

① Wie und wo erreichen wir die Suchtkranken? Anlage 3

1. Bei der Entgiftung
2. In den Therapieeinrichtungen
3. In den Krankenhäusern
4. In Betrieben
5. Im Altersheim und Pflegeheim
6. In Jugendzentren
7. In Schulen
8. In Berufsschulen und weiterbildenden Einrichtungen
9. In Kneipen
10. Bei Ärzten und Apotheken und Krankenkassen
11. Jugendämter, Kinderdutzbund

zu 1.: ^{regelmäßige 2-wöchige} ~~monatliche~~ Besuche, Auslegen von Infomaterial
Ärzte ansprechen, Blöcke, Kalender, Kugelschreiber

zu 2.: Wie bei 1., eventuell Therapeuten und Pfleger ansprechen

zu 3. über Ärzte

zu 4. Einzelgespräche, Auslegen von Infomaterial
Betriebsrat, betriebliche Suchthelfer*innen
Chef*innen

zu 5. z.B. mit einer Theatergruppe auftreten und
dabei Infomaterial verteilen
Eher nicht Mitglieder werden, aber allg. unsere Marke
bekannt machen und die Pfleger und Alten
als Multiplikatoren gewinnen

noch zu 5. Auch giveaways verteilen zum mitgeben von
Eureken.

zu 6. Die Betreiber sensibilisieren
Eher nicht direkt unsere Zielgruppe als Krankte.
aber sehr effektiv für um unsere Bekanntheit
zu steigern, besonders auch in Hinblick auf deren
Eltern.

zu 7. Projekt wochen

zu 8. Lehrer ansprechen

zu 9. Eher nicht, Infomaterial an Wite

zu 10. Auslegen

zu 11. Mitarbeiter kontaktieren, Infomaterial anbieten

Anmerkung: Newsletter
Medien fehlen komplett

Öffentlichkeitsseminar 8. März 2025 ¶

Gruppe 2. ¶

Was sind unsere Zielgruppen? ¶

Betroffene: ... Noch Trinkende, die sich Gedanken über das Trinken machen. ¶

Junge Trinkende, die vor dem Berg eines langen Lebens in Abstinenz stehen. ¶

Unser Tipp: **Jeder Tag einzeln Leben** ¶

Angehörige: ... Kinder und Jugendliche, ... Lebenspartner*innen und Eltern ¶

Wir haben alle 4 Generationen in unserer Zielgruppe. ¶

Die Boomer werden mit der Landeszeitung, dem Nottelefon und den Kalendern und Programheften gut informiert. Diese Druckerzeugnisse sollten aber mehr verteilt werden. ¶

Für die Lebenspartner*innen gibt es die Homepage um sich zu informieren und Facebook. ¶

Die Jüngste Generationsgruppe sind die Jungen Menschen 18-aufwärts. Doch gibt es von uns bereits Instagram. Alle Kommunikationswege sollten sich gegenseitig mehr vernetzen beziehungsweise aufeinander verweisen. ¶

Was ist mit den kleinen kurzen Filmen bei Youtube? ¶

Vielleicht könnten wir lustige Kurzbeiträge herstellen die auf die Guttempler verweisen. ¶

¶

Was sind unsere Ziele? ¶

Eine Strategie finden wo der Name Guttempler allen Altersstufen bekannt wird. ¶

Strategie diese Kurzfilme und das Herstellen von Kurzfilmen in der Landeszeitung begleiten. In Instagram (WhatsApp) diese Filmchen auch in YouTube stellen. ¶

Ergebnisse vom Poetryslam Workshop sollten da mit aufgenommen werden. ¶

Der Name Guttempler soll stehen für Klare Lebensfreude, Abstinenz Leben lernen mit Lust, Gesundes Leben mit Spaß, Gutes Leben ohne Sucht, Das Leben ist viel mehr als Blau sein, Hier findest du: ¶

Freunde fürs trockene Leben. ¶

Diese Filme ins Netz stellen. Und auf die Wirkung warten. ¶

Ziel: Wir möchten gerne bis Ende des Jahres solche Kurzfilme erstellen 3 bis 5 Stück und Online stellen und im Jahr März 2026 die Resonanz im Netz beobachten. ¶

Filmidee: ¶

Der rote Miseprim mosert: Mist, ich soll jetzt mein ganzes Leben Trocken Leben? Darauf muß ich erstmal einen Trinken. ... Waasser marsch ... Wird nass gespritzt. Aus dem Off: Wir Guttempler empfehlen, nicht einen Monat, nicht 10 Jahre sonder **Jeden Tag einzeln leben.** ¶

Gruppe 3

Marke „Güttempler“ - was wollen wir damit erreichen?

- Bekanntheit x) erhöhen
- positives Erlebnis
- Hilfe - Sicherheit - Verschwiegenheit

x) Verbindung Güttempler mit Südt/

SUCHT GUTTEMPLER über Alkohol/H.

- Radio, Buswerbung, Plakate
- 10 sec. Fernsehwerbung - Zeitung
- Social Media (Facebook, Instagram, Youtube, tik tok)
- Offener Kanal, Rotes Sofa (DAS)
- Veranstaltungen (Elweanambrosien)