

„Sucht hat immer eine Geschichte“

Öffentlichkeitskampagne des Landes NRW



Auswertung der Aktionswoche
„Riskante Welten“
in Mülheim an der Ruhr vom 04. – 08. 09.2006

Inhaltsverzeichnis

Statistische Informationen:	_____	3
Fragebogen Teil 1: Zur eigenen Veranstaltung:	_____	4
1. Bewertung der Zufriedenheit „Interne Planung“:	_____	4
Was funktionierte bei der internen Planung in Ihrer Einrichtung besonders gut/ weniger gut?	_____	4
2. Bewertung der Zufriedenheit „Durchführung“:	_____	5
Was funktionierte bei der Durchführung Ihrer Veranstaltung besonders gut/ weniger gut?	_____	5
3. Bewertung der Zufriedenheit „Resonanz Zielgruppe“:	_____	6
Wie viele Personen erreichte Ihre Veranstaltung und wie viele davon gehörten zu der von Ihnen ursprünglich avisierten Zielgruppe?	_____	6
4. Wie beurteilen Sie das Medienecho auf Ihre Veranstaltung?	_____	7
5. Welche Auswirkungen (Beratungskontakte, Resonanzen in der Einrichtung, Vernetzung etc.) konnten Sie im Anschluss an die Durchführung in ihrem Alltag feststellen?	_____	8
6. Was sollten Sie intern bei der Planung und Durchführung einer Veranstaltung im Rahmen eines weiteren Aktionen unbedingt berücksichtigen?	_____	8
7. Was könnten Sie selbst zur Stärkung der Vernetzung in Mülheim beitragen?	_____	9
Fragebogen Teil 2: Zur Zusammenarbeit in Mülheim an der Ruhr:	_____	10
1. Bewertung der Zufriedenheit „Zusammenarbeit in Mülheim“:	_____	10
Was funktionierte bei der Zusammenarbeit in MH besonders gut / weniger gut?	_____	10
2. Was müsste Ihrer Meinung nach bei der Zusammenarbeit in MH im Rahmen einer weiteren Aktion geändert werden?	_____	11
3. Mit den Medieninformationen insgesamt zur Aktionswoche bin ich:	_____	11
4. Zusätzliche Bemerkungen:	_____	12

Statistische Informationen:

Die inhaltliche Ausgestaltung der Aktionswoche fand im Rahmen von **52 Veranstaltungen** und Projekten statt. Unter Federführung der Fachstelle für Suchtvorbeugung im ginko haben insgesamt **49 kooperierenden Einrichtungen** und Institutionen bei der Planung und Durchführung mitgewirkt.

Die Veranstaltungen mit sehr unterschiedlichen zeitlichen und inhaltlichen Rahmenbedingungen waren mehrheitlich zielgruppenspezifische ausgerichtet. Sie wendeten sich überwiegend an Kinder und Jugendliche, Eltern und Multiplikatoren in der suchtvorbeugenden Arbeit.

Knapp **2000 Bürger** haben die Möglichkeit genutzt, sich an den Veranstaltungen innerhalb der 5 Tage unmittelbar über unterschiedliche Fragen zu informieren. Unberücksichtigt sind hierbei z.B. die Zahl der Besucher von Internetangeboten oder verschiedener öffentlichkeitswirksamer Aktionen und Veranstaltungen.

Die flankierende Öffentlichkeitsarbeit sollte die Mülheimer Bürgerinnen und Bürger in der Breite für suchtrelevanten Themen sensibilisieren.

Hierzu sind agenturbetrieben in zwei Zeitintervallen **57 Großflächenplakate** an zentralen Punkten ausgebracht worden, **37 Radiospots** sind gesendet worden, in Tageszeitungen sind **5 Zeitungsannoncen** geschaltet worden, und in einer Monatszeitschrift **eine Zeitungsannonce/n** geschaltet worden.

Zur Bewerbung der Veranstaltungen sind **5000 Programme** und ca. **200 Innenraumplakate mit Störern** versehen und zur Verteilung gebracht worden.

In den örtlichen Medien hat es mindestens **24 Berichterstattungen** und Programmhinweisen über die Aktionswoche bzw. einzelne Veranstaltungen gegeben, die der Pressemappe zu entnehmen sind. Im **Stadtblatt „Kult“** ist auf **fast alle Veranstaltungen** hingewiesen worden. Darüber hinaus wurde im Internet auf mindestens **7 verschiedenen homepages** der beteiligten Kooperationspartner ebenfalls **Berichterstattungen (19 bei ginko-ev)** und Veranstaltungshinweise veröffentlicht, die in diesem Rahmen nicht weiter eruiert und präsentiert werden können.

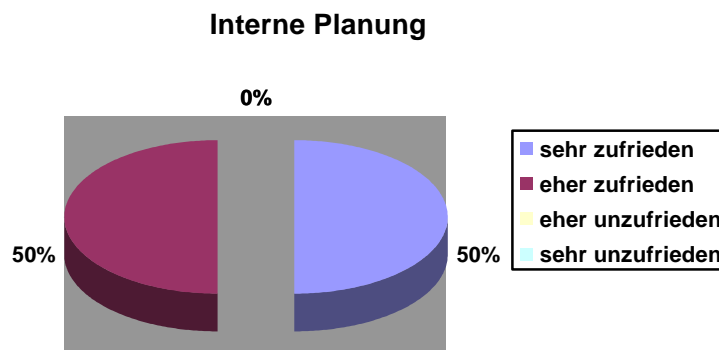
Die folgende Auswertung bezieht sich auf einen Auswertungsbogen, der allen Kooperationspartnern vorlag. Dieser ist langfristig angekündigt und noch einmal in Erinnerung gebracht worden.

Insgesamt liegt der Rücklauf bei 19 Bögen, die zudem unterschiedlich vollständig beantwortet wurden. Durch diese geringe Rücklaufquote ist die Aussagekraft eingeschränkt, Tendenzen sind ersichtlich.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der qualitativen Befragung der Items aufgelistet und quantitative Aspekte grafisch dargestellt und kurz kommentiert.

Fragebogen Teil 1: Zur eigenen Veranstaltung:

1. Bewertung der Zufriedenheit „Interne Planung“:



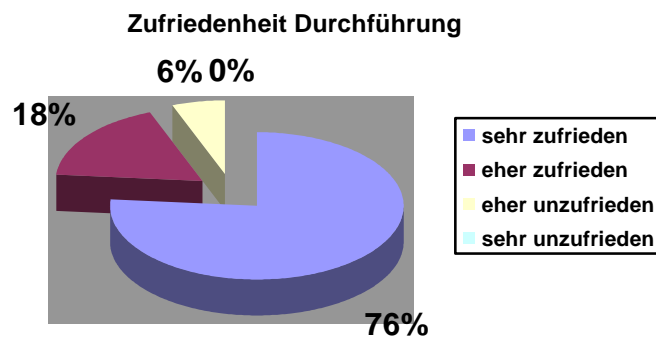
Alle Kooperationspartner sind mit den internen Planungen der eigenen Veranstaltung zufrieden; **50% der Kooperationspartner sind sehr zufrieden und 50% eher zufrieden**. Keiner der Partner äußerte sich unzufrieden. Demnach scheinen die vertrauten Strukturen der eigenen Einrichtung die Planungen von Veranstaltungen zu begünstigen.

Was funktionierte bei der internen Planung in Ihrer Einrichtung besonders gut/ weniger gut?

(z.B. Planung der einzelnen Vorbereitungsphasen, Zeitplanung, Einschätzung der aufgewendeten Zeit pro Mitarbeiter/in, Bereitstellung von Informationen, ...)

- Kurze Absprache reichte aus, keine Arbeit mit Räumlichkeiten etc.
- Zeitfaktor Vorbereitung unterschätzt
- Keine interne Planung, nur mit Kooperationspartner
- Klare Absprachen, effektive arbeitsteilige Teamarbeit, gute erprobte Arbeitsstrukturen
- Referentin musste wegen Krankheit kurzfristig ausgetauscht werden, schwieriger Informationsaustausch
- Der Zeitaufwand war durch die vielen Vorbereitungstreffen sehr hoch, ich wüsste aber nicht, wie eine Veranstaltung mit weniger Vorbereitungszeit so gut geplant werden könnte
- Alles klappte gut: Informationen, Terminverschiebungen, Absprachen
- Es gab keine interne Planung, ausschließlich Vorbereitungen mit den Kooperationspartnern
- War viel Arbeit, hat aber alles gut geklappt. Zusammenarbeit mit ginko hat gut funktioniert (Beratung und Bereitstellung von Materialien).
- Verantwortliche und verlässliche Planung mit einigem Zeitaufwand
- Hervorragende Zielgruppenplanung und Arbeitsteilung, punktgenaue Zeitplanung
- Gutes Verhältnis von Zeitaufwand und Ergebnis, eigenständige Zusammenarbeit der Mitarbeiter/innen
- Da die beteiligten Kooperationspartner wie Siemens und Kindergarten Fantadu bereits durch jahrelange Zusammenarbeit bekannt waren, klappte die Planung relativ gut
- Die interne Planung funktionierte eher gut. Die Vorbereitungsphase war ausreichend und die Zeitplanung/ Planung der einzelnen Arbeitsschritte war erfolgreich (in der Planung). Der externe Raum bot ausreichend Sitzmöglichkeiten zum ungestörten Arbeiten.

2. Bewertung der Zufriedenheit „Durchführung“:



Die Zufriedenheit mit der eigenen Veranstaltung war sehr hoch. Mit der Durchführung der eigenen Veranstaltung waren sogar **76% sehr zufrieden, 18 % eher zufrieden und nur 6% äußerten sich eher unzufrieden**. Sehr unzufrieden äußerte sich keiner der Kooperationspartner/innen. Das Ergebnis legt den Schluss nahe, welches das eigenständig von den Partnern gewählte Setting der Veranstaltung (Thema, Adressat, Ort, Methode, Referent etc.) mit den Unterstützungsangeboten zu dieser hohen Zufriedenheit beigetragen hat.

Was funktionierte bei der Durchführung Ihrer Veranstaltung besonders gut/ weniger gut?

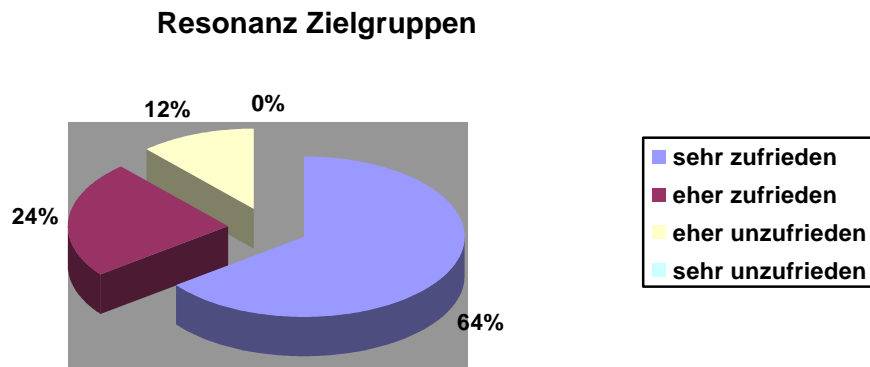
(z.B. Materialbereitstellung, Information der Beteiligten vor Ort, Zeitablauf, Versorgung mit Getränken und Lebensmitteln, Technik, ...)

- Ansprechbarkeit der Besucher sehr hoch
- Alles okay
- Gut: Materialbereitstellung, Technik und Einweisung / Schlecht: vorher getroffene Absprachen wurden ständig geändert
- Gut: Offener Ansatz, Adressaten konnten Wünsche einbringen, Zeit, Organisation und Technik okay, keine Defizite erkennbar oder zurückgemeldet worden
- Gut: Vorbereitung und Unterstützung durch andere Mitarbeiter im Veranstaltungsraum „Diakonie am Eck“
- Der Vortrag der Referentin Fr. Dr. Vogt bei der Veranstaltung „Kinderleben...“ fand ich nicht ansprechend: zu wenig Neues, zu banal. Vielleicht sollte man sich vorher ein Skript mit den Inhalten des Vortrages geben lassen.
- Gut funktionierte Information der Beteiligten, Materialbereitstellung, zeitlicher Ablauf / Weniger gut: keine Getränk (Kaffe oder ähnliches)
- Technik, Materialbereitstellung, Zeitablauf war super. Keiner hat zu lange Reden gehalten. Gut: Information und Planung vor der Veranstaltung (Wünsche und Bedürfnisse der Referentinnen flossen mit die Ablaufgestaltung ein)
- Alles gut, lediglich die Resonanz beim Thema Rauchen war nicht so hoch (vielleicht falsche Altersstufe)
- Aufgabenstellung, Abstimmung und Verantwortlichkeit intern und mit externem Kooperationspartner waren gut
- Zeitrahmen etwas eng, Abdunklung des Raumes nicht ausreichend bedacht, dafür war die Kooperation mit der Beratungsstelle des Caritas Verbandes sehr gut.
- Gut = eigenständige Arbeit der Mitarbeiter, Kooperation mit Familienbildung (Hausmeister) Verbesserungswürdig = Absprachen mit der Presse nicht umgesetzt – Büffet hätte später angeliefert werden können
- Durchführung war nur super
- Die Zielgruppe im Kindergarten war durch die Leiterin falsch gewählt. Es waren auch jüngere Kinder anwesend, für die das Puppenspiel nicht ganz so gut geeignet ist, was die beiden Puppenspieler aber trotzdem in den Griff bekamen. Sonst lief alles gut. Herr Gierig als Referent

verstand es ausgezeichnet, in der Elternveranstaltung keinen steifen Vortrag zu halten, sondern die Eltern zur Problematik zum Reden zu bringen.

- Bei der Durchführung funktionierte der Zeitablauf nicht ganz so gut, da die Projektteilnehmer zu spät kamen. Die restliche Durchführung funktionierte gut (z.B. die Führungen durch das Haus, Projektdurchführung).

3. Bewertung der Zufriedenheit „Resonanz Zielgruppen“:



Zu 88% sind die Kooperationspartner/innen mit der Resonanz der mit der Veranstaltung angesprochenen Zielgruppe **zufrieden**, **64 % äußerten sich sehr zufrieden**, **24 % eher zufrieden** und **12 % äußerten sich eher unzufrieden** mit den Resonanzen. Auch die hohe Zufriedenheit ist als Indiz für eine ausgeprägte zielgruppenspezifische und bedürfnisorientierte Gestaltung zu sehen.

Anmerkungen:

- Die anwesenden Besucher waren sehr zufrieden mit der Veranstaltung. Wir hätten uns eine größere Präsenz „Schlüsselpersonen“ gewünscht.
- Die tatsächliche Gruppengröße von circa 20 Personen ist aufgrund der Zeitspanne und der örtlichen Gegebenheiten angemessener (als die geplanten 30 TN). Das Angebot wurde interessiert angenommen, in der Gesprächsrunde xxxxx Annäherung an das Thema

Wie viele Personen erreichte Ihre Veranstaltung und wie viele davon gehörten zu der von Ihnen ursprünglich avisierten Zielgruppe?
(letzte Angabe bitte in Prozent.)

- keine Ahnung, da Internet, ein wenig wenig
- 20 Personen / 100%
- 10 Personen / 50%
- 80 Personen / 98%
- 60 Personen / 90%
- 14 Personen / 100%
- 90 Personen / 100%
- Laufkundschaft, weniger direkte Kontakte, mehr Resonanz wäre schön gewesen, (aber auch sehr schönes Wetter!)
- Ca. 60 Eltern und Lehrer, 5 Schüler/innen (Zielgruppe waren auch Oberstufenschüler/innen, von denen hätte ich mir mehr gewünscht) / 100%
- 30 Personen / 100 %
- 60 Personen / 100 %
- 75 Personen / 100 %

- 60 Personen / 98%
- Bei dem Puppenspiel waren über 100 % Kinder da (52 statt 30)
- Bei der Veranstaltung für Eltern ca. 25 Eltern von 90 möglichen, die wir aber nicht angestrebt hatten, wegen fehlender Raumkapazität. Außerdem war die Elternveranstaltung als Gesprächskreis geplant. Das klappt nicht mit mehr als 30. Insofern waren ca. 80 % unserer Erwartungen erfüllt.
- Bei der Aktion Junge Fahrer wurden 56 von geplanten 65 Teilnehmern / ca. 80 %
- 15 Personen / 100%
- 22 Personen / 100%

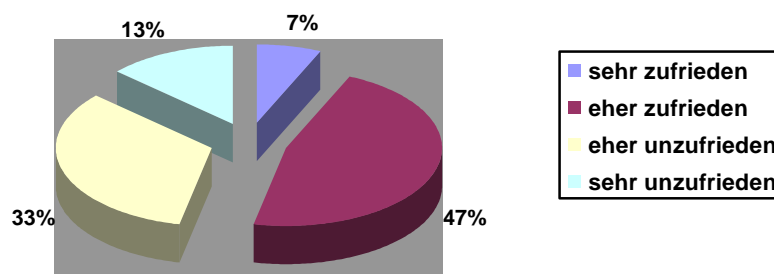
Insgesamt kann an Hand der hohen Prozentsätze der tatsächlich erreichten Zielgruppen gesagt werden, das sowohl Akquisition als auch inhaltliche Ausrichtung der Veranstaltungen und Maßnahmen erfolgreich auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt worden ist.

Die Teilnehmerzahlen sind wegen der Verschiedenartigkeit der Angebote und Zielgruppen nicht zu bewerten, sondern dienen ausschließlich der Erfassung durch die Kooperationspartner/innen. Die bei „statistische Informationen“ genannte Gesamtzahl der Besucher in Höhe von knapp 2000 Besucher/innen ist über anwesende Mitarbeiter/innen des ginko und aus mündlichen Rückmeldungen der Kooperationspartner/innen ermittelt worden.

4. Wie beurteilen Sie das Medienecho auf Ihre Veranstaltung?

Bewertung der Zufriedenheit:

Medienecho eigene Veranstaltung



Mit dem Medienecho auf die eigene Veranstaltung **waren 7% der Kooperationspartner/innen sehr zufrieden** und **47% eher zufrieden**, während **33% sich eher unzufrieden** und **13% sehr unzufrieden** äußern. Aus den Anmerkungen lässt sich ableiten, das dies möglicherweise mit zu optimierenden eigenen Aktivitäten korrespondiert.

Nicht zu beantworten ist, auf welche Medien sich die Antworten beziehen und in wie fern z.B. Medien wie das Internet als Möglichkeit der Öffentlichkeitsarbeit gesehen und auch aktiv genutzt wurden.

Anmerkungen:

- wir haben weder vor noch nach der Veranstaltung die Medien genutzt
- nicht verfolgt
- außer auf unserer Internetseite gab es meines Wissens nach kein Medienecho, vielleicht auch auf Internetseite der Schule? Mehr musste aber auch nicht sein!
- Möglichkeiten sind wegen Zeitmangels nicht genutzt worden.
- Keine aktive Pressearbeit
- Absprache Pressearbeit wurden nicht umgesetzt
- Für die Veranstaltungen für Junge Fahrer wurde durch Siemens eine Pressekonferenz einberufen. Für die Kindergartenveranstaltungen hatten wir das nicht angestrebt.
- Alles einfühlsam und respektierend beschrieben.

5. Welche Auswirkungen (Beratungskontakte, Resonanzen in der Einrichtung, Vernetzung etc.) konnten Sie im Anschluss an die Durchführung in ihrem Alltag feststellen?

- Kann sich erst zeigen, wenn die Betroffenen akut Probleme mit der Fahrerlaubnis haben
- Zur Zeit noch nicht überprüfbar
- Wünsche nach weiteren Angeboten dieser Art, neue Kontakte zu Selbsthilfegruppen und anderen Institutionen
- vereinzelte direkte Nachfragen nach Ausstellung und Buchtiteln, Bereitstellen und Zurücklegen von Medien
- Bisher hat mir noch niemand der zu Beratenden gesagt, dass sie aufgrund meines Vortrages kommen, auch nicht beim Thema Shisha. Ein Lehrer hat mich auf das Thema angesprochen, weil bei einem Projekttag etwas zu dem Thema Shisha laufen sollte.
- Kooperation mit der Jugendarbeit
- Qualitatives und nachfrageorientiertes Angebot für Schulen
- 5x: keine
- Kontaktaufbau zu WDR Schulfunk, qualifiziertes Konzept für thematisches Angebot in Schulen entwickelt und erprobt
- Materialien und Ideen für die Arbeit vorgestellt bekommen, Motivation zur Teilnahme an künftigen ginko Veranstaltungen wurde gefördert
- Ausschließlich positive Rückmeldungen von Bewohnern und Mitarbeitern ebenso von Herrn Kathagen an die Einrichtungsleitung. Öffentlichkeitsarbeit für Haus Engelbert.

6. Was sollten Sie intern bei der Planung und Durchführung einer Veranstaltung im Rahmen eines weiteren Aktionen unbedingt berücksichtigen?

- Längere Zeit für das Forum, vielleicht doch ein Chat
- Zeitfaktor Vorbereitung mehr beachten
- Persönliche und zeitliche Ressourcen
- Medienkontakte
- Terminierung
- Eine Fortbildung für Erzieherinnen im katholischen Kindergarten kann ich als Weiterbildungseinrichtung nur dann erfolgreich anbieten, wenn einige KiGas von Anfang an mit Vorbereiten und Gestalten
- Kein Vorschlag
- genauso wie in diesem Jahr: Absprachen zeitlicher Art und Informationen über die Veranstaltungen mit den durchführenden Kolleg/innen
- nächstes Mal Presse informieren, wurde dieses Mal versäumt

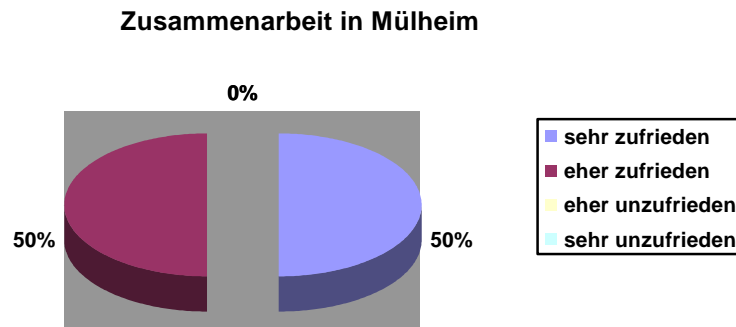
- entspannterer Zeitrahmen bei der Durchführung wäre nützlich, Abdunklungsmöglichkeiten des Raumes stärker beachten
- Aufbau sollte nicht am Veranstaltungstag erfolgen
- Kooperationspartner haben oft wenig medientechnische Möglichkeiten Druckvorlagen bereit stellen, Inhalt mehr auf Zielgruppen fokussieren
- Bei der nächsten Planung und Durchführung sollte berücksichtigt werden, dass die Zeitspanne weiter gefasst werden sollte, da beispielsweise bei der Durchführung (Führung und kunsttherapeutisches Angebot) mehr Zeit benötigt wird, um das Angebot näher zu erläutern und Fragen besser beantworten zu können oder Umkehrschluss: Das Angebot war breit gefächert, so dass unbedingt auf pünktliches Erscheinen Wert gelegt werden muss (kurzes Anschreiben an die Lehrkräfte?). Pressehinweise im Vorfeld? Intern: Infomaterial für Lehrkräfte anders ausgestalten.

7. Was könnten Sie selbst zur Stärkung der Vernetzung in Mülheim beitragen?

- Aktuelle Infos über Träger und Einrichtungen bereit halten bzw. aktuell halten
- Da ich keine Koordinationstätigkeiten mehr ausüben werde werden die Möglichkeiten eher schlechter
- Weitergabe von know-how
- Ist das noch immer mehr notwendig?
- Bereits vorhandene und neue Kontakte inhaltlich stärker nutzen
- wie bisher auch: Bereitstellen von Informationen, Broschüren, Plakaten: Stadtbücherei als zentrale Informationsstelle
- Projekt „blueboys“ den Schulen und Jugendzentren zugänglich machen
- Zusammenarbeit in Arbeitskreisen kontinuierlich konkretisieren
- Mehr Verbindlichkeiten herstellen
- Norbert und Anneke am Leben erhalten
- Internet

Fragebogen Teil 2: Zur Zusammenarbeit in Mülheim an der Ruhr:

1. Bewertung der Zufriedenheit „Zusammenarbeit in Mülheim“:



Hier spiegeln die Antworten eine hohe Zufriedenheit bei der Zusammenarbeit im Rahmen der Aktionswoche vor Ort wieder: **50% äußerten sich sehr zufrieden und 50% waren eher zufrieden.** Es gab keine mit der Zusammenarbeit unzufriedene Stimme bei der Befragung.

Da ein Ziel der Öffentlichkeitskampagne „Sucht hat immer eine Geschichte“ die Verbesserung der Zusammenarbeit bei der Suchtvorbeugung vor Ort ist, hat dieses Item u.a. für das ginko eine besondere Bedeutung.

Das Ergebnis deutet darauf hin, dass sowohl die gewählten Kommunikationswege und Formen (große Treffen, diverse AG´s, E-Mail -Verteiler etc.), als auch unterstützende Angebote und Anregungen weitestgehend den Bedürfnissen entsprachen und zur konstruktiven Zusammenarbeit beitragen konnten. Daneben zeigt es ebenfalls eine hohe persönliche Bereitschaft zur Zusammenarbeit, mitunter über das eigene Arbeitsfeld hinaus.

Was funktionierte bei der Zusammenarbeit in MH besonders gut / weniger gut?

- Gut: es waren viele Kooperationspartner beteiligt
- Gut: Kontakte zum ginko, Mülheimer Ärztevereinigung, Polizei, Einhalten von Verabredungen, keine Negativen Erfahrungen
- Kein Überblick zum weiteren Rahmen.
- Die Zusammenarbeit ist sehr zuverlässig.
- Absprachen mit ginko, Einladung, Plakate, Informationen alles prima!
- Kooperation mit Jugendzentren, konkretes Angebot für Schulen.
- Ansprache der Schulen für konkrete Angebote klappte gut.
- Bei der Pressearbeit hat nicht immer eine einheitliche Kenntnismachung der ÖK stattgefunden.
- Die Ausschreibungen wurden engagiert umgesetzt und begleitet. Anfragen zeitnah und korrekt beantwortet. Die persönliche Teilnahme Herrn Kathagens an einer Veranstaltung hat mich sehr erfreut.

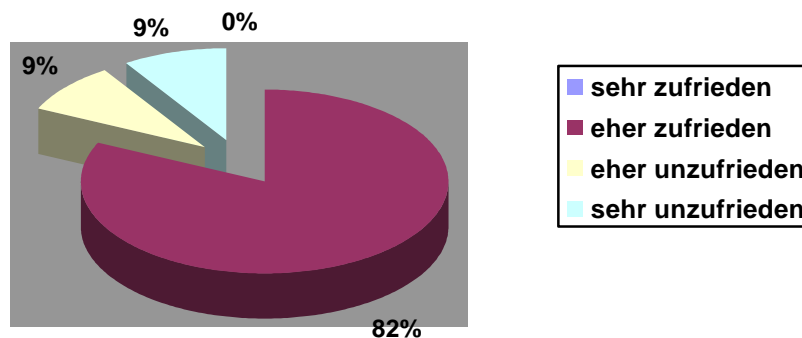
2. Was müsste Ihrer Meinung nach bei der Zusammenarbeit in MH im Rahmen einer weiteren Aktion geändert werden?

- Evtl. zentraler Ort für diverse Veranstaltungen
- Grundsätzlich: wer sich engagieren will und kann, wird dies auch in Zukunft tun und zwar mit den Ressourcen, die er hat. Ginko macht eine gute Koordinierungsarbeit. Wünschenswerte Änderung: wenn Honorare usw. anstehen, sollte bei den ersten Planungen für alle Partner klarer sein, ob ein finanzieller Rahmen zur Verfügung steht und Ausgaben übernommen werden können.
- 3x: Nichts
- 2x: Eigenverantwortung als Teil der Kooperation stärker kommunizieren
- Vorbereitungsgruppe aus ginko und anderen Institutionen, zumindest was Ideen und Konzept betrifft. Evtl. Spezialisierung auf Zielgruppen
- Rechtzeitige Um-/Abmeldung seitens der Schulen, um Irritationen bei Mitarbeitern und Bewohnern zu vermeiden.

3. Mit den Medieninformationen insgesamt zur Aktionswoche bin ich:

Bewertung der Zufriedenheit:

Medieninformation Aktionswoche



Insgesamt wird die Zufriedenheit mit der Medienresonanz für den gesamten Rahmen der Aktionswoche relativ hoch eingeschätzt: Zwar war niemand sehr zufrieden, aber **82% der Kooperationspartner/innen äußerten sich mit eher zufrieden** mit den Medieninformationen, **jeweils 9% äußerten sich eher unzufrieden bzw. sehr unzufrieden**.

In Kontext mit Item 4 (Zufriedenheit mit der Medienresonanz bei der eigenen Veranstaltung) lässt sich feststellen, dass die Medienresonanz differenziert betrachtet und gewürdigt wird. Auch wenn die eigene Veranstaltung eher nicht die gewünschte Öffentlichkeit erfahren hat, so wird deutlich dass insgesamt eher Zufriedenheit mit der Präsenz vorhanden ist. Gleichzeitig wirkt sich die in Item 4 genannte mangelnde Presseaktivität und Nutzung sonstiger medialer Möglichkeiten für die eigene Veranstaltung naturgemäß auch auf die gesamte Präsenz in der Öffentlichkeitsarbeit aus und stellt somit noch Potential dar.

Anmerkungen:

- Medieninformationen sind nicht beobachtet worden
- Da ich keine Mülheimer Zeitung bekomme, sondern nur über unsere eignen Aktionen erfahre, kann ich dazu nichts sagen



4. Zusätzliche Bemerkungen:

- Aktuelle Veranstaltungshinweise in Tagespresse sind zu wenig, Veranstaltungsflyer etwas unübersichtlich oder zu viele Veranstaltungen
- Kann ich keine Aussage machen, weil mir der Überblick fehlt, für meinen Part war's okay
- Es hat Spaß und Freude gemacht, mit externen Partnern an einer wichtigen Sache zusammen zu arbeiten
- Vielleicht sollten die Bedingungen für die Zusammenarbeit für die Kooperierenden klarer sein, d.h. dass jeder sein Angebot selber „erwirtschaften“ muss und es nicht von seinen Kooperationspartnern erwarten kann.
- Insgesamt gut organisiert, vor allem die Eröffnungsveranstaltung war hervorragend
- Der Blick auf die „Lücken“ erschwert den Blick auf die Masse erfolgreicher Aktionen und Veranstaltungen
- Querdenken der Kooperationspartner wäre erstrebenswert um Ressourcen besser zu nutzen, kann aber nicht „verschrieben“ werden
- Internet wurde verstärkt für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt, hierzu ist das Potential bei den Kooperationspartnern deutlich besser zu nutzen
- Nachgespräch mit Presse: Was hätten sie von uns benötigt, um zu berichten?
- Ich würde gerne eine Rundmail/ Resonanz zu den Aktionen anderer erhalten.

Autor/innen:

Norbert Kathagen, Anneke Ratering
Fachstelle für Suchtvorbeugung im ginko