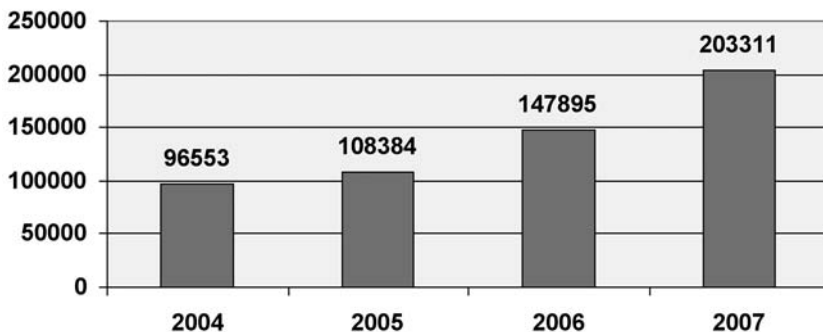
Internetauftritt mit Selbsthilfegruppen-Datenbank

Der Internetauftritt ist die umfassendste Präsentation der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt. Sie veröffentlicht hier ihre Angebote an Information und Beratung, Öffentlichkeitsarbeit und Weiterbildung. Ziel ist die direkte, schnelle Vermittlung der Interessenten an Selbsthilfegruppen und Selbsthilfekontaktstelle. Zentraler Teil des Auftritts ist die Datenbank der Selbsthilfegruppen. Sie enthält 215 Datensätze, die – wenn gewünscht – eine direkte Kontaktaufnahme zu den ca. 600 Selbsthilfegruppen in Frankfurt ermöglichen. Die komfortable Suche mit 219 Stichworten ist dabei hilfreich. Selbsthilfegruppen mit eigener Homepage wurden dazu angeregt einen Link auf die Internet-Seiten der Selbsthilfekontaktstelle zu setzen und so eine direkte Ansprache zu erleichtern.

Mit Unterstützung von Medienprofis lässt sich die Attraktivität einer Homepage und einer Datenbank stark verbessern. Deshalb wurde mit der Gestaltung des Internetauftritts eine Agentur für digitale Kommunikation beauftragt. Die Farbe Magenta hat sich zur Farbe der Einrichtung entwickelt und wird inzwischen konsequent als eines ihrer Erkennungszeichen eingesetzt. Nach Rückmeldung vieler Anrufer gelingt dies auch. Ein Anruf ist häufig das Ergebnis eines vorhergegangenen Besuchs auf der Website.

60 Prozent der Bevölkerung in Deutschland nutzten 2007 bereits das Internet (Quelle: (N)ONLINER Atlas 2007). Die in Jahresfrist um 38 Prozent gestiegene Zahl der Seitenaufrufe der Homepage www.selbsthilfe-frankfurt.net gibt einen Hinweis auf die gewachsene Bedeutung des Internets bei der Suche nach Informationen über Selbsthilfegruppen.

Seitenaufrufe: www.selbsthilfe-frankfurt.net



Die Kosten für die Herstellung des Internetauftritts betragen ca. 15.000 Euro. Die Kosten für die Pflege durch eine Agentur belaufen sich je nach Aufwand auf ca. 1.000 Euro und die Kosten für die Domain auf 120 Euro pro Jahr. Die Ressourcen dafür wurden über die Projektförderung der gesetzlichen Krankenkassen in Hessen gewonnen.

Printmedien

Selbsthilfegruppen-Wegweiser

Das Verzeichnis der Selbsthilfegruppen heißt in Frankfurt ‚Spektrum - Selbsthilfe in Frankfurt‘. Es erschien erstmalig Mitte der 80er Jahre und wird seit 2005 von einer Agentur für Design gestaltet. Mit dem Verzeichnis von 220 Themen sind die Gruppen schnell zu finden und die wesentlichen Daten zur Aufnahme eines persönlichen Kontakts werden angegeben. Der Selbsthilfewegweiser wird von Fachleuten und Selbsthilfegruppen für Information, Beratung und Vermittlung genutzt. Er liegt auch für Interessierte aus und unterstützt die Öffentlichkeitsarbeit der Selbsthilfegruppen. Auch hier hat die professionelle, klare und übersichtliche Gestaltung mit Hilfe von Medienprofis die Wichtigkeit für die Vermittlung erhöht.

Die Auflage des Selbsthilfegruppen-Wegweisers liegt bei 10.000 Exemplaren. Die Kosten betragen rund 20.000 Euro, die von den gesetzlichen Krankenkassen getragen wurden.

Thematischer Selbsthilfegruppen-Wegweiser

Der Selbsthilfegruppen-Wegweiser ‚Eltern helfen Eltern‘ stellte 2007 erstmals in Frankfurt Adressen und Informationen zu Aktivitäten und Leistungen von 40 Eltern-Selbsthilfegruppen und -initiativen zusammen. Er wurde in einer Auflage von 2.000 Exemplaren als Broschüre veröffentlicht. Per Post wurden diese an die Fachöffentlichkeit wie Kinderärzte und Therapeuten versandt. Die Kosten für Layout, Druck und Verteilung betragen ca. 7.000 Euro, die zum Teil durch die Projektförderung einer gesetzlichen Krankenkasse getragen wurden.

Frankfurter Selbsthilfezeitung

Die Frankfurter Selbsthilfezeitung erscheint seit 1990 viermal jährlich in einer Auflage von je 5.000 Stück. Die Leitartikel behandeln gesundheits- und sozialpolitische Themen. 2007 waren das: „25 Jahre Entdeckung des AIDS-Virus“, „Frühförderung für behinderte Kinder“, „Älter werden“ und „Ein-Euro-Jobs“. Bewährt hat sich ein inhaltlicher Aufbau aus Portraits von Selbsthilfegruppen und Einrichtungen, Gruppenterminen, Veranstaltungshinweisen sowie der Selbsthilfe-Themenliste. Die Lesetipps und der ‚Frankfurter Fragebogen‘, mit dem Frankfurter Persönlichkeiten vorgestellt werden, lockern die Zeitung thematisch auf.

Die Kosten für Autorenhonorare, Layout, Druck und Versand betragen rund 25.000 Euro pro Jahr, die durch die Projektförderung der gesetzlichen Krankenkassen in Hessen getragen werden.

Selbsthilfegruppen – Ein Leitfaden für die Gruppenarbeit

Im Leitfaden, der 1990 entstand, finden sich Entscheidungshilfen für die Teilnahme in einer Selbsthilfegruppe, Informationen zum Konzept von Gesprächselbsthilfegruppen und Anregungen für den Aufbau und die Mitarbeit in einer Selbsthilfegruppe sowie Erfahrungsberichte aus Selbsthilfegruppen.

Im Laufe der Jahre wurde er immer wieder neu aufgelegt und auch in anderen Bundesländern übernommen und nachgedruckt. Die Kosten für die letzte Neuauflage (5.000 Stück) in Höhe von 5.000 Euro wurden durch die Projektförderung einer gesetzlichen Krankenkassen getragen.

Flyer ‚Gesprächsregeln und Hilfen für die Gestaltung von Gruppentreffen‘

Bei Gruppengründungen und an Interessierte, die zum ersten Mal eine Selbsthilfegruppe besuchen wollen, wird dies Faltblatt mit einigen Regeln für das ‚miteinander Reden‘ und den Ablauf eines Gruppentreffens ausgegeben. Die Flyer werden mit geringen Kosten selbst produziert.

Jahresbericht

Der Jahresbericht macht Angaben zu den Zielen und Aufgaben der Selbsthilfekontaktstelle, dem Träger, dem Team, der Finanzierung, den Informations- und Beratungskontakten, den Arbeitsschwerpunkten und enthält einen Presspiegel. Er wird an Förderer und Kooperationspartner der Einrichtung versandt. Auf Wunsch wird er Interessierten kostenlos zugeschickt und steht auch auf der Homepage zum Herunterladen bereit. Er wird in Eigenregie hergestellt.

Faltkarten mit den Kernangeboten der Selbsthilfekontaktstelle

Drei Faltkarten geben einen kurz und prägnant gehaltenen Überblick über die Kernangebote der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt. Jede Karte hat eine andere Farbe. Es gibt die Karten „Beratungsangebote für Einzelne“ (magenta), die Karte „Beratung für Gruppen“ (grün) und die Karte „Öffentlichkeit für Gruppen“ (blau). Die Karten richten sich an Selbsthilfeinteressierte und Selbsthilfegruppen. Sie werden aber auch von anderen Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens und Fachleuten nachgefragt, die sie für ihre Klienten bereithalten. Die Karten wurden von einem Designer gestaltet und sie wurden als Projektförderung einer gesetzlichen Krankenkasse in Hessen finanziert.

Flyer ‚Seminarangebote‘

Die Seminare für Mitglieder aus Selbsthilfegruppen, die die Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt anbietet, werden mit einem selbst produzierten und kopierten Flyer beworben. Der Flyer liegt in der Selbsthilfekontaktstelle aus und wird zwei bis dreimal pro Jahr per E-Mail, Fax und Brief an alle Selbsthilfegruppen im Verteiler versandt. Die Flyer werden selbst hergestellt. Die Kosten für Schwarzweiß-Kopien auf farbigem Papier und Versand sind daher gering und werden aus Eigenmitteln getragen.

Programm und Plakat für den Markt der Frankfurter Selbsthilfegruppen

Einmal pro Jahr – meist im Mai – findet in Frankfurt ein Tag der Selbsthilfegruppen im und vor dem Rathaus, dem „Römer“, statt. Um den Tag zu bewerben, werden 20.000 Programm-Faltblätter, 1.300 Plakate im Format DIN-A3 und 120 Plakate im Format DIN-A1 gedruckt. Die großen Plakate werden an den

U- und S-Bahnhöfen der Stadt plakatiert. Die Kosten für Layout und Druck betragen 4.400 Euro und werden durch einen Zuschuss der Stadt Frankfurt/Main finanziert.

Transparent für den Markt der Frankfurter Selbsthilfegruppen

Außerdem wird ein acht Meter langes Transparent mit dem Hinweis auf die Veranstaltung im Rathaus für ca. 14 Tage in der Frankfurter Innenstadt aufgehängt.

Werbung auf Seitenscheiben in Straßen- und U-Bahn

Plakate auf den Seitenscheiben von Straßen- und U-Bahnen werben seit Oktober 2007 für eine Kontaktaufnahme. „Selbsthilfegruppen gibt es überall! – Hier finden Sie Ihre!“ ist der Slogan, der für ein Jahr an den Scheiben der Züge zu lesen ist. Die Gestaltung in den Farben der Einrichtung wurde bei einer Design-Agentur in Auftrag gegeben.

Die Kosten betragen für 100 Plakate auf den Seitenscheiben der Bahnen rund 18.000 Euro für ein Jahr. Diese Summe wurde durch die Projektförderung gesetzlicher Krankenkassen in Hessen aufgebracht.

Plakate/Stellwände für Infostände

Für Informationsstände hat die Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt Plakate und Stellwände erstellen lassen. Sie wurden im Layout der Einrichtung erstellt. Die Stellwände hat eine Messebaufirma kostenlos produziert. Plakate werden je nach Zweck in unterschiedlichen Materialien gefertigt. Plakate, die mehrere Jahre halten sollen, sind mit Kunststoff beschichtet. Plakate, die nur wenige Tage halten müssen, werden meist sehr preiswert als Farbkopie erworben. Ein Plakat im Format DIN-A0 als Farbkopie kostet ca. zwölf Euro.

Postkarte mit Hinweis auf Internet-Adresse www.selbsthilfe-frankfurt.net

Um auf die Neugestaltung des Internetauftritts der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt aufmerksam zu machen, wurden 10.000 Postkarten in der Farbe Magenta hergestellt, die mit der Internetadresse www.selbsthilfe-frankfurt.net bedruckt sind.

Von der Postkarte wurden 5.000 Stück in die Frankfurter Selbsthilfezeitung eingelegt und verschickt. Die Karte wird an Infoständen ausgelegt sowie Briefen und Infomappen beigelegt. Der Preis für Layout und Druck betrug ca. 1.000 Euro. Die Kosten wurden durch die Projektförderung der gesetzlichen Krankenkassen in Hessen aufgebracht.

Visitenkarten

Die Fachkräfte haben Visitenkarten mit Namen, die im persönlichen Erstkontakt mit den Zielgruppen sehr hilfreich sind. Die Kosten trug eine gesetzliche Krankenkasse in Hessen als Projektförderung.

Bestellfax-Formular

Das Bestellfax enthält eine Liste mit den Medien der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt, die über Selbsthilfegruppen informieren. Es wird beim Versand von Informationen an Fachleute beigelegt. Der Empfänger hat damit eine sehr bequeme Möglichkeit Informationsmaterialien zu bestellen. Das Bestellfax ist ein schlicht gestaltetes, schwarz bedrucktes, weißes Blatt, das einfach kopiert werden kann. Die Zahl der bestellten Medien hat sich durch den Einsatz dieses Formulars erhöht.

Präsentationsmappen für Informationsmaterial

Wenn mehrere Medien der Selbsthilfekontaktstelle zusammen versandt oder ausgegeben werden sollen, können diese in einer Sammelmappe in einer ansprechenden Form präsentiert und übergeben werden. Sie ist vor allem für Journalisten, für Fachleute und für Seminarteilnehmer gedacht.

Es wurden 1.000 Stück zum Preis von knapp 2.000 Euro produziert. Die Kosten wurden von einer gesetzlichen Krankenkasse in Hessen getragen.

Medieneinsatz als Darstellung der Professionalität in der Selbsthilfeunterstützung

Die Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt stellte in den vergangenen Jahren immer professionellere und auch neue Medien her. Das lässt sich als Ausdruck einer gewachsenen Sensibilität und Kompetenz interpretieren. Erstens werden die Interessen der Zielgruppen genauer wahrgenommen und analysiert, zweitens werden professionelle Mediengestalter hinzugezogen und drittens sind die Ressourcen, die für die Produktion bereitstehen, gewachsen. Durch diese drei Faktoren gibt es eine sich wechselseitig verstärkende Entwicklung hin zu mehr Qualität und Wertschätzung. Selbsthilfekontaktstellen können aufgrund ihrer Kompetenz Medien in besonderer Qualität herstellen. In Frankfurt zeigen das insbesondere vier Publikationen: das Verzeichnis der Selbsthilfegruppen in Buchform, die Homepage mit der Datenbank der Selbsthilfegruppen, die Frankfurter Selbsthilfezeitung und der Leitfaden für die Arbeit in Selbsthilfegruppen. Die Resonanz bei den Zielgruppen und die Bereitschaft der Förderer, die Ressourcen bereitzustellen, zeigen eine gestiegene Wertschätzung für unsere Medien.

Perspektiven – Partner – Herausforderungen

- Für Selbsthilfekontaktstellen sind die wichtigsten Medien das Telefon und die E-Mail, weil durch sie ein direkter wechselseitiger Kontakt zu den Hilfesuchenden Menschen entsteht, der in einen direkten persönlichen Kontakt von Mensch zu Mensch münden soll.
- Das Internet (E-Mail, Homepage, Datenbanken, Gesprächsforen, etc.) wird für die Vermittlung von Interessenten in Selbsthilfegruppen an Bedeutung gewinnen!

- Traditionelle „Papier-Medien“ werden in ihrer Bedeutung für die Vermittlung an Bedeutung verlieren! (Internet verdrängt Papier)
- Medien der Selbsthilfekontaktstellen werden sich künftig mehr differenzieren, um bestimmte Zielgruppen besser zu erreichen (z.B. mehrsprachige oder thematische Selbsthilfewegweiser und –datenbanken).
- Die Selbsthilfekontaktstellen müssen Medien aus ihrer eigenen Erfahrung heraus und nach ihren Vorstellungen weiterentwickeln, um Zielgruppen gut zu erreichen!
- Es sollten Profis bei der Medienproduktion hinzugezogen werden!
- Partner, die dafür Ressourcen (Geld, Know How) bereitstellen, werden benötigt und deshalb an Bedeutung gewinnen!
- Mit attraktiven Medien werden größere Anteile der Zielgruppen auf die Möglichkeiten der Selbsthilfegruppen aufmerksam und zur Nutzung dieser Form der Hilfe motiviert, denn, was das Herz nicht erreicht, geht in den Kopf nicht hinein!

Literatur:

Jahresbericht 2007 der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt/Servicestelle BürgerInnen-Beteiligung, eigene Publikation, Frankfurt am Main, 2008

Reiner Stock ist Fundraising Manager (FA) und arbeitet seit Anfang der 90er Jahre in der Selbsthilfe-Kontaktstelle Frankfurt/Servicestelle BürgerInnen-Beteiligung (Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerbeteiligung). Sein Beitrag basiert auf einem Vortrag, den er auf der bundesweiten Fachtagung der Deutschen Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen 2007 in Potsdam gehalten hat.