



Impulsveranstaltungen Gesundheitsförderung

Merkblatt «Tipps für Veranstalter»

Inhaltliche und organisatorische Empfehlungen

- Klarer Fokus auf eine bestimmte Zielgruppe (z.B. ältere Menschen, Jugendliche oder Eltern) setzen
- Aussagekräftigen, prägnanten und attraktiven Titel formulieren
- Attraktive Methode (z.B. Film, Improvisationstheater, interaktiver Fachvortrag, Lesung, Ausstellung, Erzählcafé oder Living library, etc.) wählen
- Mit einem moderierten Podiumsgespräch zwischen Betroffenen, Angehörigen und Fachpersonen ergänzen (max. 4 Gesprächsteilnehmende zuzüglich Moderation)
- Veranstaltungslänge gut planen (z.B. kurze Fachinputs und genügend Zeit für Austausch).
- Publikum aktivieren und einbinden (z.B. zu Beginn der Veranstaltung Fragen aufnehmen auf Flipchart oder digital mittels www.slido.com)
- Wichtig: Brücke zu passenden, lokalen Beratungs-, Unterstützungs- und Freizeitangeboten schlagen
- Veranstaltungstermin bewusst wählen (achten auf Jagd, Feiertage, Schulferien, andere Events)
- Passende Räumlichkeiten wählen (Grösse, gute Akustik, bequeme Stühle, Technik, Temperatur, etc.).
- Evtl. zugunsten Niederschwelligkeit auf Anmeldung verzichten (verringert Planbarkeit, v.a. beim Catering)
- Veranstaltungsort gut kennzeichnen (z.B. gut sichtbare Beschilderung beim Eingang)

Öffentlichkeitsarbeit/Bewerbung durch Veranstalter (gemäss personellen und finanziellen Möglichkeiten)

- Persönliche Einladung mittels Brief erzielt grösste Wirkung (z.B. Versand durch die Gemeinde)
- Werbemittel (Plakate/Flyer) über eigene Kanäle verteilen (analog und digital)
- Auf eigener Webseite, im Newsletter/Newsmail und in der Mailsignatur auf die Veranstaltung aufmerksam machen
- Mitteilung an lokale Institutionen und Akteure (z.B. regionale Beratungsstelle der Pro Senectute)
- Auf Facebook, Instagram und anderen sozialen Medien publizieren (Einladung/Reminder)
- Persönliches Netzwerk nutzen (Einladung mündlich oder via WhatsApp, etc.)
- In (regionale, kommunale) Veranstaltungskalender publizieren (z.B. chur.ch)
- Inserate (Print und digital; abhängig vom geplanten Budget)
- Bezahlte redaktionelle Artikel, Publireportage, etc. (abhängig vom geplanten Budget)
- Medienmitteilung an lokale, regionale und kantonale Medien
- Lokale Medienschaffende informieren und einladen über die Veranstaltung zu berichten, (evtl. vorgefertigte Texte und Interviewpartner zur Verfügung stellen)

Nach der Veranstaltung (am gleichen Abend, spätestens am Folgetag)

- Selbst verfasster Medienbericht an lokale Medien inkl. Foto schicken
- Rückblick auf eigener Webseite publizieren
- Rückblick auf Social Media veröffentlichen