

Ergebnisse der World Café-Gruppe „Öffentlichkeitsarbeit“

FRAGE 1:

Welche Formate der Öffentlichkeitsarbeit nutzt ihr bereits?

Wo erscheint's?	In welcher Form?
PRINT	
Zeitung	Ankündigung von Veranstaltungen (VA) / Beratungen
„Blättchen“, Anzeigenblatt	Porträt der Beratungsstelle
Amtsblatt der Kommune	Reportage aus der Beratung (z.B.in Klienten-Wohnung)
Seniorenratgeber	Gerätetipps / Produktempfehlungen
Mieterzeitungen	Beispiele guter Praxis
Handzettel / Flyer / Prospekt	Auf VA auslegen, Multiplikatoren geben
Anzeigen	In Tageszeitungen und Blättchen vorab von VA
TV / RADIO	
Offener Kanal / Stadtfernsehen	Produkttipps
Stadtradio	Serie übers Älterwerden
Kino	Kino-Spot
ONLINE	
Webseite	Kontaktinfos der Beratungsstelle
Newsletter	¼- oder ½-jährlich mit VA-Ankündigungen, Produkttipps, Pressemitteilungen
YouTube	Imagefilm
ZUGEHENDE FORMATE	
Hofläden / Landmärkte	Unterwegs mit dem Koffer / der rollenden Ausstellung
Café Jedermann / Smart-Home-Frühstück	Kaffee, Kuchen, AAL
Tag der offenen Tür	Stand mit Infos und Produkten
Thementage (z.B. Seniorentage)	
Stadtfeste	
Aktionstage von Firmen	
Messen / Fachmessen	Stand
Ausleihservice in der Beratungsstelle	Besondere Produkte mitgeben und Weitersag-Effekt nutzen
Musterausstellung / Musterwohnung	Über positiven Nutzen der Geräte das Interesse der Zielgruppen wecken
LOBBY-ARBEIT	
Zielgruppen	Senior*innen
	Mandatsträger
	Betriebsräte
	Kammern
	MDK / Ärzte

FRAGE 2:

Was würdet ihr gerne ausprobieren?

- Quiz/ Rätsel (Idee: Bilderrätsel mit Produkten -> Was ist das?)
- Schwarzes Brett und Litfaßsäule nutzen
- Schaukasten liebevoll gestalten mit Fotos und Infos
- Story Telling-Konzept als roter Faden mit Beispielen Guter Praxis (Umsetzung in Plakaten und Filmen)
- Aktion: Mit dem Roboter durch die Stadt fahren
- Kino-Spot
- Imagefilm
- Schulung im Landtag, um Entscheidungsträger zu sensibilisieren

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

1. Wir empfehlen in verschiedenen Formaten konkrete Produkte, um für das Beratungsangebot und die positiven Komfort-Effekte der Techniknutzung im Alter zu sensibilisieren.
2. Wir gehen dahin, wo die Zielgruppen sind und nutzen Kooperationen und Netzwerke, um auf uns aufmerksam zu machen.
3. Wir präsentieren Technik authentisch, lebendig und erlebbar und sind bereit, auch ungewöhnliche Wege zu gehen, wenn sie zum Ziel führen.