



Junge Menschen ansprechen und motivieren

Anregungen für die Selbsthilfeunterstützungsarbeit

Schon mal an Selbsthilfegruppen gedacht?



Junge Menschen ansprechen und motivieren

Anregungen für die Selbsthilfeunterstützungsarbeit

Inhalt

Vorwort	5
1 Schon mal an Selbsthilfegruppen gedacht? Junge Menschen – eine Herausforderung für die Selbsthilfeunterstützung	6
1.1 Junge Menschen in der Selbsthilfe	6
1.2 Was wollen, was brauchen junge Menschen?	8
1.2.1 Brauchen junge Menschen eigene Gruppen?	10
1.3 In der Praxis bewährt	14
1.4 Stimmt was nicht mit dem Wort „Selbsthilfegruppe“?	15
1.5 Mitgliedersuche und Nachwuchsprobleme	16
2 Ideen für eine zielgruppen- und situationsgerechte Ansprache	20
2.1 Öffentlichkeitsarbeit für junge Menschen	20
2.2 Entwicklung spezieller Medien – Eine Auswahl	29
2.2.1 Flyer, Faltblätter, Broschüren	29
2.2.2 Postkarten, Plakate, Sticker, Lesezeichen und „Give Aways“	31
2.2.3 Wettbewerbe, Preisausschreiben	32
2.2.4 Audio und Video	32
2.2.5 Das Internet: Webseiten, Foren und Chats, soziale Netzwerke	33
3 Schlussbemerkung	37
Literatur	38
Autorinnen	39
Impressum	43

Vorwort

Was möchte diese Praxishilfe?

Im Jahr 2009 hat sich die Nationale Kontakt- und Informationsstelle zur Anregung und Unterstützung von Selbsthilfegruppen (NAKOS) im Rahmen des vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) geförderten Projekts „Junge Menschen in der Selbsthilfe – Junge Menschen in die Selbsthilfe. Selbstsorge, Sorge und bürgerschaftliches Engagement stützen und erschließen“ mit der Zielgruppe der jungen Menschen in der Selbsthilfe befasst. Wir haben Kontaktstellen und Organisationen der Selbsthilfe nach ihren Erfahrungen befragt und wissenschaftliche Literatur und Praxiserkenntnisse ausgewertet. Wir haben außerdem Gespräche mit jungen Menschen zum Thema geführt, sowohl mit solchen, die in Face-to-Face-Gruppen aktiv sind als auch mit solchen, die virtuelle Formen der gemeinschaftlichen Problembearbeitung gewählt haben.

„Junge Menschen“ im Sinne des NAKOS-Projekts bezeichnet 18- bis 29-Jährige. Natürlich ist es problematisch, über eine so große und heterogene Gruppe (für die Bundesrepublik sind es ca. 11,8 Mio. Menschen) und ihr Engagement in der Selbsthilfe allgemeingültige Aussagen zu treffen. Dennoch haben sich – sowohl was Arbeitsformen angeht als auch was die Ansprache dieser Altersgruppe betrifft – Aspekte herauskristallisiert, die für viele Anlässe und Bereiche der Selbsthilfe Gültigkeit zu haben scheinen.

Dieses Manual erscheint als Band 4 der NAKOS-Reihe „Konzept und Praxis“. Es möchte die von der NAKOS gesammelten Hinweise als Anregung für die Arbeit von Selbsthilfekontaktstellen, Selbsthilfegruppen und -organisationen zur Verfügung stellen. Sie zeigt bewährte Arbeitsformen und Strategien der Ansprache junger Menschen und gibt Tipps für eine zielgruppen- und situationsgerechte Ansprache.

Unser Dank gilt dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) für dessen Projektförderung, die die Erstellung des Manuals ermöglichte, und all denen, die uns an ihren Erfahrungen teilhaben ließen.

*Ruth Pons
Miriam Walther
Wolfgang Thiel (Projektleitung)*

Schon mal an Selbsthilfegruppen gedacht? Junge Menschen – eine Herausforderung für die Selbsthilfeunterstützung

1.1 Junge Menschen in der Selbsthilfe

Viele Anlässe und Themen der Selbsthilfe betreffen junge Menschen noch nicht so stark, dass ein Selbsthilfegruppen-Engagement erwartet werden kann. Das gilt vor allem für eine Reihe von Erkrankungen, die erst in den späteren Lebensjahren zu massiven Herausforderungen und Beeinträchtigungen führen. Bei anderen Problemstellungen hingegen sind auch jüngere Menschen schon in einer Weise betroffen, die ein Engagement in Selbsthilfegruppen sinnvoll macht. Dazu gehören Krankheiten, die schon in den ersten Lebensjahrzehnten auftreten, Behinderungen (angeboren oder durch Unfälle verursacht), psychosoziale und psychische Probleme wie z.B. Essstörungen, Süchte, Sexualität, Ängste, Depressionen, Aufmerksamkeitsdefizit- / Hyperaktivitätsstörung (ADHS) und Trauer sowie soziale Themen wie Elternschaft / Erziehung, Geschlechtergerechtigkeit, Fragen von Ausbildung, Erwerbstätigkeit und Arbeitslosigkeit. Ausgangspunkt für gemeinschaftliche Selbsthilfeaktivität kann darüber hinaus eine mittelbare Betroffenheit sein, nämlich dann, wenn junge Menschen als Angehörige und Zugehörige von erkrankten Familienmitgliedern oder Freunden mit einem Problem konfrontiert sind. Beispiele dafür wären Gruppen für erwachsene Kinder psychisch kranker oder suchtkranker Eltern.

Dennoch sind junge Menschen auch bei Anlässen und Themen, bei denen sie bereits einen hohen Leidensdruck haben, in Selbsthilfegruppen eher spärlich vertreten. Das gilt sowohl für die informelle Gesprächsselbsthilfe als auch für das Engagement junger Menschen in Selbsthilfeorganisationen und -verbänden.

Dafür kann es mehrere Gründe geben: Unter Umständen sind junge Menschen insgesamt nicht gut genug über die Möglichkeiten gemeinschaftlicher Selbsthilfe informiert. Oder jemand ist mit der Möglichkeit einer Selbsthilfegruppe zwar vertraut, findet diese Form der Problembearbeitung so, wie sie oder er sie kennengelernt hat, für sich selbst aber nicht geeignet. Oder jemand hätte grundsätzlich Interesse an einer Selbsthilfegruppe, findet aber keine geeignete Gruppe in seiner Umgebung oder hat nicht die Zeit, an einer teilzunehmen.

Daraus folgen zwei Handlungsstrategien:

- eine auf die Zielgruppe ausgerichtete Informationsarbeit, die überzeugend deutlich macht, welche Chancen gemeinschaftliche Selbsthilfe auch für junge Menschen hat, und die bestehende negative Klischees aufbricht
- die Anregung und Unterstützung von Selbsthilfegruppen, die in der Wahl ihrer Anlässe und Themen, ihren Settings und ihren Arbeitsweisen gezielt auf die Bedürfnisse jüngerer Teilnehmer eingehen.

Die klassische Selbsthilfegruppe gibt es nicht. Menschen finden sich zu einer Vielzahl von Themen mit anderen Betroffenen zusammen, und sie tun das auf ganz unterschiedliche Art und Weise. In Selbsthilfegruppen findet Informations- und Erfahrungsaustausch statt. Die Beteiligten helfen sich gegenseitig und sie leisten Hilfe für Außenstehende. Es geht ihnen um Gruppengemeinschaft und Geselligkeit, um Wissenserwerb und gemeinsames Lernen, um Kooperation mit Versorgungseinrichtungen und um Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung und soziale Veränderung.

In der Öffentlichkeit ist diese Vielfalt der Anlässe, Themen und Arbeitsformen von Selbsthilfegruppen allerdings nur wenig bekannt. Die meisten Menschen haben ein Bild von Selbsthilfegruppen im Kopf, das sich aus Filmen und Serien speist und mit der Realität wenig zu tun hat. Gerade junge Menschen assoziieren mit Selbsthilfegruppen oft ältere Menschen, die im Stuhlkreis beisammen sitzen und immer nur über Probleme reden – was als eine eher langweilige, verstaubte und defizitorientierte Angelegenheit mit wenig Berührungspunkten zum eigenen Leben erscheint.

Es ist daher notwendig, die Vielfalt gemeinschaftlicher Selbsthilfe aufzuzeigen und gleichzeitig junge Menschen dabei zu unterstützen, sich in Gruppen zusammenzufinden, die den Bedürfnissen ihrer jeweiligen Lebenssituation entsprechen.

“

„Ich weiß, es ist wahrscheinlich Quatsch, aber ich stelle mir das wie ‚Ringelpietz mit Anfassen‘ vor. Und, auch wenn ich manchmal gerne jemanden zum Austausch hätte, so will ich auch nicht immer und nur über die Krankheit reden.“

25-Jährige im Internetforum „junge Rheumis“, www.rheuma-online.de

“

„Selbsthilfegruppe?? Allein das Wort klingt in meinen Augen schon irgendwie spießig; außerdem gab's irgendwie auch keine Gruppe, in der auch meine Altersgruppe vertreten war!“

Teilnehmerin des Multiple Sklerose (MS)-Stammtisches der Deutschen Multiple Sklerose Gesellschaft Ortsvereinigung Bochum und Umgebung e.V., www.dmsg-bochum.de

1.2 Was wollen, was brauchen junge Menschen?

Die jungen Menschen gibt es nicht. Es macht natürlich einen Unterschied, ob es um junge Mütter geht, um körperbehinderte junge Leute oder um arabischsprachige männliche Schulabgänger. Doch auch wenn eine kategorische Aussage, was die jungen Menschen in der Selbsthilfe brauchen und möchten, sicher nicht möglich ist, gibt es Hinweise aus der Praxis von Selbsthilfegruppen, -organisationen und -kontaktstellen, die lohnen, berücksichtigt zu werden. Dazu gehören:

- Jüngere Leute haben oft wenig Zeit. Sie sind in Anspruch genommen von Ausbildung, Beruf und (kleinen) Kindern. Gruppenangebote müssen das bei der Wahl des Termins (Tag, Uhrzeit, Häufigkeit) berücksichtigen. Unter Umständen ist es deshalb sinnvoll, Möglichkeiten der Kinderbetreuung anzubieten oder Wochenend- oder Abendtreffen zu vereinbaren.
- Die Selbsthilfeunterstützung handelt zumeist reaktiv. Sie wartet bis Interessierte an sie herantreten und klärt dann gemeinsam mit ihnen ab, welche Art der Unterstützung gewünscht wird („Komm-Struktur“). Im Zusammenhang mit dem Selbsthilfeengagement junger Menschen bewährt sich offensichtlich eine stärker aktivierende, initiiierende Herangehensweise. Die Zielgruppe muss oft überhaupt erst einmal über die Möglichkeiten der Selbsthilfe informiert werden und darüber, dass sie die Anlässe, Themen und Formen ihres gemeinschaftlichen Engagements selbst gestalten können. (Hinweise zur Öffentlichkeitsarbeit für junge Menschen finden Sie in Teil 2 dieses Manuals.)

- In vielen Bereichen der Selbsthilfe hat sich eine anfängliche Begleitung von Gruppen junger Menschen durch bereits in der Selbsthilfearbeit erfahrene Personen bewährt. Gleichzeitig wollen sich junge Menschen (so wie wohl Menschen aller Altersstufen ...) als selbstwirksam erleben. Sie wollen sich in Gruppenstrukturen engagieren, die ihnen entsprechen und die von ihnen selbst gestaltet oder mitgestaltet werden können.

“

„Wir sind mobil und aktiv trotz Rheuma“

Slogan auf www.junge-rheumatiker-mitteldeutschland.de

- Das gemeinsame Spaßhaben, gemeinsam mit anderen etwas zu unternehmen ist für jüngere Selbsthilfegruppenteilnehmer/innen wichtig und sollte seinen Platz im Gruppengeschehen haben. Das hat sich in ganz unterschiedlichen Bereichen bestätigt: Für junge Menschen mit Behinderungen, die tagtäglich mit Mobilitätseinschränkungen konfrontiert sind, ist es attraktiv, gemeinsam mit anderen aktiv zu sein. Suchtkranke brauchen die Erfahrung, sich auch ohne Suchtmittel gut zu fühlen, und sie sind oft auf der Suche nach einem neuen Freundeskreis, der nicht mit dem Drogenkonsum assoziiert ist. Junge Rheumakranke, die mit der Perspektive größerer körperlicher Einschränkungen in späteren Jahren konfrontiert sind, legen Wert darauf, sich als aktiv, leistungsfähig und mitten im Leben stehend zu erfahren.

Vielleicht liegt es auch einfach am Alter, dass Geselligkeit und gemeinsame Freizeitgestaltung bei der Zielgruppe – völlig abgesehen von der jeweiligen Problematik – einen so hohen Stellenwert haben ...

ZUM BEISPIEL

‘Jung und Aktiv’ ist eine Selbsthilfegruppe für junge Menschen mit Suchtproblemen aller Art. Wir begrenzen uns nicht nur auf Alkohol oder Drogen, sondern es sind auch Leute mit Essstörung, Spielsucht sowie anderen Süchten willkommen.

Die Gruppe ist etwas anders als gewöhnliche Suchtselbsthilfegruppen, da wir uns nicht nur auf wöchentliche Gruppentreffen in Form eines Gesprächskreises beschränken, sondern den Schwerpunkt auf die suchtmittelfreie Freizeitgestaltung gelegt haben. Dazu werden einmal im Monat gemeinsam Aktivitäten ausgesucht, die von der Gruppe festgelegt werden. Diese finanzieren sich über Sponsoren, so dass auch sozialschwache Menschen daran teilnehmen können. Beispielsweise ermöglicht uns der Betreiber eines Paintballplatzes in Aachen einen ganztägigen Ausflug für die Gruppe. Dort geht es um Teamgeist und Taktik, so dass der Zusammenhalt der Gruppe gefördert wird.

Jeder der Interesse hat, auch wenn er noch aktuell von der Sucht betroffen ist und beispielsweise noch nicht trocken ist, ist herzlich willkommen. Wir machen keinen Unterschied zwischen den Süchten und unterhalten uns auf Augenhöhe. Die Probleme von jedem einzelnen werden ernst genommen, denn jeden wirft etwas anderes aus der Bahn. Was für den einen nichtig scheint, kann für den anderen das Ende bedeuten, daher werten wir nicht, sondern reden und versuchen gemeinsam einen Weg zu finden, die aktuelle Situation zu bewältigen.

Miriam B., Gründerin der Gruppe „Jung und Aktiv“

- Auch soziale und gesellschaftliche Initiative und der Wunsch, etwas zu bewirken, spielen bei jungen Menschen eine Rolle. So radeln ehemalige junge Krebspatienten/innen sechs Tage lang gemeinsam bei der Regenbogenfahrt der Deutschen Kinderkrebsstiftung, um krebskranken Kindern, ihren Angehörigen und der Öffentlichkeit zu zeigen, dass eine Krebserkrankung im Kindes- und Jugendalter überwindbar ist. Und mit dem Chatroom „www.doch-etwas-bleibt.de“ bieten junge Menschen im Hospiz Bedburg-Bergheim e.V. Jugendlichen eine Möglichkeit, ihre Trauer zu teilen. Sie begleiten und beraten Gleichaltrige. Die Mitglieder in der Bundesarbeitsgemeinschaft Hörbehinderter Studenten und Absolventen e.V. setzen sich wiederum für die bundesweite Anerkennung der Deutschen Gebärdensprache ein.

ZUM BEISPIEL

Das Jugendnetzwerk Lambda macht mit der „Les-BiSchwulen Tour“ einen mutigen Schritt in Regionen, in denen lesbische, schwule, bisexuelle und transgender Lebensweisen junger Menschen noch wenig oder gar nicht akzeptiert sind. Die engagierten jungen Menschen stellen sich der Diskussion in der Öffentlichkeit, sie werben für Toleranz und Akzeptanz und bieten Beratung für junge Menschen, die Ängste wegen ihres Coming Out plagen. Für ihr herausragendes freiwilliges Engagement wurden sie 2009 mit dem 2. Platz des Heinz Westphal Preises des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und des Deutschen Bundesjugendrings ausgezeichnet.

www.lambda-bb.de, www.dbjr.de

1.2.1 Brauchen junge Menschen eigene Gruppen?

In vielen Selbsthilfebereichen haben sich Gruppen speziell für junge Betroffene bewährt. Im allgemeinen gilt, dass sich das Selbsthilfeengagement über eine gemeinsame Betroffenheit herstellt. Im Bezug auf jüngere Menschen deutet jedoch vieles drauf hin, dass sie es schätzen, in einem Rahmen gleichaltriger Betroffener aktiv zu sein. Die Lebensphase, in der sich die Zielgruppe befindet, geht mit ganz besonderen Herausforderungen einher (u.a. Ablösung vom Elternhaus, Übergang von Schule zu Beruf, erste längere Partnerschaften und Familiengründung). Ein Problem oder eine Krankheit mag das Leben der Betroffenen zwar stark prägen, steht aber immer in Beziehung zu diesen anderen Themen. Für eine 25-jährige Rheumakranke mit Kinderwunsch und Karriereambitionen stellen sich andere Fragen, als für einen 55-jährigen Frührentner – auch wenn beide die gleiche Erkrankung haben.

Gerade weil junge Menschen erst am Anfang ihres Lebens stehen und noch viel vorhaben, haben sie die Sorge, in einer Selbsthilfegruppe auf ihr Problem reduziert zu werden. Viele „junge“ Selbsthilfegruppen greifen das auf, indem sie das Themenspektrum weit fassen und Raum für gemeinsame Erlebnisse und Initiativen bieten: Die Gruppe „Junge Erwachsene“ beim Berliner Brückentreff kocht zusammen, geht Billard oder Minigolf spielen, die jungen Mitglieder in der Deutschen Hämophilie Gesellschaft gehen zusammen campen und die Teilnehmer des Ulmer „Treffpunkts für Jugendliche und junge Erwachsene mit Epilepsie“ haben zusammen

ein Buch über ihre Erfahrungen mit der Krankheit geschrieben.

Jungen Menschen fällt es oft leichter, Rat und Unterstützung von Gleichaltrigen anzunehmen. Und das ist nachvollziehbar: Denn wer gerade noch damit beschäftigt ist, sich von den eigenen Eltern zu emanzipieren, tauscht sich vermutlich nicht gern intim über Probleme aus mit Menschen, die reden und reagieren, wie er oder sie es von seinen oder ihren Eltern gewohnt ist. Dennoch kann es Situationen geben, in denen das Miteinander der Generationen innerhalb einer Selbsthilfegruppen gut funktioniert und die Beteiligten es schätzen, unterschiedliche Perspektiven kennenzulernen und voneinander zu profitieren. Ob das gelingt, hängt stark von den bisherigen Gruppenmitgliedern ab. Sind sie offen für neue Ideen? Sind sie bereit, Einfluss und Verantwortung abzugeben?

“

„An Selbsthilfe interessant finde ich gerade den Austausch zwischen jung und alt. Es gibt ja vergleichsweise wenige aktive junge Menschen in der Selbsthilfe. Ich finde das sehr schade. Als jungeR BetroffeneR kann man so viel von anderen Betroffenen erfahren. Ältere haben oft schon mehr Erfahrung im Umgang mit dem Problem. Viele habe ich sagen hören, ‚hätte ich das doch alles schon mal vor zehn Jahren gewusst, dann hätte ich noch so viel ändern können‘.“

26-jährige Besucherin einer Selbsthilfegruppe für Jodsensibilität, Selbsthilfe- Kontakt- und Beratungsstelle Mitte StadtRand gGmbH (Berlin), Newsletter IV, 2009

ZUM WEITERDENKEN

„Genauso wie die jungen Suchtkranken haben auch viele Teilnehmer/innen traditioneller Selbsthilfegruppen Vorbehalte ‚den anderen‘ gegenüber. Viele sind verunsichert, wenn sie daran denken, dass junge Sucht- und Drogenabhängige in ihre Gruppe kommen könnten. Denn mit ‚jung‘ und ‚suchtkrank‘ wird leicht assoziiert: ‚16 bis 22 Jahre alt, Konsument illegaler Drogen, kriminell, männlich‘. Außerdem wird mitunter befürchtet, dass junge Leute viel Wirbel und Unruhe in die vertrauten Strukturen, Absprachen und Rituale bringen. Nicht zu vergessen, dass den älteren Gruppenbesuchern durch die Anwesenheit der jüngeren ihr eigenes Alter bewusst wird. Zusätzlich erfolgt durch die Auseinandersetzungen mit der ‚Kinder- bzw. Enkelkinder-Generation‘ verstärkt die Konfrontation mit der eigenen Lebens- und Familiengeschichte. All diese Aspekte rufen bei den älteren und langjährigen Gruppenmitgliedern der Sucht-Selbsthilfe möglicherweise Ängste hervor.“

Breuer, H. / Hägerbäumer, H. / Janßen, H.-J. / Körtel, K. / Schneider, W. (Hrsg.): Brücken bauen. Junge Suchtkranke in der Selbsthilfe. Ein Projektbericht für die praktische Arbeit. Kassel 2006

“

„Hallo zusammen, ich würde gerne mit ein paar Leuten eine Selbsthilfegruppe für Ängste, Schüchternheit, Soziale-Phobie etc. in Wuppertal gründen [...] Ich würde gerne den Focus auf jüngere Menschen legen, um somit diesen eine Hilfestellung geben zu können und sich untereinander auszutauschen. [...] Versteht mich jetzt nicht falsch, viele Dinge kann man auch von älteren Betroffenen lernen und Erfahrungen sammeln, aber bei Gleichaltrigen fühlt man sich ja meist besser aufgehoben. Sonst würde man sich ja auch nicht nach gleichaltrigen Freunden umgucken bzw. mit denen schneller in Kontakt treten.“

*Aus einem Forum für psychische Erkrankungen,
www.psychic.de/forum*

ZUM BEISPIEL

„Wir sind: Jugendliche Rheumis, die zusammen ihr Leben in die Hand nehmen möchten. Wir wollen: Unabhängigkeit, Spaß, gegenseitige Unterstützung, gemeinsamer Austausch, und neue Freundschaften schließen. Themen: Austausch und Information zu Schule, Ausbildung, Beruf, Liebe, Lust, Beziehungskisten, Zusammenarbeit mit Fachleuten über alles, was Gesundheit und Krankheit betrifft, zum Beispiel mit Ärzten, Psychologen, Physiotherapeuten. Seminare: Wir tauschen uns über unsere Krankheit und neue Therapiemöglichkeiten aus. Es gibt Seminare zu unterschiedlichen Themen und auch mit Fachvorträgen ... wobei uns aber der Spaß nicht vergeht! Treffen: Wir treffen uns, um zu quatschen, was zu unternehmen und Spaß zu haben. Seid Ihr auf den Geschmack gekommen? Wenn Ihr Lust habt ... dann steigt doch einfach ein!

Selbstbeschreibung der Young Rheumis im Landesverband Rheinland-Pfalz der Rheuma-Liga, www.rheumaliga.de

ZUM BEISPIEL

Die junge Suchtgruppe im Selbsthilfverein Spektrum e.V. macht neben ihren anderen Aktivitäten auch Präventionsarbeit in Schulen und Jugendzentren. „Unser Angebot wird sehr gut genutzt und was für mich noch sehr viel wichtiger ist: Schüler haben von sich aus Lehrer angesprochen und nachgefragt, ob es möglich ist mit uns über das Thema ‚Drogen‘ zu sprechen. Das zeigt ganz deutlich, den Wunsch nach direktem Kontakt und Aufklärung. Die meisten Erfahrungen, die wir in solchen angebotenen Gesprächsrunden gemacht haben, waren sehr positiv! Die Jugendlichen waren, nachdem sie die erste Hemmschwelle abgebaut hatten und merkten, dass wir keine graue Theorie erzählten, sondern aus unseren eigenen Erfahrungen berichten, sehr interessiert. In diesem Zusammenhang kann ich nur sagen, es ist nichts von einer Null-Bock-Generation zu sehen.“

*Martina D.: „... dass wir alles selber auf die Beine stellen, um clean zu bleiben und clean zu leben.“
In: DAG SHG (Hrsg.): selbsthilfegruppenjahrbuch 2005. Gießen 2005, S. 31-34*

Ergebnis der NAKOS-Befragung „Junge Menschen in der Selbsthilfe – Junge Menschen in die Selbsthilfe“ 2009

„Gibt es in Ihrer Region Selbsthilfegruppen speziell von jungen Menschen?“ Eine Umfrage unter Selbsthilfekontaktstellen (194 Antworten)			
JA	NEIN	WEIß NICHT	KEINE ANGABEN
41,8%	50,0%	7,2%	1,0%

Fragebogen für Selbsthilfekontaktstellen

„Gibt es in Ihrer Selbsthilfeorganisation oder -vereinigung Gruppen speziell von jungen Menschen?“ Eine Umfrage unter bundesweiten Selbsthilfeorganisationen und Vereinigungen (144 Antworten)			
JA	NEIN	WEIß NICHT	KEINE ANGABEN
27,1%	68,1%	0,0%	4,9%

Fragebogen für Selbsthilfeorganisationen und Selbsthilfevereinigungen

1.3 In der Praxis bewährt

- (Jüngere) Ansprechpartner/innen in Selbsthilfekontaktstellen und Selbsthilfeorganisationen für junge Menschen
- Anregung und Unterstützung, damit junge Menschen Anlässe, Themen, Arbeitsformen, Ziele und Öffentlichkeitsarbeit selbst bestimmen und bearbeiten
- Themen- und Aktivitätsvielfalt ermöglichen, die der Tatsache Rechnung trägt, dass junge Menschen in Selbsthilfegruppen nicht nur über ihr „Problem“ reden wollen
- Arbeitsformen, die Raum für gemeinsame Erlebnisse, Freizeitaktivitäten und gesellschaftliche Initiative bieten
- Ein passendes „Setting“ bereitstellen, z.B. Kinderbetreuung während der Gruppenzeit, Treffen am Abend für Berufstätige, Wahl einer Örtlichkeit, die auf junge Menschen ansprechend wirkt
- Flexibilität bei den „alten Hasen“ einer Gruppe fördern sowie die Bereitschaft, Themen und Gruppenabläufe gemeinsam mit den neuen, jüngeren Mitgliedern festzulegen oder:
- Gruppen speziell für junge Betroffene etablieren
- Anfänglich Gruppen junger Menschen durch in der Selbsthilfe erfahrene Personen begleiten

- Niedrigschwellige Zugangswege zu Selbsthilfegruppen schaffen

- „Mischformen“ von Face-to-Face- und virtuellen Arbeitsformen akzeptieren und gestalten (z.B. virtuelle Kommunikation, um zwischen den Treffen in Kontakt zu bleiben; Informationen über Gruppen im Internet, um so weitere Interessierte zu finden)

ZUM WEITERDENKEN

AUFSUCHENDES HANDELN

Selbsthilfekontaktstellen handeln üblicherweise nach dem „Komm-Prinzip“. In der Zusammenarbeit mit jüngeren Betroffenen kann es jedoch Sinn machen, stärker aufsuchend zu agieren. Das bedeutet u.a., die Informationen über die Möglichkeit gemeinschaftlicher Selbsthilfe dort hinzubringen, wo junge Menschen sind, anstatt darauf zu vertrauen, dass diese ihren Weg in die Kontaktstelle schon irgendwann finden werden.

Junge Menschen trifft man nicht nur in Cafés, Kneipen, (Berufs-)Schulen, Universitäten, Einrichtungen der Jugendarbeit oder in Sportvereinen, sondern vor allem auch im Internet. Junge Menschen, die mit einem Problem konfrontiert sind, beispielsweise gerade eine schwierige medizinische Diagnose erhalten haben, sich in einer aufreibenden Trennungsphase befinden oder ihren Ausbildungsplatz verloren haben, werden in aller Regel als erstes im Internet nach hilfreichen Informationen und vielleicht auch Kontaktmöglichkeiten suchen. Wenn Sie möchten, dass diese Altersgruppe von der Möglichkeit einer Selbsthilfegruppe erfährt, müssen Sie dafür sorgen, dass junge Menschen dort fündig werden. Holen Sie die jungen Menschen ab, wo sie sind ...

1.4 Stimmt was nicht mit dem Wort „Selbsthilfegruppe“?

„MS-Stammtisch. Ihr sucht keine „Selbsthilfegruppe“ im eigentlichen Sinne, wohl aber den Austausch mit etwa gleichaltrigen MS-Erkrankten? Themen wie Berufsein- oder -umstieg, Familienplanung, Partnerschaft und Freizeitgestaltung stehen bei Euch ebenso im Vordergrund wie nette Leute kennenzulernen oder einfach mal zu plaudern? Wenn Ihr Euch in dieser Beschreibung wiedererkennt, seid Ihr herzlichst eingeladen an unserem ‚Stammtisch‘ teilzunehmen.“

Nicht nur bei der Deutschen Multiple Sklerose Gesellschaft Bochum e.V. wird versucht, den Begriff der Selbsthilfegruppe in der Ansprache junger Menschen zu vermeiden. Auch bei anderen Akteuren der Selbsthilfe besteht die Sorge, junge Menschen könnten von dem Wort abgeschreckt werden, assoziierten sie mit dem Begriff doch oft langweilige Gesprächskreise selbstmitleidiger älterer Menschen. Und so werden andere Bezeichnungen gewählt. Statt Selbsthilfegruppe heißt es dann Stammtisch, (Erfahrungs-)Treff, (Erfahrungs-)Austausch, Kontaktring oder Interessengruppe.

Doch ist die Vermeidung des Begriffs „Selbsthilfegruppe“ wirklich die Lösung, um die Idee der selbstbestimmten und gemeinschaftlichen Problembewältigung für junge Menschen attraktiv zu machen?

Ein anderer Weg ist, ganz selbstbewusst von Selbsthilfegruppe zu sprechen, den Begriff aber „zielgruppengerecht“ zu pointieren. So lässt sich der Begriff neu und positiv besetzen. Beispiele hierfür sind die „ADS-Freaks-Selbsthilfegruppe-Hamburg“, „ShAlk – Selbsthilfegruppe homosexueller Alkoholiker“, „Black Dogs – Depressions-selbsthilfegruppe für berufstätige Menschen“, „JuLE – Selbsthilfegruppe in der Lupus Erythematodes Selbsthilfegemeinschaft“, die „Blues Sisters Frankfurt – Selbsthilfegruppe für Frauen mit postpartalen Problemen“ oder „Die Chamäleons – junge Selbsthilfegruppe für MS“.

“

„Der Stammtisch ist anders, zumindest als die Selbsthilfegruppe Lübeck. Hier ist Platz für viele lustige Gespräche, die auch informativ sein können, Gedankenaustausch, Verabredungen und ähnliches. Es läuft auch nicht ‚ganz‘ so diszipliniert, wie die Selbsthilfegruppe, aber macht riesig Spaß. Hier kann auch der ‚Anhang‘ mitgebracht werden, je mehr desto lustig. Einfach mal ausprobieren, mitmachen, und genießen. Ein wichtiger Termin gegen Langeweile, oder hattet Ihr etwa etwas anderes vor?“

(Selbstbeschreibung des Stammtisches der Adipositas Selbsthilfegruppe Lübeck, www.adipositas-portal.de)

1.5 Mitgliedersuche und Nachwuchsprobleme

In vielen Selbsthilfeorganisationen gibt es eine Diskussion darüber, wie jüngere Menschen als Mitglieder gewonnen und für die Verbandsarbeit motiviert werden können.

Hintergrund sind Schwierigkeiten, neue und aktive Mitglieder zu gewinnen sowie Klagen vieler aus Alters- oder Krankheitsgründen ausscheidender Gruppenleiter/innen, keine geeigneten Nachfolger zu finden.

Auch im Selbsthilfebereich ist zu spüren, dass viele Menschen der jüngeren Generation vor einem verbindlicheren Engagement in Verbandsstrukturen zurückschrecken.

Selbsthilfeorganisationen mit Problemstellungen, die (auch) Kinder und junge Erwachsene betreffen wie z.B. der Bundesverband Kleinwüchsige Menschen und ihre Familien e.V. haben es vergleichsweise einfach mit der Nachwuchsgewinnung. Denn die Kinder, deren Eltern sich hier engagieren, wachsen quasi automatisch in die Verbandsarbeit hinein. Besonders Organisationen, die eine attraktive Kinder- und Jugendarbeit machen, haben eine gute Chance, dass diese Kinder, wenn sie denn älter geworden sind, dem Verein weiterhin verbunden bleiben und dort aktiv Aufgaben und Rollen übernehmen.

“

Schwieriger ist es für Selbsthilfeorganisationen, deren Themen keinen entsprechenden „Zufluss“ an Mitgliedern mit sich bringen. Sie müssen gezielte Anstrengungen unternehmen, die Attraktivität der gemeinschaftlichen Problembearbeitung, des Miteinanders in der Gruppe bekannt zu machen. Für die langjährigen Mitglieder liegt darin aber auch die Chance, die eigenen Arbeitsweisen und Ziele zu überdenken. Und so wird unter Umständen ein Prozess in Gang gesetzt, von dem sowohl die „alten Hasen“ als auch die neuen und jüngeren Mitglieder profitieren.

BKK Bundesverband (Hrsg.); Kofahl, C., Böhmert, M., Kohler, S.: Anregungen für Selbsthilfeorganisationen. Mitglieder gewinnen, Mitglieder aktivieren, Mitglieder halten. Reihe Praxishilfe. Essen 2009.

Bewährt haben sich:

- attraktive Aktivitäten für Kinder (spannendes Kinderprogramm bei Jahrestreffen)
- spezielle Angebote für Jugendliche (Wochendausflüge, Kanufahren, Hochseilgarten, Filmseminare)
- separate Gruppenstrukturen und Arbeitskreise für junge Erwachsene, die Freiraum für eigene Vorstellungen bieten – bei gleichzeitiger organisatorischer Unterstützung durch den Verband und die Organisation
- Interessenvertretung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Verband / in der Organisation (z.B. über einen „Extraplatz“ im Vorstand)
- Engagement in zeitlich überschaubaren, auf Einzelaktionen begrenzten Angeboten (z.B. Planung und Übernahme der Kinderbetreuung auf einem Jahrestreffen, Gestaltung eines neuen Flyers, Hilfe beim Aufbau eines Internetforums)
- spezielle Mitgliedertarife für Jugendliche und junge Erwachsene (reduziert; die Möglichkeit, die Mitgliedschaft vorübergehend ruhen zu lassen).

Zudem sollten alle – Selbsthilfegruppen und -organisationen wie auch Selbsthilfekontaktstellen – grundsätzlich ihre Außendarstellung und die Vermittlung ihrer Vorstellungen von gemeinschaftlicher Selbsthilfe überprüfen. Sie sollten bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit vorsichtig sein mit der Präsentation von „Angeboten“ und einer Darstellung der Gruppe als „Dienstleister“ (z.B. Beratung) oder als Interessenvertreter (z.B. in Gremien). Dies kann dazu führen, dass Interessierte sich eher als „Selbsthilfe-Konsument/innen“ angesprochen fühlen und nicht als engagierte und solidarische Mitstreiter/innen, auf die es genau ankommt. Das betrifft nicht nur, aber auch die Zielgruppe der jungen Menschen.

“

„Selbsthilfegruppen muss es gelingen, in ihrer Öffentlichkeitsarbeit und in der Kooperationen mit dem professionellen Versorgungssystem ihren Wesenszug zu verdeutlichen: die sozial-kommunikative und die solidarisch-aktive Mit-Verantwortlichkeit. Es ist ihre genuine Aufgabe, dies zu veranschaulichen und attraktiv zu machen als Grundlage und Kern des Erfolgs von Selbsthilfegruppen. Sie müssen darauf achten, dass dieser Kern nicht hinter die angewachsenen Aufgaben der Information, der Beratung / Betreuung und der Interessenvertretung zurücktritt.“

Thiel, W.: Über Selbsthilfe-Konsum und die Schwierigkeiten von Selbsthilfegruppen, aktive Mitstreiter zu gewinnen. In: DAG SHG e.V. (Hrsg.): selbsthilfegruppenjahrbuch 2004. Gießen 2004, S. 88

ERFAHRUNGEN

Projekt „Brücken bauen“

Die in der Deutschen Hauptstelle für Suchtfragen (DHS) organisierten Sucht-Selbsthilfeverbände beschäftigten sich im Rahmen des Projekts „Brücken bauen – Integration junger Suchtkranker in die Suchtselbsthilfe“ drei Jahre lang mit der Frage, wie junge Suchtkranke besser von der Suchtselbsthilfe erreicht werden können. Denn in der Vergangenheit gab es in den Gesprächsgruppen der Verbände kaum jüngere Betroffene.

In dem Projekt wurden die Einstellungen und Bedarfe der Zielgruppe abgefragt und Best-Practice-Beispiele untersucht. Davon ausgehend wurden Vorschläge für jugendgerechte Gruppenangebote entwickelt (u.a. erlebnisorientierte Elemente, anfängliche Begleitung) und Materialien für die Fortbildung ehrenamtlicher Mitarbeiter/innen entwickelt. Im Rahmen des Projektes wurde auch nach hindernden strukturellen Faktoren auf Seiten der Verbände gefragt. Ein wesentliches Ergebnis war die Erkenntnis, dass die bisherige Altersstruktur der Gruppen das Selbstverständnis der Verbände geprägt habe. Die Projektverantwortlichen sprachen sich daher für eine grundlegende Verjüngung der Leitungs- und Mitarbeiter/innenstruktur aus und forderten eine zielgerichtete Unterstützung junger Suchtkranker. Ihre Interessen müssten innerhalb der Verbände ausdrücklich wiederkehrend ins Gespräch gebracht werden.

Die beteiligten Verbände haben mit der Umsetzung der Brücken-bauen-Empfehlungen begonnen. Beim Kreuzbund e.V. etwa wurde 2007 der neue Arbeitsbereich „Die jungen Menschen im Kreuzbund“ (DJ MiK) eingerichtet, beim Blauen Kreuz in der Evangelischen Kirche existiert der Arbeitskreis „JULITI“ und beim Freundeskreis für Suchtkrankenhilfe e.V. haben junge Suchtkranke den Arbeitskreis „Junge Menschen und Sucht – JuMuS“ gegründet.

Breuer, H. / Hägerbäumer, H. / Janßen, H.-J. / Körtel, K. / Schneider, W. (Hrsg.): Brücken bauen. Junge Suchtkranke in der Selbsthilfe. Ein Projektbericht für die praktische Arbeit. Kassel 2006

ERFAHRUNGEN

Die Deutsche Rheuma-Liga

In ihrer aktuellen Kampagne „Rheuma ist keine Frage des Alters“ zieht die Deutsche Rheuma-Liga gegen das immer noch weit verbreitete Vorurteil zu Felde, dass Rheuma eine Erkrankung des reiferen Alters sei. Im Mittelpunkt stehen drei Plakatmotive, die ältere und jüngere Menschen im Paar zeigen. Es sind Betroffene wie Johanna (27) und Ingo (68), die der neuen Kampagne ihr Gesicht geben. Ihre persönlichen Lebensgeschichten können im Internet nachgelesen werden.

Die Deutsche Rheuma-Liga bietet jungen Betroffenen eine Vielzahl gesonderter Angebote und Möglichkeiten, sich auf ihre eigene Art in Selbsthilfegruppen zu organisieren. Dabei setzt sie vor allem auf die Initiative der jungen Menschen selbst. Im Rahmen der Kampagne „Lust auf Leben machen“ hatte sich der Verband bereits 2004 gezielt an jüngere Rheumakranke gewandt. Es sei kein leichtes Unterfangen, rheumakranke Menschen in diesem Alter anzusprechen, hieß es zur Begründung. Für diese Zielgruppe seien ganz spezielle Angebote notwendig.

Die Selbsthilfeorganisation stellte sich dieser Herausforderung. Neue Möglichkeiten der Information und Unterstützung wurden getestet, darunter Telefonberatung und Internet-Foren. Attraktiv gestaltete Infomaterialien gehörten ebenso zum Konzept wie lockere Formen der Begegnung – vom Stammtisch bis zum Partnerschaftswochenende. Für die ganz jungen Rheumakranken wurde zwei Jahre später eine weitere Kampagne ins Leben gerufen: „Meine Freundin ist keine Heulsuse – sie hat Rheuma“ war auf Plakaten und in Anzeigen zu lesen. Hinzu kam ein achtseitiges Magazin, der zielgruppen-gerechte Internetauftritt „Get on“ und ein „Beratungsfoon“.

Inzwischen gibt es in fast jedem Landesverband der Rheuma-Liga Gruppen junger Rheumatiker und spezielle Ansprechpartner/innen sowie vielfältige Aktivitäten, Beratungsangebote und besondere Informationsmaterialien für junge Betroffene. Eine jährliche Bundesjugendkonferenz bietet weitere Austauschmöglichkeiten. Bei dem Treffen 2009 in Hamburg drehten junge Teilnehmer den Film „Rheuma kennt kein Alter“.

www.rheuma-liga.de

Ideen für eine zielgruppen- und situationsgerechte Ansprache

2.1 Öffentlichkeitsarbeit für junge Menschen

Junge Menschen leben heute in einem Zeitalter der Reizüberflutung. Sie können und müssen deutlich mehr Medien verarbeiten als jede vorangegangene Generation. Das Internet, Handy, MP3, TV und Radio spielen dabei mittlerweile eine wesentlich größere Rolle als Printmedien wie Tageszeitungen, Zeitschriften und Bücher. Bei den unter 25-Jährigen prägt besonders das „Mitmach-Internet“ Web 2.0 die Kommunikationsgewohnheiten, da sie die erste Generation darstellen, die ganz selbstverständlich mit Mobilfunk und Internet aufgewachsen ist.

Studien zufolge ist das Handy mittlerweile mit Abstand das beliebteste Kommunikationsmittel bei den 18- bis 25-Jährigen. Zudem kommunizieren viele von ihnen über Communitys wie Facebook, StudiVZ oder Lokalisten. Diese virtuellen Plattformen, in denen man persönliche Profile anlegen und mit anderen Mitgliedern in Kontakt treten kann, haben mit Selbsthilfegruppen etwas gemeinsam: es sind Netzwerke!

Kommunikation wird immer schneller und kürzer, überwindet geographische Grenzen und verändert dadurch auch die „alten“ Medien: So werden etwa auch die Bilder in vielen Zeitungen immer größer und bunter, die Texte immer kürzer und die Botschaften immer prägnanter – möglicherweise aber auch oberflächlicher.

Ziele von Öffentlichkeitsarbeit der Selbsthilfekontaktstellen:

Selbsthilfekontaktstellen betreiben bzw. unterstützen bei der Öffentlichkeitsarbeit, um

- Bürger/innen öffentlich über Selbsthilfe aufzuklären und zur Selbsthilfe anzuregen
- die allgemeine Öffentlichkeit und die Fachöffentlichkeit über Selbsthilfe sowie über Möglichkeiten und Erfordernisse der Unterstützung und Förderung aufzuklären
- Multiplikator/innen des Selbsthilfegedankens und Kooperationspartner/innen anzusprechen und zu gewinnen
- über Neugründungen von Selbsthilfegruppen zu informieren
- Selbsthilfegruppen bei ihrer eigenen Öffentlichkeitsarbeit zu beraten und zu unterstützen
- das Angebot der Selbsthilfekontaktstellen bei Bürger/innen und in der Fachwelt bekannt zu machen.

Deutsche Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen e.V. (DAG SHG) (Hrsg.): Selbsthilfekontaktstellen. Empfehlungen der Deutschen Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen e.V. zu Ausstattung, Aufgabenbereichen und Arbeitsinstrumenten. Gießen 2001, S. 11-12

Die grundsätzliche Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit ist es, den Kontakt zu einer definierten Zielgruppe herzustellen, zu festigen oder auszubauen und dabei ihre sozialen Orte und Situationen zu berücksichtigen. Zielgruppen haben unterschiedlichste Meinungen, Einstellungen, Erwartungen und Kenntnisse! Zielgruppen bewegen sich in jeweils eigenen sozialen Räumen und sind mit unterschiedlichen sozialen Situationen konfrontiert.

Wer heute junge Menschen erreichen will, muss versuchen, nicht nur ihre Verhaltensweisen, Bedürfnisse und Erwartungen zu verstehen, sondern auch ihre Begegnungs- und Erfahrungswelten sowie ihre Sprachen, Werte und Kommunikationsmuster: Junge Menschen haben besondere Informationsgewohnheiten und Ansprüche an Sprache wie an Bilder.

Für die Selbsthilfeunterstützung bedeutet dies, den einen oder anderen eingetretenen Pfad zu verlassen und sich auf neue Wege der Öffentlichkeitsarbeit einzulassen.

Ein Tipp: Holen Sie sich dafür die jungen Menschen selbst ins Boot.



• DER PEER-ANSATZ

In der Arbeit mit jungen Menschen zeigt sich immer wieder, wie wichtig der Zugang über persönliche Kontakte und Empfehlungen ist. Wer könnte besser für die Selbsthilfe junger Menschen werben, als junge Menschen selbst? Eine persönliche Empfehlung unter Gleichaltrigen / Gleichbetroffenen (Peers) ist oft mehr wert, als das beste Informationsmaterial. Wer Kontakt zu jungen Menschen herstellen möchte, ist auf diese Vermittlerinnen und Vermittler angewiesen. Denn sie sprechen die gleiche Sprache und können Informationen über die Selbsthilfe auf ihre ganz eigene Weise weitergeben. Ideale Peers sind junge Menschen, die selbst in einer Selbsthilfegruppe aktiv sind und aufgrund ihrer eigenen Erfahrungen andere vom Nutzen der Selbsthilfe überzeugen können. Nutzen Sie dieses Potenzial, wenn es vorhanden ist.

Fragen Sie junge Menschen, welche Vorstellungen sie von einer „guten“ Selbsthilfegruppe haben. Bitten Sie sie, mit Ihnen gemeinsam Informationsmaterialien über Ihre Arbeit zu gestalten. Geben Sie Ihnen Freiräume, kreativ zu werden. Unterstützen Sie sie bei der Suche nach eigenen Wegen, um auf „ihre“ Selbsthilfegruppen aufmerksam zu machen. Lassen Sie sie Materialien an andere junge Menschen in ihrem sozialen Umfeld verteilen oder fragen Sie sie, ob sie sich als Ansprechpartner oder „Jugendvertreter“ für Gleichaltrige zur Verfügung stellen wollen. Denken Sie dabei aber immer daran, dass diese Zielgruppe möglicherweise ein ganz eigenes Verständnis von Zeit und Raum hat.

Ergebnis der NAKOS-Befragung „Junge Menschen in der Selbsthilfe – Junge Menschen in die Selbsthilfe“ 2009

**„Unternimmt Ihre Kontaktstelle spezielle Maßnahmen oder Aktivitäten – eventuell in Zusammenarbeit mit Partnern vor Ort – um junge Menschen auf die Kontaktstellen-Angebote aufmerksam zu machen?“
Eine Umfrage unter Selbsthilfekontaktstellen (194 Antworten)**

JA	NEIN	WEIß NICHT	KEINE ANGABEN
41,8%	55,2%	2,0%	1,0%

Fragebogen für Selbsthilfekontaktstellen

„Unternehmen Sie auf Bundesebene spezielle Maßnahmen oder Aktivitäten um junge Menschen auf sich und Ihre Arbeit aufmerksam zu machen?“ Eine Umfrage unter bundesweiten Selbsthilfeorganisationen und Selbsthilfevereinigungen (144 Antworten)

JA	NEIN	WEIß NICHT	KEINE ANGABEN
37,5%	54,2%	2,1%	6,3%

Fragebogen für Selbsthilfeorganisationen und Selbsthilfevereinigungen

© NAKOS 2009

“

„Selbsthilfe ist so gut wie unentgeltlich. Selbsthilfe ist eine preiswerte Möglichkeit selbst etwas für sich selbst zu tun. Für einen Euro fünfzig darf man die Räume nutzen und bekommt noch leckeren Tee. Die Räume in der SHK Mitte sind super modern und ansprechend. Zudem ist die Durchmischung der NutzerInnen unglaublich. Wann findet man schon mal so viele verschiedene Nationalitäten, Altersgruppen und Berufsstände vereint?“

26-jährige Besucherin einer Selbsthilfegruppe für Jodsensibilität, Selbsthilfe- Kontakt- und Beratungsstelle Mitte StadtRand gGmbH (Berlin), Newsletter IV, 2009

Was? – Die richtige Botschaft finden

Wollen Sie junge Menschen ganz allgemein auf Ihre Arbeit aufmerksam machen? Wollen Sie ihnen das vielfältige Angebot von Selbsthilfegruppen in ihrer Region oder zu einem bestimmten Anlass oder Thema vorstellen?

Wollen Sie junge Menschen anregen, selbst eine Selbsthilfegruppe zu gründen? Oder wollen Sie eine bestehende junge Selbsthilfegruppe bei der Suche nach weiteren Betroffenen unterstützen?

Die zentrale Voraussetzung für den Erfolg der Aktivierung zur Selbsthilfe bei jungen Menschen liegt im Erreichen der Zielgruppe. Viele junge Menschen haben von der Idee der gemeinsamen Selbsthilfe noch nie etwas gehört und wissen gar nicht, dass es Selbsthilfeorganisationen, Selbsthilfekontaktstellen und Selbst-

hilfegruppen gibt. Oder sie haben Bilder von älteren Menschen im Kopf, die viel zu viel reden. Haben junge Menschen ein Problem oder Fragen zu einem bestimmten Thema, dann gehen die meisten von ihnen erst einmal ins Internet, um dort nach Antworten zu googeln. Oft finden sie dort sehr schnell mehr oder weniger gute Informationen – oder einen virtuellen Ort, an dem sie sich mit anderen austauschen können, denen es ähnlich geht.

Wenn Sie jungen Menschen Ihre Arbeit, den Gedanken der gemeinschaftlichen Selbsthilfe und die Möglichkeiten der Selbsthilfeunterstützung bekannt machen wollen und dafür Informationsmaterialien planen, sollten Sie sich folgende Fragen stellen:

- Wie können wir zielgruppengerecht Interesse für die Selbsthilfe wecken?
- Wie können wir zielgruppengerecht Vorurteile, Vorbehalte und Berührungsängste gegenüber der Selbsthilfe abbauen?
- Wie können wir zielgruppengerecht die positiven Möglichkeiten der Selbsthilfe aufzeigen?
- Welche Situationen und sozialen Orte sind wann und wofür geeignet (z.B. Schulen, Universitäten, Freizeiteinrichtungen, Versorgungseinrichtungen)?

Überlegen Sie sich genau, was Sie wann und wo kommunizieren wollen. Je konkreter die Botschaft, umso besser kann sie vermittelt werden. Aber auch wenn Sie junge Menschen dabei unterstützen wollen, eine eigene Gruppe aufzubauen und andere Betroffene zu finden, sollten Sie ein Basiswissen über technische, organisatorische und konzeptionelle Aspekte der Öffentlichkeitsarbeit haben.

Aktionen Anzeigen **Aufkleber** **Banner** **Blogs** Broschüren Bücher Chats
 Disco-Promotions **E-Cards** **E-Mail-Newsletter** Events **Flyer** Faltblätter Foren
Hörbücher Info-Veranstaltungen **Inserate** Kinowerbung **Mailinglisten** Pins
Plakate Podcasts Postkarten **Präsentationen** Radio-Spots Rundbriefe **SMS-Infos** Songs
Social Media Spiele **Sponsoring** Sticker Tag der offenen Tür
 Themen-Zeitungen **Transparente** TV-Spots **Video-Clips** Vorträge **Webseiten**
 Werbeartikel (Give Aways) **Wettbewerbe** **YouTube** **Zeitungsartikel**

Womit? – Das richtige Medium finden

Flyer und Faltblätter, Broschüren und Zeitungen sind Medien, die besonders häufig eingesetzt werden, um Interessierte und Betroffene auf Selbsthilfegruppen aufmerksam zu machen. Doch haben sie im Zeitalter der computergestützten Kommunikation überhaupt noch ihre Berechtigung? Wir meinen: Ja! (Dazu mehr in Abschnitt 2.2.1). Einen festen Platz in der Öffentlichkeitsarbeit sollte mittlerweile aber auch das Internet haben. Es gibt wohl nur noch wenige Selbsthilfekontaktstellen (Selbsthilfeorganisationen), die keine eigene Webseite haben, um auf ihre Arbeit aufmerksam zu machen.

Wenn Sie junge Menschen ansprechen wollen, sollten Sie bei der Wahl des Mediums sehr sorgfältig sein. Es gibt nämlich noch eine Vielzahl weiterer interessanter und spannender Kommunikationsformen, die Sie für eine zielgruppengerechte Öffentlichkeitsarbeit einsetzen können.

Der Vielfalt der Möglichkeiten sind jedoch oft nicht nur finanzielle Grenzen gesetzt. Bei der Wahl des Mediums muss auch die Frage beachtet werden, zu welchen Anlässen die Materialien verteilt werden sollen (z.B. Selbsthilfegruppen-Tage oder Aktionstage an Schulen). Berücksichtigt werden muss zudem, welche personellen und zeitlichen Ressourcen vorhanden sind. Manches kostet weniger als man denkt, vieles ist jedoch auch zeitaufwändiger, als man glaubt. Vor allem wer ins Web 2.0 einsteigen möchte, sollte sich bewusst sein, dass Informationen ständig aktualisiert, Foren und Chats durchgängig begleitet und Blogs regelmäßig ergänzt werden müssen. Egal, für welches Medium Sie sich entscheiden, Sie sollten dabei eines nicht vergessen: Es soll Interesse bei der Zielgruppe wecken. Den größten Erfolg werden Sie haben, wenn es so interessant, ansprechend oder außergewöhnlich ist, dass es mitgenommen, aufgehoben oder an andere weitergegeben wird.

Wie? – Die richtige Form finden

Wenn Sie sich für ein Medium entschieden haben, beginnt die eigentliche Arbeit: Wie soll das Material aussehen, welche Bilder, Farben, Logos, Texte und Slogans sollen verwendet werden?

Unzählige Werbeagenturen und Marketingstrategen machen sich immer wieder neue Gedanken, wie eine zielgruppengerechte Werbung für junge Menschen auszusehen hat. Heraus kommen dabei die unterschiedlichsten Kampagnen – mal mehr, mal weniger gut. Deshalb gilt: Wer sich der Zielgruppe anbieten möchte, schießt bisweilen über das Ziel hinaus.

Überlegen Sie sich deshalb, wie Sie erreichen können, dass junge Menschen an der Gestaltung Ihrer Materialien mitwirken: Lassen Sie junge Leute, die eine eigene Gruppe gründen wollen, ihren Flyer selbst gestalten. Fragen Sie junge Teilnehmer/innen von Selbsthilfegruppen, ob sie sich am Aufbau eines eigenen „Jugend“-Bereichs auf Ihrer Webseite beteiligen wollen. Bieten Sie einer Selbsthilfegruppe junger Menschen an, ein Video über ihre Gruppenaktivitäten zu drehen, ein Theaterprojekt zu entwickeln oder eine Straßenaktion zu planen. Die Mitwirkung junger Menschen schafft viel mehr Authentizität, Glaubwürdigkeit und Aufmerksamkeit!

Vielleicht können Sie aber auch andere Kooperationspartner/innen gewinnen: Fragen Sie einen Berufsschullehrer, ob er Lust hat, mit seinen Schüler/innen eine Postkarte für Sie zu gestalten. Bitten Sie ein paar Designstudent/innen, Ideen für Sie zu entwickeln oder nehmen Sie Kontakt zu einem örtlichen Radiosender mit Programmen für junge Menschen auf.

TIPP

Der Wegweiser Bürgergesellschaft der Stiftung Mitarbeit bietet umfängliche Anregungen und Informationen zum bürgerschaftlichen Engagement und zur Bürgerbeteiligung. Die Rubrik „Praxishilfen“ enthält zahlreiche Checklisten, Ratschläge und methodische Anregungen für die Öffentlichkeitsarbeit von Gruppen und Vereinen, die sich gesellschaftlich oder politisch engagieren wollen. Reinschauen lohnt sich!

www.buergergesellschaft.de

GESICHTER ZEIGEN

Selbsthilfe-Informationsmaterialien bedienen sich oft symbolhafter Bilder: Wolken, Bäume, Wege, Schienen, Hände und Netze – nur selten sind die Menschen zu sehen, die die Selbsthilfe doch eigentlich ausmachen. Auf der einen Seite ist das verständlich, haben viele Betroffenen doch Scheu mit ihrem Selbsthilfeengagement in die Öffentlichkeit zu gehen. Auf der anderen Seite ist das aber auch sehr schade.

Denn kaum etwas ist besser geeignet um Vorbehalte der Selbsthilfe gegenüber abzubauen, als zu sehen, dass es sich bei den dort Aktiven um Menschen wie „Du und Ich“ handelt – das gilt auch und gerade für junge Leute!

Gesichter zeigen muss nicht zwangsläufig bedeuten, Fotos „echter“ Betroffener abzubilden. Es gibt auch andere kreative Möglichkeiten: Zum Beispiel hat die KISS Wolfenbüttel für eine Postkarte eine Collage von Fotos erstellt, die per Computer so verändert wurden, dass die Dargestellten nicht mehr genau zu erkennen sind. Denkbar sind auch comicartige Bilder oder „gemalte“ Portraits. Der Arbeitskreis Youngsters der Deutschen Morbus Crohn / Colitis ulcerosa Vereinigung e.V. präsentiert sich im Netz mit einem Gruppenfoto von hinten und dem Text „Wer uns kennen lernen will, muss zum nächsten Treffen kommen.“

TIPP

- Überlegen Sie sich genau Ihre Zielgruppe.
- Gestalten Sie Ihr Kommunikationsmittel altergerecht (Farbcodes, Typografie, grafische Elemente).
- Unterscheiden Sie sich von der Konkurrenz.
- Stellen Sie den Nutzen für die Zielgruppe in den Vordergrund.
- Suchen Sie Anknüpfungspunkte an die Lebenswelten und -orte der Zielgruppe.
- Seien Sie nicht zu textlastig.
- Seien Sie bei der Sprache und den Bildern nicht zu abstrakt.
- Verwenden Sie keine aufgesetzte Jugendsprache.
- Kommunizieren Sie Ihre Kernbotschaft klar und deutlich.
- Nutzen Sie lieber Farbe als tristes Schwarz-Weiß.
- Achten Sie auf eine übersichtliche Gestaltung.
- Vor allem: Bleiben Sie bei allem, was Sie tun, authentisch und selbstidentisch.

Nach: Barlovic, I., IconKids & Youth Markt und Meinungsforschungsinstitut, München: Marketing für Freiwillige Einsätze: Wie kann man um Jugendliche werben (Referat). In: LANDESTIFTUNG Baden-Württemberg gGmbH (Hrsg.): „Früh übt sich...“ Zugänge und Facetten freiwilligen Engagements junger Menschen. Fachtagung am 21. und 22. Juni 2007 Bad Boll. Stuttgart 2007

Sicherlich hat Ihre Selbsthilfekontaktstelle (Selbsthilfegruppe oder Selbsthilfeorganisation) auch eine Corporate Identity entwickelt. Sie haben ein Logo, das sich auf all Ihren Informationsmaterialien wiederfindet, Sie haben eine spezielle Farbgebung für Ihre Faltblätter, ein spezielles Layout für Ihre Broschüren. Fragen Sie sich jedoch einmal kritisch, ob Sie damit auch junge Menschen ansprechen können.

Überlegen Sie sich, ob Sie für diese Zielgruppe nicht Materialien entwickeln wollen, die aus dem bisherigen Rahmen fallen. Das kann bedeuten, einen Flyer nicht in der herkömmlichen Hausfarbe Weiß, sondern in Pink zu drucken. Das kann aber auch heißen, in Form und Inhalt etwas ganz Neues zu entwickeln: einen Podcast, ein Hörbuch, ein 3D-Lesezeichen.

Wo? – Den richtigen Ort finden

Sie wollen junge Menschen auf Selbsthilfegruppen aufmerksam machen? Dann dürfen Sie nicht warten, bis sie zu Ihnen kommen, um einen Flyer mitzunehmen. Sonst warten Sie möglicherweise vergebens. Die schönste Postkarte, die trendigste Broschüre nützt nichts, wenn sie auf dem Aufsteller in Ihrem Flur verstaubt. Auch eine toll gestaltete Webseite ist zwecklos, wenn niemand die URL kennt.

Planen Sie bei der Berechnung des Budgets für die Materialien deshalb auch Kosten für den Vertrieb ein oder suchen Sie sich Partner, die Sie bei der Verteilung unterstützen: Bringen sie die Informationsmaterialien dort hin, wo junge Menschen sind!

Die Materialien dorthin bringen, wo junge Menschen sind!



Arztpraxen Arbeitsagenturen **Ausbildungsstätten** Bars Beratungsstellen Berufsschulen
 Bibliotheken Bürgerämter Bushaltestellen Cafés **Clubs** Discotheken Einkaufszentren
 Fachhochschulen Fitness-Studios **Flohmärkte** Freiwilligenagenturen Frisörläden
 Fußgängerzonen Gesundheitszentren Internetcafés Jugendämter **Jugendzentren**
 Kaufhäuser **Kindergärten** Kinos Kirchengemeinden **Kliniken** Kneipen
Mehrgenerationenhäuser Nachbarschaftszentren **Parks** Schulen Secondhandläden
Sportplätze Stadtteilzentren **Szeneläden** Tankstellen **Tanzschulen**
 U-Bahnhöfe **Universitäten** Vereinshäuser **Volkshochschulen**

Wenn Sie sich über Orte Gedanken machen, an denen Sie Ihre Materialien verteilen könnten, sollten Sie einen besonderen Ort nicht vergessen: Das Internet. Außer Ihrer eigenen Webseite bietet die virtuelle Welt unzählige Plätze und Treffpunkte, an denen Sie auf sich aufmerksam machen und Ihre Flyer, Postkarten oder Broschüren verteilen können. Auch im Netz gilt: Gehen Sie dort hin, wo junge Menschen bereits sind. Vertrauen Sie nicht darauf, dass diese den Weg zu Ihnen schon finden werden.

Mit wem? – Kooperationspartner finden

Egal ob Sie einen Flyer gestalten, eine Broschüre drucken, eine Postkarte verteilen oder eine ganze Kampagne auf die Beine stellen wollen – suchen Sie sich Kooperationspartner, die Ihnen dabei helfen.

Geeignete Kooperationspartner/innen sind Personen, Gruppen, Organisationen oder Institutionen, die oft näher an der Zielgruppe dran sind, als Sie selbst: zum Beispiel Jugendverbände, Jugendzentren, Stadtteilprojekte, Beratungsdienste für junge Menschen, Angebote der Jugendhilfe und der Jugendarbeit, (Berufs)-Schulen, Universitäten, Lehrer/innen, Mehrgenerationenhäuser, Familienzentren, Telefonseelsorge, Arbeitsagenturen / Jobcenter oder Erziehungs- und Lebensberatungsstellen. Nehmen Sie Kontakt zu Personen in Ihrem Stadtteil oder in Ihrer Region auf, die mit und für junge Menschen arbeiten.

2.2 Entwicklung spezieller Medien – Eine Auswahl

2.2.1 Flyer, Faltblätter, Broschüren

Sie gehören zu den „Klassikern“ beinahe jeder Öffentlichkeitsarbeit und sind auch im Zeitalter der digitalen Kommunikation unentbehrlich: Flyer, Faltblätter und Broschüren können für Sie ein wichtiges Hilfsmittel sein, um junge Menschen anzusprechen – vorausgesetzt, diese Materialien orientieren sich an den Informationsgewohnheiten der Zielgruppe.

Ein Flyer braucht einen Titel, eine Struktur und verschiedene Texte. Überlegen Sie sich einen roten Faden, der sich durch alles zieht. Spielen Sie mit Form, Format und Inhalt. Wenn Sie es schaffen, dass junge Menschen den Flyer mitnehmen und anderen zeigen, dann haben Sie es richtig gemacht.

Wählen Sie einen Titel, der Interesse weckt und zur Zielgruppe passt. Seien Sie dabei nicht zu altbacken, aber versuchen Sie auch nicht, auf Biegen und Brechen hip zu sein.

Sprechen Sie die Zielgruppe direkt an und schrecken Sie nicht vor dem „Du“ zurück. Versuchen Sie Ihre Botschaft kurz und prägnant zu vermitteln.

Betrachten Sie Bilder nicht als schmückendes Beiwerk, sondern als Teil der Botschaft. Überlegen Sie sich Motive, die zu jungen Menschen passen. Das müssen nicht immer „reale“ Bilder sein: Wie wäre es stattdessen einmal mit Comic-Elementen, einer Zeichnung oder Graffiti?

Überlegen Sie sich, ob Sie junge Menschen in irgendeiner Form selbst zu Wort kommen lassen können, etwa durch Äußerungen oder Zitate. Oder lassen Sie junge Menschen selbst Texte schreiben und Bilder aussuchen oder anfertigen.

Zeigen Sie Beispiele von wirkungsvollem sozialen oder gesellschaftlichen Engagement.

Und vor allem: Machen Sie Lust auf Selbsthilfegruppen, gemeinsame Aktivitäten und Initiativen!

ZUM BEISPIEL

Soziale Ängste überwinden lernen

Fällt es Dir schwer, bei Vorträgen, in Versammlungen oder in größeren Diskussionsrunden vor anderen zu sprechen? Weißt Du auf Partys oft nicht, wie Du mit anderen ins Gespräch kommen kannst? Vermeidest Du überhaupt Situationen, in denen Du auf viele Menschen triffst?

Wenn es Dir so geht wie uns, freuen wir uns über Deine Teilnahme an unseren Treffen. Wir möchten uns nicht nur über unsere jeweiligen Erfahrungen austauschen, sondern auch durch gezielte Übungen Hemmungen abbauen. Angstbesetzte Situationen sollen nachgestellt werden, um Verhaltensweisen zu entwickeln, die uns im Alltag weiterhelfen können.

Gemeinsam geht es leichter. Schritt für Schritt, Übung für Übung [...]

Text eines Flyers für eine Selbsthilfegruppe junger Menschen in Berlin

Bei der Ansprache junger Menschen zur Selbsthilfe kooperieren

Das Spektrum aktueller und möglicher Kooperationspartner mit je unterschiedlichen Strukturen, Niveaus und Formen der Begegnung und Zusammenarbeit – Schaubild zur Orientierung und Entwicklung eines Kooperationsgeflechts



© NAKOS 2009

Bankkartenhülle Bierdeckel Bleistifte DVD-Box Einkaufstasche
 Feuerzeug Gläser Haarbänder Kugelschreiber Lesezeichen Luftballons
 Magnet Motivkerzen Notizblöcke Regencapes Schirme Schlüsselanhänger
 Schuhbänder Spiele Streichholzschachteln Tassen Taschentücher
 Teller Zuckertütchen

2.2.2 Postkarten, Plakate, Sticker, Lesezeichen und „Give Aways“

Bei diesen Materialien steht nicht der Text im Vordergrund, sondern ein Bild, eine Grafik oder ein Foto. Hier haben Sie keinen Platz für längere Ausführungen, sondern nur für eine kurze Botschaft oder einen kurzen Slogan. Umso sorgfältiger muss dieser ausgesucht und auf die grafischen Elemente abgestimmt werden. Ein Slogan bringt mit wenigen Worten auf den Punkt, wofür manch einer ein ganzes Buch braucht. Seien Sie kurz und prägnant und entwickeln Sie einen merkfähigen Spruch, der junge Menschen anspricht. Seien Sie dabei bloß nicht spießig und vermeiden Sie die üblichen Werbephrasen. Wählen Sie jedoch auch keine Ausdrücke aus der Jugendkultur, über deren Bedeutung Sie sich nicht im Klaren sind.

Ein Plakat muss plakativ sein. Auch Postkarten sollten junge Menschen direkt ansprechen, ohne dass diese lange über den Inhalt nachdenken müssen. Benutzen Sie dafür aussagekräftige Bilder und Botschaften.

Je origineller, lustiger oder bunter Ihr Werbemittel ausfällt, umso größer ist die Chance, dass es von jungen Menschen auch wahrgenommen und vielleicht sogar weitergegeben wird. Eine witzige Postkarte, ein außergewöhnlicher Sticker oder ein ansprechendes Lesezeichen gehen möglicherweise durch viele Hände und verbreitet so seine Botschaft unter vielen jungen Menschen. Die Wirkung solcher Materialien hängt auch entscheidend davon ab, wo sie verteilt werden. Eine Postkarte können Sie in Kneipen oder bei Szenefrisören auslegen, ein Poster an Plakatwänden der Universität aushängen, Schlüsselanhänger bei einem Selbsthilfegruppen-Tag verteilen.

2.2.3 Wettbewerbe, Preisausschreiben

Fotos machen, einen Comic zeichnen, einen Kurztext schreiben – jedes Jahr werden zahlreiche Wettbewerbe ausgeschrieben und junge Menschen aufgefordert, Beiträge zu den unterschiedlichsten Themen einzusenden. So ein Wettbewerb hat viele Vorteile. Er bezieht junge Menschen aktiv ein, fordert ihre Kreativität heraus und bietet einen Einblick in ihre Ideen- und Vorstellungswelt. Die Siegerbeiträge können zudem hervorragend als Motive für Werbematerialien genutzt werden. Und: Ein Wettbewerb oder ein Preisausschreiben schafft Öffentlichkeit für Ihre Einrichtung und Botschaft.

ZUM BEISPIEL

„Mach mit – das kannst Du auch“ lautet die Botschaft einer Postkarte, die das Selbsthilfe-, Kontakt- und Informationszentrum (SEKIZ) Potsdam in Kneipen, bei Szenefrisören und auf Veranstaltungen verteilt. Das grafische Design ist einfach aber ansprechend. Der Text dazu lautet: „In Selbsthilfegruppen aktiv sein – dich für soziale Projekte engagieren – Mensch sein“.

ZUM BEISPIEL

Picture This ist eine Online-Fotogalerie mit Bildern von Menschen mit Rheuma, die Ihrem Beruf nachgehen.

Unter www.worldarthritisdays.org/picturethis/index.php kann jeder ein Foto einstellen. Die besten Fotos gewinnen einen Preis und werden für eine Wanderausstellung in Europa zum Thema Rheuma & Arbeit ausgewählt.

2.2.4 Audio und Video

Radio

Junge Menschen hören Radio! Einer Studie des Monheimer Instituts für Marken- und Medienforschung zufolge nutzt die Altersgruppe der 14- bis 29-jährigen das Radio zusätzlich zu Computer und Fernsehen: „Radio ist Impulsgeber für das Internet und den Musikkau sowie Servicemedium für die Freizeitgestaltung – und hat für die jungen Menschen eine wichtige Funktion als Aktivator und Fenster zur Außenwelt. Während junge Menschen Werbung im TV vielfach als störende Unterbrechung empfinden, wird Radiowerbung oft sogar als witzig und unterhaltsam wahrgenommen. Gute Radiowerbung zeichnet sich für die junge Zielgruppe durch Nähe zur Lebensrealität, einen adäquaten Unterhaltungswert und Hinweise auf attraktive Angebote aus.“ (Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (RMS) (Hrsg.): YOUNGSTUDY – der crossmediale Konsum junger Menschen. Hamburg 2008).

ZUM BEISPIEL

Mit ihrem Projekt „Selbsthilfe und Medien“ unterstützt die Selbsthilfe-Kontaktstelle im Kreis Warendorf Selbsthilfegruppen bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit. Interessierte erhalten die Möglichkeit, Radiosendungen für den Bürgerfunk und für das Internet zu produzieren, gemeinsam Drehbücher für Filme über die Selbsthilfegruppe oder Selbsthilfethemen zu entwickeln, Ideen mit Unterstützung von Filmemachern als Videofilm umzusetzen und andere Formen der Medien wie Texte, Hörspiele oder Bilder auf die Homepage der Kontaktstelle zu setzen.

www.selbsthilfe-medien.de

Vielleicht können auch Sie das Radio zur Ansprache junger Menschen nutzen, um auf Ihre Angebote aufmerksam zu machen. Fragen Sie bei einem lokalen Radiosender nach, ob es eine Möglichkeit gibt, einen kostenlosen Funkspot zu schalten. Oder nutzen Sie das Angebot der Offenen Kanäle, Ihrem Anliegen einen Sendeplatz einzuräumen.

Film

Es muss ja nicht unbedingt ein Kinospot vor dem Blockbuster oder ein TV-Spot vor „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“ sein. Filmaufnahmen werden heute längst über das Internet und spezielle Anbieter wie YouTube verteilt. Technisch ist es inzwischen wenig aufwändig, Filme und Töne so im Internet bereitzustellen, dass sie von Besucher/innen der Internetseite angeschaut und heruntergeladen werden können. Solche Angebote können eine Alternative zu teuren TV- oder Radiowerbespots sein.

ZUM BEISPIEL

Bei der Bundesjugendkonferenz der Deutschen Rheuma-Liga produzierten die Teilnehmer in einer Filmwerkstatt mit professioneller Hilfe zwei Kurzfilme unter dem Motto „Rheuma kennt kein Alter“. Die kürzere Version davon ist auf YouTube zu sehen.

www.youtube.com/watch?v=B5gaTOLNwL4

2.2.5 Das Internet: Webseiten, Foren und Chats, soziale Netzwerke

Das Internet ist das Medium, in dem junge Menschen nach Informationen suchen, sich über Themen orientieren und Kontakte knüpfen. Mittlerweile kommt kaum eine Organisation mehr ohne eine eigene Webseite aus.

Deshalb: Wenn Sie junge Menschen auf sich aufmerksam machen und für Ihre Arbeit gewinnen wollen, sollten Sie ihnen auch auf Ihrer Homepage das Gefühl geben, willkommen zu sein. Überlegen Sie sich, ob Sie auf Ihren Internetseiten nicht ein spezielles Angebot für die Zielgruppe machen können. Das muss nicht viel sein. Eine zielgruppengerecht gestaltete Unterseite kann völlig ausreichen. Auch hier gilt: Lassen Sie möglichst junge Menschen selbst zu Wort kommen und die Gestaltung mit entwickeln.

Ein etwas ehrgeizigeres Ziel könnte sein, für junge Menschen und ihre Selbsthilfegruppen im Rahmen des eigenen Internetangebots eine Plattform zur Selbstdarstellung und zum Austausch zu schaffen. Damit eröffnen Sie den jungen Menschen die Möglichkeit, zu kommunizieren und sich auf ihre eigene Weise zu präsentieren.

TIPP

Wer ein spezielles Internet-Angebot für junge Menschen plant, sollte im Vorfeld abklären:

1. Was will ich mit der Internetseite erreichen?
2. Habe ich genügend Inhalte? Welche Informationen will ich bereitstellen?
3. Wie viel redaktionellen und pflegerischen Aufwand kann und will ich betreiben?
4. Wie viel Interaktivität kann ich leisten / ist sinnvoll?
5. Wie kann die Zielgruppe selbst aktiv mitwirken?

TIPP

Nutzungsrechte

Wenn Sie Bild-, Ton- oder Textdokumente verwenden wollen, die urheberrechtlich geschützt sind, müssen Sie sich Nutzungsrechte einräumen lassen oder die Rechte erwerben.

Sie können junge Menschen, die zu Ihnen kommen aber auch ermutigen, sich selbst im Internet ein Forum zum Austausch zu schaffen. Bieten Sie Ihnen an, sie beim Aufbau einer eigenen Homepage zu unterstützen. Eine eigene kleine Webseite zu gestalten ist heutzutage keine große Zauberei mehr.

ZUM BEISPIEL

Diese Webseite www.aspergia.net ist eine private Webseite einer vom Asperger Syndrom betroffenen jungen Frau. In einem eigenen Bereich können sich dort Selbsthilfegruppen vorstellen und eine eigene Homepage mit professionellem Kontaktformular und eigener Bannergrafik gestalten.

www.aspergia.net

ZUM BEISPIEL

Die Selbsthilfegruppe ADS-FREAKS hilft Betroffenen vom Aufmerksamkeits-Defizits-(Hyperaktivitäts)-Syndrom AD(H)S, sich selbst zu helfen:

„Wir sind die erste Gruppe in Deutschland, welche eine Altersbegrenzung hat. Diese geht von 18-36 Jahren. Warum eine Altersbegrenzung? In Hamburg gibt es schon einige Elternselbsthilfegruppen und gemischte Selbsthilfegruppen zum Thema. Oft werden darin Themen der älteren Generation ausdiskutiert, da der überwiegende Teil dieser Gruppen aus Menschen über 36 besteht. In unserer Gruppe werden junge Themen besprochen. Wenn es um Selbsthilfegruppen geht, sind viele junge Menschen erstmal abgeschreckt und skeptisch, denn es gibt viele Klischees.

Die Betroffenen, welche in unsere Gruppe neu dazu kommen und erst unsicher sind, empfinden diese Sitzungen als Bereicherung für ihr Leben. Denn dort lernt man viele interessante Persönlichkeiten kennen, es entstehen Freundschaften und es werden auch Aktivitäten außerhalb der Gruppe organisiert. Wir sind eine junge Selbsthilfegruppe und werden im Januar 2010 ein Jahr alt. Die Gruppe befindet sich im Aufbau, es sind Musik-, Sport-, Kunst- und Theatergruppen angedacht.

Wir sind offen für neue Interessierte und hoffen mit unserer ehrenamtlichen Tätigkeit einen Teil zur Selbsthilfe beitragen zu können.

Wir sind im Internet erreichbar unter www.ads-freaks.com. E-Mail: info@adsfreaks.com

Ole M., Gründer der Selbsthilfegruppe ADS-FREAKS

Verlinkungen und Banner

Um im Internet auf Ihre Webseite und die Angebote für junge Menschen aufmerksam zu machen, können Sie mit Bannern und Verlinkungen arbeiten. Ein Banner wird als Grafik- oder Flashdatei, meist im GIF- oder SWF-Format, in die Webseite eines Kooperationspartners eingebunden. Eine Verlinkung ist ein Verweis auf Ihre Homepage im Rahmen eines Textes auf einer anderen Webseite.

Vielleicht können Sie Kooperationspartner, mit denen Sie vor Ort zusammenarbeiten, für eine solche Form der Zusammenarbeit gewinnen. Vielleicht fallen Ihnen aber noch andere mögliche Kooperationspartner ein: Betreiber von Weblogs, Anbieter von internetbasierten Veranstaltungskalendern oder passende Themenforen.

Foren und Chats

Foren (sowie Chats und Mailinglisten) sind Formen internetbasierten Austauschs, die von jungen Menschen ganz selbstverständlich genutzt werden. Sie sollten sich jedoch gut überlegen, ob es für Ihre Zielsetzung Sinn macht, sich selbst in dieses Feld zu begeben oder ob eine Kooperation nicht besser wäre. Interaktive Angebote machen Arbeit, sie müssen betreut und moderiert werden. Sonst kann es passieren, dass in Ihrem Forum gar nichts los ist, dass sich dort Menschen beschimpfen, statt sich zu helfen, dass dort politisch agitiert wird, dass grundlegende Datenschutzbestimmungen nicht eingehalten werden oder Spammer dort ihr Unwesen treiben.

Wenn Sie mit dem Gedanken spielen, ein Forum oder einen Chat aufzubauen, dann stellen Sie sich zunächst folgende Fragen: Warum sollten junge Menschen ein Interesse haben, sich auf

unserer Webseite auszutauschen? Was kann unsere Website bieten, das junge Menschen nicht schon an anderen Orten im Internet finden? Wenn Sie sich gegen ein eigenes Forum oder eine andere Form des interaktiven Austausches auf Ihrer Webseite entscheiden, sollten Sie dieses Medium jedoch nicht völlig abschreiben. Überlegen Sie, ob Sie sich in irgendeiner Form an bestehenden Foren beteiligen können, in denen sich junge Menschen über Probleme, Aktivitäten und Initiativen austauschen. Nach Absprache mit den jeweiligen Moderator/innen könnten Sie dort zum Beispiel Ihre Arbeit vorstellen, Fragen beantworten oder Hinweise geben. Vielleicht können Sie auch eine Kooperation mit einem großem Forum eingehen, das für Sie auf seiner Seite einen kleinen eigenen Bereich einrichtet.

„Soziale Netzwerke“

„Soziale Netzwerke“ dienen als virtuelle Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen. Als Kommunikationsmittel werden dabei Text, Bild, Audio oder Video verwendet. Soziale Netzwerke gibt es für ganz unterschiedliche Nutzergruppen und Zwecke. So richtet sich ein Angebot wie Facebook an alle Bevölkerungsgruppen, StudiVZ ist auf Studenten, SchülerVZ auf Schüler zugeschnitten, über Xing können Geschäftskontakte geknüpft und über Stay Friends alte Schulfreunde wiedergefunden werden. Viele dieser Angebote werden mittlerweile von Verbänden, Nichtregierungsorganisationen und anderen Organisationen als Plattform genutzt, um auf die eigenen Ziele und Angebote aufmerksam zu machen.

TIPP

Auswahl von Kooperationspartnern im Internet:

Bei der Beurteilung einer privaten Webseite, eines großen Gesundheitsportals oder sonstiger Internetangebote sollten Sie sich folgende Fragen stellen: Wer ist der Anbieter?

Für wen ist das Angebot unter welchen Bedingungen zugänglich?

Welches Geschäftsmodell (unabhängig / kommerziell) steckt dahinter?

Enthält die Seite Werbung? Für wen, für was?

Wie sind die Umgangsformen im Forum / im Chat?

Welche Datenschutzmaßnahmen wurden getroffen?

Vor allem: Ist die Vermarktung von Kontaktdaten ausgeschlossen?

ZUM BEISPIEL

Die Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS) sucht in Zusammenarbeit mit StudiVZ / MeinVZ Spender für Leukämiepatienten. Unter dem Motto „Wenige Minuten für Dich – ein ganzes Leben für Leukämiepatienten“ können die VZ-Nutzer Onlinespender werden und sich über Typisierungsaktionen in ihrer Region informieren.

Wer möchte, dass junge Menschen die gemeinschaftliche Selbsthilfe als Möglichkeit zur Problembewältigung und sozialen Initiative entdecken, muss bereit für neue Wege sein!

Diese Praxishilfe möchte Anstöße geben und Mut machen, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Sie möchte Wege zur Umsetzung aufzeigen und auf mögliche Stolpersteine hinweisen.

Dabei kann es aber nur um erste Anregungen gehen. Die Autorinnen wollen keine fertigen Rezepte für die erfolgreiche Unterstützungsarbeit junger Menschen anbieten, sondern Impulse für eigene Überlegungen und Konzepte geben.

Die NAKOS veröffentlicht diese Praxishilfe mit dem Wunsch, dass alle, die sich angesprochen fühlen, diejenigen Inhalte entnehmen, die sie für ihre Arbeit geeignet finden.

Weitere fachliche und institutionelle Grundlagen der professionellen Selbsthilfeunterstützungsarbeit bietet der erste Band der NAKOS-Reihe Konzepte und Praxis „Selbsthilfe unterstützen“.

Literatur

- **Deutsche Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen e.V. (DAG SHG) (Hrsg.):** Selbsthilfekontaktstellen. Empfehlungen der Deutsche Arbeitsgemeinschaft Selbsthilfegruppen e.V. zu Ausstattung, Aufgabenbereichen und Arbeitsinstrumenten. Gießen 2001
- **Barlovic, Ingo, IconKids & Youth Markt und Meinungsforschungsinstitut, München: Marketing für Freiwillige Einsätze: Wie kann man um Jugendliche werben (Referat).** In: LANDESSTIFTUNG Baden-Württemberg GmbH (Hrsg.): „Früh übt sich...“ Zugänge und Facetten freiwilligen Engagements junger Menschen. Fachtagung am 21. und 22. Juni 2007 Bad Boll. Stuttgart 2007
- **BKK Bundesverband (Hrsg.); Kofahl, Christopher, Böhmert, Maren, Kohler, Susanne:** Anregungen für Selbsthilfeorganisationen. Mitglieder gewinnen, Mitglieder aktivieren, Mitglieder halten. Reihe Praxis-hilfe. Essen 2009
- **Breuer, Hannelore / Hägerbäumer, Hermann / Janßen, Heinz-Josef / Körtel, Käthe / Schneider, Wiebke (Hrsg.):** Brücken bauen. Junge Suchtkranke in der Selbsthilfe. Ein Projektbericht für die praktische Arbeit. Kassel 2006
- **Bockhardt, Miriam:** Junge Menschen fühlen sich im Kreuzbund wohl. Leserbrief in: Weggefährte 3-4/2009
- **ISAB Institut / Braun, Joachim (Hrsg.):** Praxishandbuch für Selbsthilfekontaktstellen. ISAB Schriftenreihe: Berichte aus Forschung und Praxis Nr. 17, Leipzig 1993
- **D., Martina:** „... dass wir alles selber auf die Beine stellen, um clean zu bleiben und clean zu leben.“ In: DAG SHG (Hrsg.): selbsthilfegruppenjahrbuch 2005. Gießen 2005, S. 31-34
- **NAKOS (Hrsg.); Monika Bobzien / Hundertmark-Mayser, Jutta (Red.) / Thiel, Wolfgang (Red.):** Selbsthilfe unterstützen – Fachliche Grundlagen für die Arbeit in Selbsthilfekontaktstellen und anderen Unterstützungseinrichtungen. NAKOS Konzepte und Praxis 1. Berlin 2006
- **NAKOS (Hrsg.); Kohler, Susanne / Kofahl, Christopher; Hundertmark-Mayser, Jutta (Red.) / Möller-Bock, Bettina (Red.):** Selbsthilfe bei Migrantinnen und Migranten fördern und unterstützen – Anregungen und Beispiele für Selbsthilfekontaktstellen und Selbsthilfe-Unterstützungseinrichtungen. NAKOS Konzepte und Praxis 2. Berlin 2009
- **Radio Marketing Service GmbH & Co. KG (RMS) (Hrsg.):** YOUNGSTUDY – der crossmediale Konsum junger Menschen, Hamburg 2008
- **Selbsthilfe- Kontakt- und Beratungsstelle** Mitte StadtRand gGmbH (Berlin), Newsletter IV, 2009
- **Thiel, Wolfgang:** Über Selbsthilfe-Konsum und die Schwierigkeiten von Selbsthilfegruppen, aktive Mitstreiter zu gewinnen. In: DAG SHG e.V. (Hrsg.): selbsthilfegruppenjahrbuch 2004. Gießen 2004, S. 82-90

Autorinnen

Ruth Pons, Kulturanthropologin (M.A.) und Journalistin, ist Online- und Printmedienredakteurin im NAKOS-Projekt „Junge Menschen in der Selbsthilfe – Junge Menschen in die Selbsthilfe. Selbstsorge, Sorge und bürgerschaftliches Engagement stützen und erschließen“.

Miriam Walther, Diplompolitologin, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im NAKOS-Projekt „Junge Menschen in der Selbsthilfe – Junge Menschen in die Selbsthilfe. Selbstsorge, Sorge und bürgerschaftliches Engagement stützen und erschließen“.

Notizen

Notizen

Impressum



Herausgeber:

NAKOS

Nationale Kontakt- und Informationsstelle zur Anregung
und Unterstützung von Selbsthilfegruppen

Wilmersdorfer Straße 39

10627 Berlin

Tel: 030 • 31 01 89 60

Fax: 030 • 31 01 89 70

E-Mail: selbsthilfe@nakos.de

Internet: <http://www.nakos.de>

ISSN 1863-0154

ISBN ISBN 978-3-98-13512-1-7 (PDF)

Autorinnen: Ruth Pons und Miriam Walther

Redaktion: Wolfgang Thiel

Cover / Layout / Grafik: Marc-Chr. Koldewey, Berlin

Nachdruck / Übernahme einzelner Abschnitte nur mit ausdrück-
licher Genehmigung.

© NAKOS, Berlin 2009

Praxishilfe erarbeitet im Projekt „Junge Menschen in der Selbst-
hilfe – Junge Menschen in die Selbsthilfe. Selbstsorge, Sorge
und bürgerschaftliches Engagement stützen und erschließen“
der Nationalen Kontakt- und Informationsstelle zur Anregung
und Unterstützung von Selbsthilfegruppen (NAKOS)

Gefördert vom



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Mit einer Spende können Sie unsere Arbeit wirkungsvoll unter-
stützen. Spenden bitte an die Deutsche Arbeitsgemeinschaft
Selbsthilfegruppen e. V., c/o Friedrichstraße 28, 35392 Gießen,
auf das Konto 63 03 005, Volksbank Gießen, BLZ 513 900 00;
Ihre Spende ist steuerlich abzugsfähig. Finanzamt Gießen,
St.-Nr. 20 250 6469 3-K07 vom 29.4.2009

Die Reihe „NAKOS Konzepte und Praxis“ wendet sich an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Selbsthilfekontaktstellen und anderen Einrichtungen der gesundheitlichen und (psycho-)sozialen Versorgung, die Selbsthilfeinteressierte aufklären bzw. mit Selbsthilfegruppen zusammenarbeiten. In dieser Reihe werden Texte und Materialien zugänglich gemacht, die fachliche Fragen der Selbsthilfeunterstützung und -beratung erörtern sowie Handlungskonzepte, Arbeitsschritte und Praxisbeispiele vorstellen.

NAKOS
Nationale Kontakt- und Informationsstelle
zur Anregung und Unterstützung
von Selbsthilfegruppen

Eine Einrichtung der



Deutschen
Arbeitsgemeinschaft
Selbsthilfegruppen e.V.

ISSN 1863-0154
ISBN 978-3-98-13512-1-7 (PDF)