



Deutsche
Arbeitsgemeinschaft
Selbsthilfegruppen e.V.

Selbsthilfe und Selbsthilfeunterstützung heute **Wurzeln – Werte – Weiterentwicklung**

43. Jahrestagung vom 12. - 14. Juni 2023 in Weimar

**Workshop 7:
Öffentlichkeitsarbeit für die Selbsthilfe neu denken**

Leitung:

Ines Krahn,
Netzwerk Selbsthilfefreundlichkeit und
Patientenorientierung im Gesundheitswesen (SPiG)

Nadine Geldener,
Potsdam

Jan Siegert,
Selbsthilfekontaktstelle KISS Stuttgart

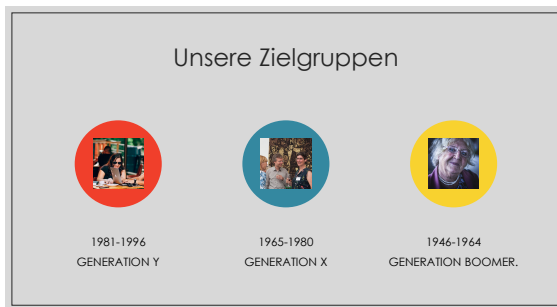
www.dag-shg.de

Workshop zum Thema: **Öffentlichkeitsarbeit für die Selbsthilfe neu denken**

Einstimmung in das Thema Öffentlichkeitsarbeit und mit Kennenlernrunde



Das Netzwerk Selbsthilfefreundlichkeit und Patientenorientierung im Gesundheitswesen (SPIG) stellt den strukturierten Prozess der Kooperation als ein Beispiel mit dem öffentlichen Markenzeichen für ausgezeichnete Einrichtungen vor, die nach den Qualitätskriterien arbeiten und dafür eine Urkunde sowie ein Logo erhalten.
www.selbsthilfefreundlichkeit.de



Im Workshop lag der Fokus auf „**Selbsthilfe als Marke**“

- 1.) Welche Zielgruppen haben wir?
- 2.) Wie können wir diese Zielgruppen erreichen?
- 3.) Welche Herausforderungen und Chancen bringen neue Medien?
- 4.) Selbsthilfe als Marke

Bezogen auf den Workshop „Öffentlichkeitsarbeit für die Selbsthilfe“ lässt sich festhalten, dass es in Zeiten von „Information Overload“ unerlässlich ist, die eigene Zielgruppe mit ihren Bedürfnissen zu kennen und sie in passender Weise anzusprechen.

Um das umzusetzen, ist es sinnvoll, sich mit dem eigenen Markenkern zu befassen. Was ist an meinem Angebot besonders interessant? Was unterscheidet mich von anderen Angeboten und wie bleibe ich in den Köpfen der Zielgruppe präsent? Deshalb wurden bei dem Workshop sowohl die Zielgruppen für Selbsthilfeangebote analysiert als auch anhand von Markenkriterien das eigene Angebot durchdacht.

Die sechs Kennzeichen erfolgreicher Marken sind: Markenprägnanz, Markenautorität, Markenintegrität, Markenrelevanz, Markenkontinuität und Markenführung. Diese Kennzeichen wurden im Workshop von den Teilnehmenden - bezogen auf das eigene Angebot - herausgearbeitet.

In einem abschließenden Austausch wurde besprochen, mit welchem Medium und in welcher Form sich die „Marke Selbsthilfe“ an die jeweilige Zielgruppe vermitteln lässt.

Öffentlichkeitsarbeit – Praxisbeispiele und Erfahrungen der KISS Stuttgart

1. Printmedien
2. Digitale Medien
3. Kampagnen
4. Veranstaltungen und Aktionen
5. Innovationen
6. Erkenntnisse

Plakat-Kampagnen

- Treppenaufgänge
- U-Bahn & S-Bahn
- Gerahmte Poster in U-Bahnen
- Klebeplakate in U-Bahnen
- Vitrinenplakat
- Citylight Poster (sehr teuer, sehr effektiv)



3. Kampagnen

ÖA-Erkenntnisse aus Stuttgart: Printmedien bleiben weiter relevant, insbesondere Faltblätter, Magazin, Jahresprogramm, Flyer und Plakate. Andere funktionieren auch rein digital, z.B. Jahresbericht, Gruppenverzeichnisse, Newsletter.

Kampagnen sind am effektivsten, wenn mehrere Kanäle gleichzeitig bespielt werden, z.B. Postkarten und Plakate parallel zu Social Media. Für jede Kampagne gilt: Lieber kurz und konzentriert als lang und ausgedünnt. Social Media-Kampagnen bieten das beste PreisLeistungsverhältnis, aber der Inhalt muss optimiert werden.

CityLight-Poster und Postkarten sind am effektivsten im Printbereich, wenn die Aufmachung stimmt. Innovative Aktionen machen sichtbar, auch gegenüber Kooperationspartner:innen und Unterstützer:innen und wirken dem „angestaubten“ Image von Selbsthilfe entgegen.

Workshopbegleitung: Nadine Geldener Potsdam, Jan Siegert Selbsthilfekontaktstelle KISS Stuttgart und Ines Krahn, Koordinatorin des Netzwerkes Selbsthilfefreundlichkeit und Patientenorientierung im Gesundheitswesen (SPiG)



KISS

Selbsthilfekontaktstelle
KISS Stuttgart

Öffentlichkeitsarbeit – Praxisbeispiele und Erfahrungen aus der KISS Stuttgart

Übersicht

1. Printmedien
2. Digitale Medien
3. Kampagnen
4. Veranstaltungen und Aktionen
5. Innovationen
6. Erkenntnisse

WIR – Stuttgarter Selbsthilfemagazin

- Auflage 3.900
- Erscheint zweimal pro Jahr
- 28 Seiten, A4 Format
- Drei Themenschwerpunkte
- Neues aus der KISS
- Aktuelles Sozial-/Gesundheitsbereich
- Vorstellungen SHG und Beratungsstellen
- Neugründungen
- Tipps & Termine
- Kreuzworträtsel



1. Printmedien

Jahresbericht

- Auflage 400
- 28 Seiten, A4 Format quadratisch
- Statistiken zu allen Bereichen transparent und detailliert



Jahresprogramm

- Veranstaltungen für Selbsthilfeaktive, Interessierte und Fachleute
- Seminare, Informationsabende und öffentliche Events
- Anmeldungen über HP, Telefon oder Mail möglich
- Gut nachgefragt



Faltblätter

- Zwei Varianten
- Auflage 5000 (3000/2000)
- Druck alle drei Jahre
- 8 Seiten, A6 lang



Sonstige Infomaterialien & Giveaways

- Visitenkarten
- Gelbe Liste
- Infomaterialien weitere KISS-Angebote
- ~~Faltblätter in 8 Sprachen~~
- Weihnachts- und Dankeskarten
- Giveaways: Taschen, Blöcke, Haftnotizen, Kugelschreiber, Gummibärchen, Streichhölzer, Powerbanks, Tassen, Buttons, Magnete, Lanyards



Homepage

- 181.557 Seitenaufrufe
- Jahresprogramm und Förderantrag häufigste Downloads
- Anmeldungen unter Termine
- Barrierefreiheit-Optionen
Leichte Sprache, Schriftgröße, Kontrast, Vorlesefunktion
- Matomo als Analyse-Tool, um Cookie-Banner-Pflicht zu umgehen



The screenshot shows the homepage of KISS Stuttgart. At the top left is the KISS logo with the text "Selbsthilfekontaktstelle KISS Stuttgart". To the right are navigation links: Home, A A (font size), Leichte Sprache, and Kontrast. Further right is the "Selbsthilfe-Telefon 0711 6406117" and a search bar with a "Suchen..." placeholder and a "Drucken" button. Below this is a main menu with links: Über uns, Selbsthilfegruppen | Initiativen, Beratung, Aktuelles, Termine, Downloads, and Kontakt. The main content area features a large yellow banner for a "Gesprächsgruppe Nahtoderfahrung (NTE)" with the subtext "Erstes Kennenlernetreffen für Betroffene: > 17. Juli 2023". Below the banner is a section titled "Herzlich Willkommen bei KISS Stuttgart" with a list of bullet points describing the organization's services. At the bottom left, there is a section "Jetzt Gruppen suchen!" with a link to the database. At the bottom right, there is a graphic of a question mark surrounded by small human icons.

Homepage - Gruppensuche

- Meist geklickter Bereich (60%) mit 108.497 Aufrufen
- Tagesaktuell durch Anbindung an lokale Datenbank MIZ
- Einzel-URLs für jede SHG
- Eigene Suchfunktion für diesen Bereich



Home A A Leichte Sprache Kontrast

Selbsthilfe-Telefon 0711 6406117

Suchen... Drucken

Über uns **Selbsthilfegruppen | Initiativen** Beratung Aktuelles Termine Downloads Kontakt

Selbsthilfegruppen | selbstorganisierte Initiativen

Auf dieser Seite können Sie im umfangreichen Selbsthilfe-Angebot Stuttgarts nach einer für Sie passenden Gruppe oder Initiative suchen.

Sollten Sie in der Datenbank keine für Sie geeignete Gruppe entdecken, können Sie auch einen Blick auf die aktuellen Initiativen zur Gründung einer neuen Gruppe werfen.

[> zu den Gründungsinitiativen](#)

Was sind Selbsthilfegruppen und was sind selbstorganisierte Initiativen?

[> mehr erfahren](#)

Erweiterte Suche

Geben Sie ein Stichwort ein, wählen Sie eine Kategorie aus und/oder suchen Sie stadtteilbezogen.

Stichwort

Kategorie

alle Kategorien

Stadtteil

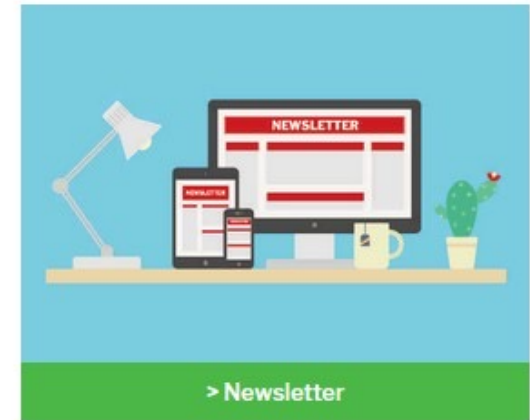
alle Stadtteile

Suche starten

A-Z

In der Übersicht von A-Z finden Sie alle Themen, zu denen es Selbsthilfegruppen, Selbsthilfeorganisationen und selbstorganisierte Initiativen in Stuttgart gibt.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0-9

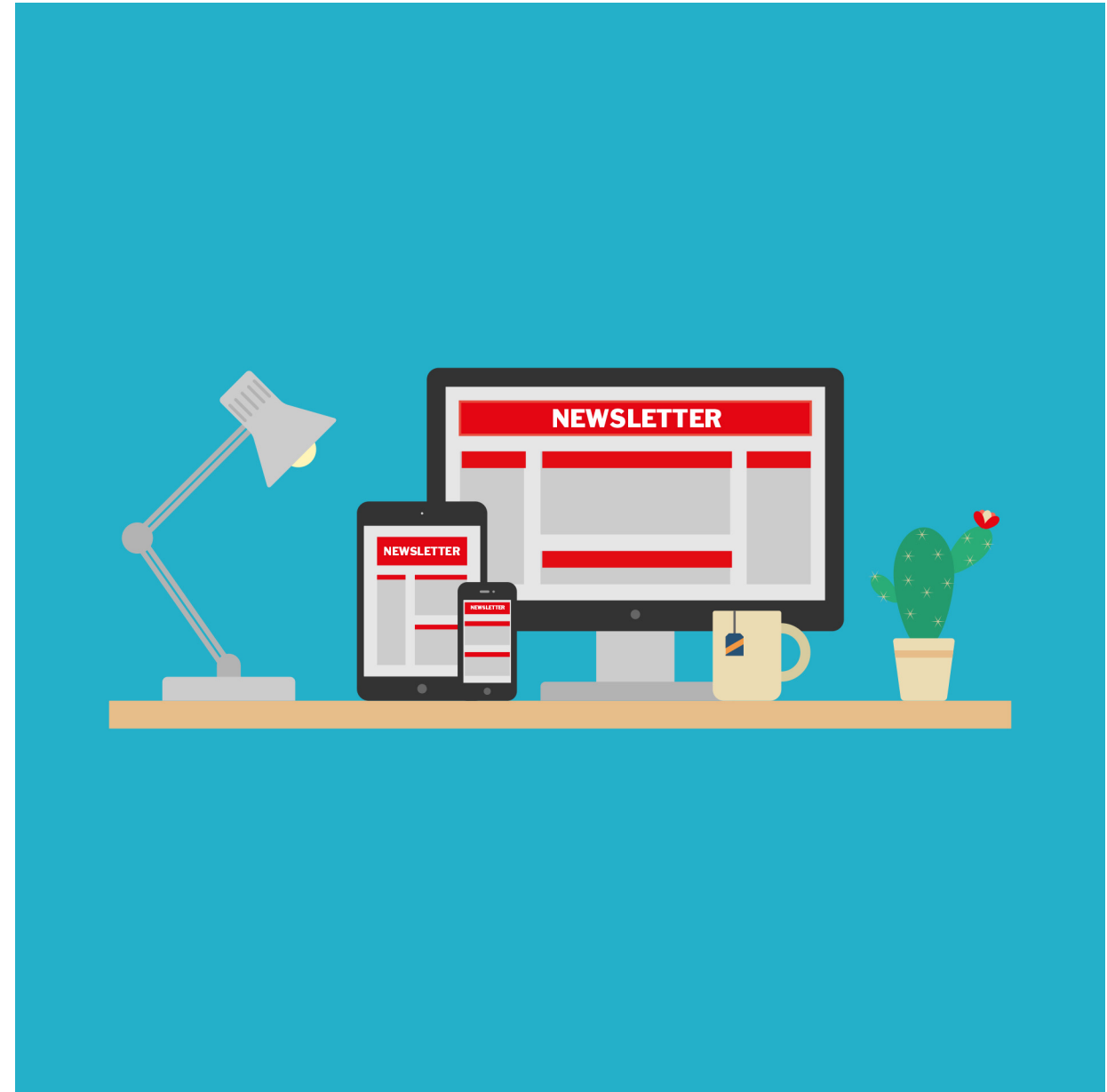


Selbsthilfe-Telefon 0711 6406117

2. Digitale Medien

Newsletter

- 1.817 Abonnenten
- Erscheint zweimonatlich
- Abrufbar auf Homepage
- Gründungen, KISS-Angebote, News, Termine und Aktionstage



Social Media

- Facebook: 1.518 Follower
143 Posts in 2022
- Instagram: 765 Follower
113 Posts in 2022
- Twitter: 72 Follower,
143 Posts in 2022
derzeit auf Eis gelegt
- YouTube: 89 Abonnenten,
54 Videos, 651.397 Aufrufe
83.969 Aufrufe in 2022



Film

- Imagefilm Klinik TV
- Erklärvideos
- Tutorials
- Kinospot Wikinger
- Doku KRAFTAKT
- Videoreihe #sprichtfürmich
- Videoreihe Tipps Gruppenarbeit
- Film zu Help Yourself (experimentelles Theater)



Wikinger Kinospot



<https://www.kiss-stuttgart.de/kiss-kinospot>

2. Digitale Medien

Videoreihe
#spricht
für
mich



Radio

- Freies Radio für Stuttgart via Antenne oder Livestream
- Ehrenamtliche „Redaktion der Selbsthilfegruppen“
- Monatliche Sendung, 2h Dauer
- Verschiedene Themen + Interviews + News aus der KISS
- Aufbereitung als Podcast



Plakat-Kampagnen

- Treppenaufgänge U-Bahn & S-Bahn
- Gerahmte Poster in U-Bahnen
- Klebeplakate in U-Bahnen
- Vitrinenplakat
- Citylight Poster (sehr teuer, sehr effektiv)



**DIE MENSCHEN
NICHT DIE HÄUSER
MACHEN
DIE STADT**

KISS

**Selbsthilfegruppen finden oder gründen:
Selbsthilfekontaktstelle KISS Stuttgart
Telefon 0711 6406117
www.kiss-stuttgart.de**

Bildschirmausgabe: © Design Marketing GmbH / Werner Bartsch

DU VON DENKST.

...ht, Krankheit oder
...ht wie dir!

...pen unterstützen sich
...g.

Meeting Me
Kostenfreie App für
virtuelle Gruppentreffen.
Jetzt ausprobieren!

meeting-me.de

nicht

...eme, Sucht, Krankheit oder
...nen es geht wie dir!

...hilfegruppen unterstützen
...ge gegenseitig.

...n finden oder gründen:
...tstelle **KISS Stuttgart**
...17 ♦ www.kiss-stuttgart.de

Mit freundlicher Unterstützung der
Techniker Krankenkasse



3. Kampagnen

Postkarten-Kampagnen

- Citycards
- An 250 Standorten
- Zweimal jährlich
- Je drei Wochen
- Je 25.000 Stück



ÖPNV-Kampagnen

- Drei Monate Minimum
- Eine U-Bahn und ein Busheck
- Extrem teuer
- Nur mit Agentur machbar



Social-Media-Kampagnen

- Preis-Leistungsverhältnis unschlagbar
- Budget dynamisch skalierbar
- Laufzeit dynamisch einstellbar
- Zielgruppen definierbar
- Werbeeffekt einstellbar
- Gut lernbar
- Detaillierte Auswertung anzeigbar
- Moralisches Dilemma wegen Geschäftsmodell der Anbieter Meta und Google



**ES GIBT MEHR VON
DIR, ALS DU DENKST.**

Selbsthilfegruppen finden oder gründen



Selbsthilfekontaktstelle
KISS Stuttgart
Tel. 0711 640 6117
www.kiss-stuttgart.de

Fachtage

- Jährlich Fachtag „Selbsthilfegruppen – Unterstützung für Patient*innen und Entlastung für die Praxis“ in Kooperation mit der Kassenärztlichen Vereinigung Baden-Württemberg
- Unregelmäßig eigener Fachtag zu wechselnden Themen
- 19.10.2023 Fachtag „Wie Projekte laufen lernen“ für Selbsthilfeorganisationen und Einrichtungen aus dem Sozial- und Gesundheitsbereich



Selbsthilfetage

- Alle drei Jahre
- Messecharakter mit Infoständen von 60 – 80 Gruppen
- Kulturprogramm und Veranstaltungsangebote
- Samstags von 10 – 16 Uhr
- Einbeziehung von Gruppen bei der Vorbereitung
- In der Pandemie transformiert zur Digitalen Selbsthilfeweche



Öffentlichkeitswirksame Aktionen

- Teilnahme an Patiententagen, Messen, Demonstrationen, Ausstellungen etc.
- Einmalige Aktionen wie Impfangebot



Veranstaltungen für Interessierte

- Tag der Offenen Tür
- Reihe KISS & Kino
- Reihe KISS & Kleinkunst



KRAFTAKT

- Konzeptkunst mit dem Künstler Thomas Putze in der Begegnung mit Selbsthilfegruppen
- Produktion von Werken durch Performances über ein Jahr
- Filmische und fotografische Dokumentation
- Kunstausstellung im Rathaus



Ein Projekt der
Selbsthilfe-
kontaktstelle
KISS Stuttgart



KRAFTAKT

Eine Begegnung zwischen
Kunst und Selbsthilfegruppen
mit Thomas Putze

Rathaus Stuttgart

14.05. – 06.06.2019



Kunstprojekt KRAFTAKT



<https://www.kiss-stuttgart.de/kraftakt>



5. Innovationen

Help Yourself

- Kooperation mit [ausdrucksreich e.V.](https://www.ausdrucksreich.de/)
- Theaterereignis im öffentlichen Raum
- Publikum spaziert durchs Stadtzentrum
- Filmische und fotografische Dokumentation
- Experimentelle Performance in der Selbsthilfekontaktstelle als Abschluss



<https://www.kiss-stuttgart.de/help-yourself>

SW MM CS | digitale Triologie

- Drei Projekte auf Grundlage der gleichen technologischen Basis, die einzeln für sich zu teuer in der Entwicklung wären
- Virtuelle Selbsthilfeweche 2021 (SW)
- App Meeting Me 2022 (MM)
- Videospiel Cinnamon Sky 2024 (CS)



Virtuelle Selbsthilfeweche

- Virtuelle Messe mit Avatar begehbar
- 80 selbstgestaltete Infostände von Gruppen
- Durchsagen, Messeatmosphäre, Musik
- Sprechende NPCs
- Über Browser lauffähig
- Eingebettet in eine eigene Homepage mit über 40 Veranstaltungen im Stream



<https://youtu.be/9LEaR0JmftE>

5. Innovationen

App
Meeting Me

Meeting
Me



App für virtuelle Gruppen- treffen

- entwickelt für Selbsthilfegruppen, Initiativen & Vereine
- innovative Darstellung & hochwertiger Audiochat
- kostenfrei, datensicher & DSGVO-konform
- Treffen mit bis zu 15 Teilnehmenden
- auf Deutsch & Englisch verfügbar
- für PC, Tablet & Smartphone

Download & Meeting erstellen



meeting-me.de

Meeting Me



<https://meeting-me.de>

Videospiel Cinnamon Sky

- Adventure Game mit Selbsthilfe-Bezug und Edutainment Elementen
- Vier spielbare Charaktere
- Themen Depression, Trennung, Sucht, Muskeldystrophie und MS
- Handlungsort Stuttgart
- VÖ auf PC (Steam), Smartphone und Nintendo Switch



KISS scenen+environments

Locations need to resemble real places in Stuttgart and can be inside and outside of buildings. The 2D playable character will stay in the focus of the screen and move through an illustrative 3D world with a tap.

Artboard by Chasing Carrots, Feb.21

We will try to flatten the perspective in the background of scenes to show more depth at once.

handpainted textures will be mapped on simple 3D assets to achieve a 2D look while making changes of perspective possible when the character moves.

Characters do not have a fixed gender. Head, eyebrows, beards, hair style, and clothing can be combined freely.

body type (male/female) is the same for easier facial expressions. Color variations for top and bottom.

Scene in the Rosensteintank Mockup

With a tap on doors, it is possible to enter a new indoor scene.

Character stays in the center, world moves with him.

Decorative NPCs could make the world more dynamic.

Character could move here to leave the room.

Camera angle and position can vary in scenes to a degree.

Paper texture on top for a more 2D look.

Early scene in the characters apartment. Mockup

If a dialogue starts, the background blurs and the dialogue partners are displayed larger on the left and right.

With the bigger portraits, the player can see facial expressions better and enjoy a closeup of his custom character.

Characters aren't lip synced but show emotions during dialogues.

Enough room for several speech bubbles and dialogue options.

Ich hab das Zimmer gleich gegenüber.

A Ok. Ich wohne hier nur vorübergehend.

B Freut mich, dann sehen wir uns bestimmt öfter.

Possible dialogue layout

KISS Character creation

All characters in the game will be modular 2D graphics and use the same animation base. The player needs to be able to create a custom character and we want to put together NonPlayable characters easily. They need to look good fullbody in environments, as well as in dialogue closeups.

Artboard by Chasing Carrots, Feb.21

skin

facial features

clothing

hair and hair color

Animation

Character examples

5. Innovationen



Videospiel Cinnamon Sky



Fazit

- Printmedien bleiben weiter relevant, insbesondere Faltblätter, Magazin, Jahresprogramm, Flyer und Plakate.
- Andere digital, z.B. Jahresbericht, Gruppenverzeichnisse, Newsletter.
- Kampagnen sind am effektivsten, wenn mehrere Kanäle gleichzeitig bespielt werden. Lieber kurz und konzentriert als lang und ausgedünnt.
- Social Media Kampagnen bieten das beste PreisLeistungsverhältnis (insbesondere Meta), aber der Inhalt muss optimiert werden.
- CityLight Poster und Postkarten sind am effektivsten im Printbereich, wenn die Aufmachung stimmt.
- Innovationen machen sichtbar, auch gegenüber Kooperationspartner*innen und Unterstützer*innen, und wirken dem „angestaubten“ Image von Selbsthilfe entgegen.