



### **make up! Care**

Lass uns die Welt schöner machen.

Atelier B: Was tun wir? Was wollen wir?

Carmen Frei und Ursi Schlauri / Monika Federspiel und Andrea Eberle

### **Checkliste Öffentlichkeitsarbeit**

Wie kann ich die Interessen und Anliegen meines Ortsvereins öffentlichkeitswirksam nach aussen vertreten? Wie kann ich Tun an der «Aktion Care-Tage» am 8. + 9. März 2019 sichtbar machen?

Immer vor Augen halten: Kommunikationsziel und Botschaft

### **Ausgangslage**

Klären, welches Projekt / Engagement sich besonders gut zum Sichtbarmachen der Care-Arbeit eignet, z.B.

Zeitbörse; Sammlung von aktuellen Engagements; aufzeigen, was am Ort auf Initiative der Frauengemeinschaft entstanden ist, wie z.B. Mittagstisch für SeniorInnen etc.

### **Dialog- und Wunschzielgruppen**

Klären, wen wir mit unserer Aktion ansprechen wollen, z.B.

Frauengemeinschaft (intern, lokal, regional), die Gemeinde, BewohnerInnen des Dorfes, PolitikerInnen, Care-Institutionen etc.

### **Massnahmenmix**

Herausfinden, welche Art der Sichtbarmachung uns entspricht, z.B.

Marktstand, Care-Bar, Parcours, Plakat-Aktion, Rollstuhl-Rallye, Streik, Konzert, mediale Öffentlichkeitsarbeit usw.

### **Kommunikationskanäle**

Sich fragen, welche Kommunikationsmittel wir zu bewirtschaften in der Lage sind → die richtigen Dinge tun, die Dinge richtig tun.

Wirksame Werbemittel sind z.B.

Flagge, Banner, Button, Schärpe, Care-Baum, Social Media; Werbevorlagen. Die «Aktion Care-Tage» wird mit gebrauchsfertigen Kommunikationsmitteln des SKF (Medienmitteilung, Layoutvorlagen für Flyer, Plakate etc.) unterstützt.

### **Organisation**

Im Team besprechen, wer im Rahmen der «Aktion Care-Tage» wofür verantwortlich ist.

### **Budget**

Wieviel Geld können oder wollen wir investieren? Wo können wir Ressourcen schonen und auf Unterstützung durch den SKF bauen?