

Ergebnis-Protokoll

Öffentlichkeitsseminar 07. - 09.03.2025 in Rendsburg

Teilnehmer:

1	Kain	Hans-Jürgen	Frisch auf Nortorf	Burmesterstr. 5	24594 Hohenwestedt	0172 4084922	ab 21:00 U
2	Omland	Helmut	Norderstern	Lütjenmoor 44	22850 Norderstedt	0171 4525604	
3	Markgraf	Joachim	Einzelmitglied	Voßhagen 53	22880 Wedel	0179 2378385	
4	Ahrens	Bernd	Kieler Sprotten	Insterberger Str. 19	24149 Kiel	0170 4742537	
5	Balbiani	Armin	Ostufer	Karlsbader Str. 64	24146 Kiel	0157 78352971	
6	Laschewski	Karl-Heinz	Ostufer	Ostring 98	24143 Kiel	0151 12305939	
7	Herdejürgen	Axel	Kieler Sprotten	Schauenburger Str. 41	24105 Kiel	0155 66369032	Sa.
8	Eggers	Helmut		Blockhorner Weiden 3	22869 Schenefeld	0177 7472715	krank
9	Hansen	Inga	Kanalpiraten	Immanuel-Kant-Straße 6	24782 Büdelsdorf	0163 4512829	Fr. - So.
10	Henningsen	Horst	Parität	Fischerstraße 2	24103 Kiel	0173 1578594	
11	Scherer	Bernhard	Hermann Tast	Twedter Mark 93	24944 Flensburg	0162 9145848	
12	Schielzeth	Monika	De Brüch	Fockbeker Chaussee 107	24768 Rendsburg	01525 2421399	
13	Brand	Wilfried	Parität	Bismarckstr. 1	24768 Rendsburg	01511 1955282	
14	Brand	Kai-Uwe	Zuflucht	Bismarckstr. 1	24768 Rendsburg	0160 8740772	
15	Czarnecki	Timo	Hermann Tast	Große Tiefe 29	25761 Büsum	0176 61312516	ab 21:00 U
16	Hahn	Walter	Zuflucht	Meierstr. 36	23558 Lübeck	0163 7747160	
17	Knefel	Wiebke	Zuflucht	Bilser Straße 53	22297 Hamburg	0176 24656687	
18	Johannsen	Dagmar	Parität	Hof Pries 18	24159 Kiel	017 91295657	
19	Johannsen	Peter	Parität	Hof Pries 18	24159 Kiel	0176 32250890	
20	Flint	Ulrike	Zuflucht	Drosselweg 21	23919 Berkenthin	0176 23248427	

Freitag, 07.03.2025

Begrüßung/Ablauf

Inga Hansen und Armin Balbiani begrüßen die Anwesenden. Helmut Eggers ist erkrankt und wird deshalb an dem Seminar nicht teilnehmen können. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde stellt Armin Balbiani den Ablaufplan für das Wochenende vor. Schwerpunkt ist ein Markenworkshop incl. einer Zielgruppen und Kampagnenentwicklung mit Antje Reschka von arebo design GmbH Rendsburg, die uns Freitagabend und Sonntagmorgen begleiten wird.

➤ **Tagesablauf: Anlage 1**

Protokoll: Horst Henningsen

Markenworkshop pp. Teil I

Antje Reschka wird begrüßt, die dann sich selbst und ihr Unternehmen vorstellt.

Die Aufgabe lautet: die Marke „Guttempler“ spürbar zu machen, und zwar bei definierten Zielgruppen über verschiedene Kanäle (Flyer, Web, Social Media). Über das Markenstewerrad mit rationalen und emotionalen Elementen kommen wir in der Diskussion auf die Bedeutung des „emotionalen Markenkerns“ am Beispiel Nike.

Wir listen auf, „was“ unsere Marke „Guttempler“ ausmacht, ermitteln also unseren Markennutzen, und „wie“ wir gesehen bzw. empfunden werden wollen.

Zielgruppen (alle Altersklassen):

- Betroffene und Angehörige von Suchterkrankten
- Fachkräfte und Multiplikatoren
- Interessenten an einer alkoholfreien Lebensweise

In der Kommunikation der verschiedenen Altersklassen gibt es z. B. zwischen den Babyboomern (Geburts-Jahrgänge 1946-1964) und der heutigen Generation Z (Geburts-Jahrgänge 1997-2015) ganz erhebliche Unterschiede. Und die gilt es zu berücksichtigen, um passende Strategien mit den passenden Kanälen, insbesondere über Social Media, zu entwickeln. Da hilft es, sog. SMARTER Ziele zu formulieren.

Am Beispiel einer in der Corona-Krise abgesagten Flugreise und der verschiedenen Kontaktaufnahmen in den unterschiedlichen Altersklassen (Reisebüro, Mail, Webseite, Messenger) wird deutlich, wie wichtig es ist, die unterschiedlichen Arten der Kommunikation zu kennen und zu berücksichtigen.

➤ **Mehr zu Markennutzen und Zielen: Anlage 2**

Sonnabend, 08.03.2025

Aktuelles: Landesverband/Gemeinschaften:

Für den **Landesverband** teilt Horst Henningsen mit, dass der Wunsch nach einem Schatzmeister-Seminar aufgegriffen worden ist. Am 12.04.2025 findet ab 10:00 Uhr im Guttemplerhaus Kiel ein Schatzmeister-Seminar statt. Nähere Informationen kommen noch in die Gemeinschaften.

Die **Zuflucht** hat regelmäßig Gäste, die aber nicht auf Dauer bleiben.

Die Gemeinschaft **Hermann Tast** hat jetzt regelmäßig Kontakte zur Klinik in Bredstedt (Riddorf)

Die Gemeinschaft **Ostufer** hat ebenfalls regelmäßig Gäste. Weiterhin wird alle 3 Wochen die Einrichtung Freudenholm besucht.

Die **Parität** freut sich häufiger über Gäste, die an den Gemeinschaftsabenden teilnehmen, aber leider werden auch hier die gleichen Erfahrungen wie in der Zuflucht gemacht.

Hans-Jürgen Kain betont für die **Frisch auf Nortorf**, wie wichtig gute Kontakte zur Politik, zur Presse und zu Multiplikatoren sind. Aktuell berichtet er über den Kontakt zur Schauspielerin Sabine Kaack und über einen Empfang im Nortorfer Rathaus.

Joachim Markgraf bittet wiederum um Mitteilungen aus den Gemeinschaften, damit die Landesverbandszeitung „Klar im Norden“ weiter ein spannendes Bild des Guttemplerlebens in SH liefern kann.

Internet-Auftritt der Guttempler

Zu diesem Punkt wird Axel Herdejürgen aus dem Webteam begrüßt, der die Internetseiten vorstellt.

In der anschließenden Diskussion wird z. T. die etwas umständliche Navigation zu den Seiten der Landesverbände kritisiert. Zunächst muss das Menü, dann „über uns“ angeklickt werden, bevor die Landesverbände angezeigt werden. Außerdem kann es verwirren, wenn auch auf den Seiten der Landesverbände unten die umfangreiche Signatur des Bundesverbandes auftaucht. Die anzuklickenden Links haben drei verschiedene „Formate“ und sind z. T. doppelt vorhanden. Als negativ wird auch angemerkt, dass der Name „Guttempler“ auf der SH-Homepage getrennt wird. Zudem sollten auf den Seiten QR-Codes platziert werden.

Bezüglich der **Veröffentlichung von Veranstaltungen und Seminaren** bittet Axel Herdejürgen um weitergehende Informationen, die über Titel, Datum und Ort hinausgehen.

Planung und Termine 2025:

Veranstaltungen 2025 im Landesverband Schleswig-Holstein

Titel	Ort	Zeitraum
Landesjugendtag	Jugendgästehaus Schloss Noer	24. - 26.01.2025
Doppeldiagnosen	Martinshaus, Kanalufer 48, 24768 Rendsburg	07. - 09.02.2025
Seminar Öffentlichkeitsarbeit	Jugend Feuerwehrzentrum Rendsburg	07. - 09.03.2025
Landesverbandstag	Bürgerhaus Kiel Mettenhof	22.03.2025
Feuerzauber	Kiel Mettenhof	28.03.2025
Schatzmeister-Seminar	Kiel, Körnerstraße	12.04.2025
Frauenseminar „Biografiearbeit“	Seminarhaus v.Rosen, Knorr 1, 24395 Rabenholz bei Gelting	25. - 27.04.2025
Mut-Lauf	Kiel, Moorteichwiese	14.06.2025
Kieler Woche	Kiel, Schlossplatz	21. - 29.06.2025
Frauenseminar „Humor als Quelle von Kraft und Inspiration“	Seminarhaus von Rosen, Knorr 1, 24395 Rabenholz bei Gelting	23. - 25.05.2025
Das Glück am Wegesrand – Achtsamkeit auf Schritt und Tritt	Gustav-Heinemann-Bildungsstätte, Schweizer Str. 58 23714 Bad Malente	04. - 06.07.2025
Stadtteilst	Kiel Wellingdorf	20.07.2025
„CRAFT-Mit Suchtfamilien arbeiten“.	Jugend Feuerwehrzentrum Rendsburg	25. - 27.07.2025
Christopher Street Day	Lübeck GTG „Zuflucht“	16.08.2025
Stadtteilst	Kiel Mettenhof	27.09.2025
Vorstellung Schule	Neumünster	August / September
Poetry Slam	Seminarhaus v.Rosen, Knorr 1, 24395 Rabenholz bei Gelting	19. - 21.09.2025
Seminar Öffentlichkeitsarbeit	Jugend Feuerwehrzentrum Rendsburg	17. - 19.10.2025
Landesverbandstag	Guttemplerzentrum Mildstedt	25.10.2025

Armin Balbiani weist auf den schon traditionellen Schul-Besuch der Guttempler in Neumünster hin, wofür noch Mitstreiter gesucht werden. Eventuell stehen Walter Hahn und Timo Czarnecki zur Verfügung.

Flyer, Broschüren, Programmheft, Landesverbandszeitung pp. und Giveaways

Grundsätzlich sollen alle Materialien dem „Werkzeugkasten“ entsprechen, damit nach außen hin die Marke „Guttempler“ einheitlich wahrgenommen wird. In diesem Zusammenhang wird auch das von Timo Czarnecki entworfene Plakat für seine Beratungsarbeit in Bredstedt angesprochen. Es sollen ausschließlich positive Botschaften vermittelt werden. Alle Materialien sollen – soweit möglich – einen QR-Code erhalten. Dies gilt insbesondere für den sehr gut gelungenen bunten,

quadratischen **Flyer**, in dem das gesamte vielfältige Angebot der Guttempler vorgestellt wird. Alle sind der Meinung, dass sich dieser Flyer besonders gut für die Öffentlichkeitsarbeit eignet **und deshalb nachgedruckt werden sollte**. Gleiches gilt für die Broschüre „**Alkoholfreie Cocktails**“, für die Inga Hansen ohnehin neue Rezepte entwirft und einen **Nachdruck** plant. Auch hier muss an den QR-Code gedacht werden. Der **Kalender 2026** ist bereits in Arbeit.

Programmheft und die **Landesverbandszeitung „Klar im Norden“** sind hervorragende Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit und dürfen nicht in Kiel gelagert, sondern müssen in größerer Stückzahl verteilt werden. Dies ist Aufgabe aller Gemeinschaften. **Visitenkarten** eignen sich bei allen Gelegenheiten für eine Verteilung.

Armin Balbiani stellt sog. „**Aufsteller**“ vor, mit denen sich Flyer, unsere Programmhefte und auch Visitenkarten besser sichtbar und standsicher präsentieren lassen. Es besteht die Auffassung, dass die **Geschäftsstelle** solche **Aufsteller** nach einer Abfrage bei den Gemeinschaften **zentral beschafft** und dann an interessierte Gemeinschaften gegen entsprechenden finanziellen Ausgleich abgibt.

Timo Czarnecki könnte sich vorstellen, seinen **Fiat Barchetta Cabrio** bei bestimmten Öffentlichkeits-Aktionen der Guttempler als **Blickfang** einzusetzen. Zu diesem Zweck würde er den Wagen auch farblich auf Guttempler-Farben umspritzen und zusätzlich mit dem Guttempler-Logo (Weltkugel) versehen. Um das zu verwirklichen, müsste über eine **finanzielle Beteiligung** des Landesverbandes nachgedacht werden.

Hans-Jürgen Kain bewirbt das Guttempler-Ferienhaus in Wyk auf Föhr. Die Adresse ist jetzt eindeutig Mittelstr. 24. Das Haus ist in diesem Jahr über den Sommer ausgebucht, in der übrigen Zeit sind aber Kapazitäten frei. Demnächst soll das Haus auch mit WLAN ausgestattet werden.

Dagmar und **Wiebke** weisen noch auf das CRAFT-Seminar vom 25.-27.07.2025 hin, das auch im Gelben Heft beworben wird.

Inzwischen ist eine entsprechende „Werbemail“ auch von Rolf Meister allen Gemeinschaften, dem Blauen Kreuz sowie den Freundeskreisen zugegangen.

Wilfried Brand berichtet, dass sich eine Beteiligung der Guttempler am Festival in **Wacken** zerschlagen hat.

Erneut kommen die Wünsche nach **Giveaways** zur Sprache und wir sammeln Vorschläge. Es wird keine Priorisierung vorgenommen, dies soll dem Landesvorstand vorbehalten bleiben.

Ergänzung: *Unmittelbar nach dem ÖA-Seminar sind noch weitere Vorschläge eingegangen, die in die Liste aufgenommen wurden.*

Giveaways			
Kaffeetasse/-becher		Sonnenbrillen	
Stressbälle		Pflasterboxen	
USB-Sticks		Regenschirme	
Salzstreuer		Parkscheiben	
Kühlschrankmagnete		Zollstöcke	
Caps		Schlüsselbänder	
T-Shirts		Metallminenbleistifte	
Gumminibärchen		Bonbons	
Mousepads		Luftballons	
Schlüsselanhänger		Lineal mit Lupe	
Lesezeichen		Flummi Springbälle	
Brillenputztücher		Winkelmesser	
Zettelblocks		Leinentaschen	
Anstecker/Pins		Handyhüllen	

Arbeitsgruppen: Slogan für die Marke „Guttempler“

Eine Kernfrage dieses Wochenendes lautet: Benötigt die Marke „Guttempler“ einen Slogan, der allen Menschen egal welchen Alters auf Anhieb sagt, wer oder was sind bzw. machen die Guttempler! Mithilfe der vorher schriftlich dazu eingereichten Gedanken wollen wir uns gemeinsam darauf vorbereiten, diese Frage zusammen mit arebo design im Markenworkshop Teil II am Sonntag zu beantworten. Zur intensiveren Bearbeitung wurden drei Arbeitsgruppen gebildet, die folgende Fragestellungen bearbeiten und beantworten sollten:

Arbeitsgruppe I

Wie und wo erreichen wir die Suchtkranken?

- Wo: U. a. in Therapieeinrichtungen, Kliniken, Krankenhäusern, Betrieben, Schulen, Alten- und Pflegeheimen usw.
- Wie: Über Beratungsangebote, Kontakte zu Ärzten, Kliniken und betrieblichen Suchtbeauftragten pp.

Arbeitsgruppe II

Was sind unsere Zielgruppen und was sind unsere Ziele?

- Betroffene und Angehörige in allen 4 vorgestellten Generationen
- Strategieentwicklung, um den Namen „Guttempler“ in allen Altersklassen bekannt zu machen und mit Begriffen wie „Lebensfreude“ und „Spaß“ zu verbinden.

Arbeitsgruppe III

Marke „Guttempler“ – was wollen wir damit erreichen?

- SUCHT GUTTEMLER: Hohen Bekanntheitsgrad herstellen durch Verbindung zur Sucht, verknüpft mit positiven Erlebnissen, gekennzeichnet durch Hilfe, Sicherheit und Verschwiegenheit

Die **Ergebnisse der drei Arbeitsgruppen** werden nacheinander vorgestellt und anschließend jeweils diskutiert.

➤ **Ausführliche Ergebnisse der Arbeitsgruppen: Anlage 3**

In der Diskussion geht es dann auch noch einmal konkret um die eingereichten Texte von Wiebke, Dagmar, Wilfried, Horst und Inga. Zusammengefasst hier einige Kernsätze bzw. Kernaussagen zu Fragen wie „was ist mir wichtig?“ oder auch „was bin ich bereit, für eine positive Lebenseinstellung zu tun?“.

- Ohne Sucht ist das Leben großartig.
- Wohlfühlen und Freunde finden.
- Positive Erfahrungen und Erlebnisse in der Gruppe.
- Zur eigenen Krankheit stehen.
- Nüchtern, aber voll lebendig!
- Du bist einer von uns.
- Thema „Alkohol“ rausholen aus der Schmutzdecke.

➤ **Vorher eingereichte Texte: Anlage 4**

➤ **Teufelskreis: Anlage 5**

Sonntag, 15.09.2024

Markenworkshop pp. Teil II

Antje Reschka präsentiert uns verschiedene Folien und untermauert damit folgende wichtige Aussagen:

- Es sind **SMARTE Ziele** zu formulieren, die messbar und terminiert sein müssen.
- Wichtigstes Kriterium ist die **Zielgruppe**, für die **PERSONAS** gebildet werden sollten, denn entscheidend ist nicht unsere **Sichtweise**, sondern die **der Betroffenen**. Es ist, sozusagen, der „**Rote Teppich**“ auszurollen, um Menschen dort anzuholen, wo sie stehen und um in Beziehung mit ihnen zu treten, also **Leads** zu generieren. Dabei ist zu entscheiden, ab welchem Punkt die Zielgruppe angesprochen werden soll (**FUNNEL**).
- Alle unterschiedlichen Arten der Werbung (Text, Flyer, Videos, Podcasts und interaktive Plattformen) sollten je nach Zielgruppe und Altersklasse auf entsprechenden Kanälen zum Einsatz kommen. ABER: Alles zusammen findet sich auf der Homepage wieder!

Zum Ende hin haben wir dann **Personas** für die unterschiedlichen Ziele gebildet, von denen am **20.09.2025 mindestens 2-3 Ziele** erreicht werden:

- 3 Besucher zwischen 40 und 60 Jahren der Selbsthilfegruppe in Kiel,
- 3 qualifizierte, bekannte Kontakte, die uns nach außen repräsentieren können,
- 5 Kinder zwischen 6 und 16 Jahren für das KiM-Sommerncamp,
- 30 Kontakte auf dem Wochenmarkt am 30.04. erreichen,
- Deutlicher Nutzeranstieg (Klicks) bei Webseite und Social-Media-Kanälen,
- Werbung von Teilnehmern für Seminare CRAFT und Poetry Slam.

Die Firma **arebo design** stellt uns alle entwickelten Folien für das Protokoll zur Verfügung. Das ist hervorragend und hilft, dass das Wochenende durch die Kombination „Protokoll mit allen Anlagen bzw. Folien“ nachhaltige Wirkung entfalten kann.

➤ **Arebo Online Marketing Strategie Guttempler: Anlage 6**

Frau **Reschka** empfiehlt uns eine Beteiligung am **Norden-Festival** auf den Schleswiger Königswiesen, da es sehr familiär ist.

Inga Hansen dankt Antje Reschka für den sehr informativen Markenworkshop.

Ende des Seminars:

In der Schlussrunde gibt es z. T. deutlich artikulierte Kritik am Seminar bzw. am Ergebnis. Das Ziel, einen Slogan zu kreieren, mit dem die Marke „Guttempler“ insgesamt, also unabhängig von bestimmten Zielgruppen, bekannter werden soll, wurde nicht erreicht. Viele erwarten von dem Protokoll eine Hilfestellung für die weitere Entwicklung. **Hans-Jürgen Kain** schwebt vor, im Sommer ein Tagesseminar durchzuführen, um die Zeit bis zum nächsten ÖA-Seminar (17.-19.10.2025) für Ergebnisse zu nutzen.

Inga, Hans-Jürgen und **Armin** bedanken sich bei allen für die Teilnahme und wünschen allen einen guten Heimweg.

Datum: 24.03.2025

Unterschrift


(Horst Henningsen)