WIR ZEIGEN GESICHT. SUCHEN SIE.

DIE MENSCHEN HINTER DEM HOSPIZVEREIN

Freier Hospizverein
Erzgebirgsvorland e.V.

ZIEL DER KAMPAGNE

Unser Ziel dieses Konzepts ist es, die Arbeit und die Menschen hinter dem Hospizverein sichtbar zu machen und dadurch das Bewusstsein für die wichtige Arbeit im Hospiz zu stärken.

Durch persönliche Geschichten von Vereinsmitgliedern und ehrenamtlichen Helfern soll Interesse für die Mitwirkung im Verein geweckt werden, um neue Mitglieder und Unterstützer für diesen zu gewinnen.

Fotos (Beispiele) – adobe.stock.com

WARUM GERADE »GESICHT ZEIGEN?«

Die Auswahl der Gesichter repräsentiert die Vielfalt der Menschen, die im Hospiz tätig sind. Unterschiedliche Berufe und Bildungsgrade, Altersgruppen, Geschlechter und kulturelle Hintergründe werden dargestellt, um die Bandbreite der Mitarbeitenden zu zeigen und die Diversität im Hospiz hervorzuheben.

Die Geschichten hinter den Portraits werden authentisch und ehrlich erzählt, um die Emotionalität und Bedeutung der Hospizarbeit zu vermitteln. Die Mitarbeiter werden ermutigt, offen über ihre Beweggründe, Herausforderungen und persönlichen Erfahrungen zu sprechen, um eine Verbindung zu den potenziellen Unterstützern herzustellen.

Fotos (Beispiele) – adobe.stock.com

DIE ZIELGRUPPE

Unser Konzept „Gesicht zeigen – Die Menschen hinter dem Hospizverein“ richtet sich an eine breite Zielgruppe, die sich für das Thema Hospizarbeit interessiert und möglicherweise daran interessiert ist, dem Hospizverein beizutreten oder ihn anderweitig zu unterstützen.

Die Hauptzielgruppen umfassen:

Potenzielle Mitglieder und Unterstützer:
Menschen jeden Alters und Hintergrunds, die sich für die Hospizarbeit interessieren und eine aktive Rolle im Verein übernehmen möchten. Dazu gehören Freiwillige, Spender, Fördermitglieder und lokale Gemeindemitglieder.

Gesundheits- und Sozialfachkräfte:
Angehörige der Gesundheits- und Sozialberufe, die mehr über die Hospizarbeit erfahren und möglicherweise ihre Kenntnisse und Fähigkeiten in diesem Bereich einbringen möchten.

Angehörige von Patienten:
Familienmitglieder und Freunde von Personen, die Versorgung im Hospiz erhalten oder benötigen, könnten ebenfalls an der Arbeit des Hospizvereins interessiert sein und Möglichkeiten zur Unterstützung suchen.

Bildungseinrichtungen und Unternehmen:
Schulen, Universitäten, Unternehmen und Organisationen, die sich für soziale Verantwortung und gesellschaftliches Engagement interessieren und möglicherweise Partnerschaften mit dem Hospizverein eingehen möchten.

DIE UMSETZUNG

1. Postkarten-Aktion
Auf den Karten werden Porträts der Hospizmitarbeiter mit ihren Geschichten präsentiert. Jede Karte zeigt ein anderes Gesicht und erzählt die individuelle Motivation und Erfahrung der Person im Hospiz.

Die Geschichten werden zum Teil auf der Rückseite der Karten abgedruckt und sollen zum Weiterlesen auf anderen Plattformen animieren (3). Dies ermöglicht den Interessenten einen persönlichen Einblick in die Welt der Hospizarbeit.

2. (Groß-)Plakatierung
Die Plakate spiegeln die Gesamtheit und Vielfältigkeit der Hospizmitarbeiter im Verein wider und sollen in erster Linie für Aufmerksamkeit der Kampagne/Aktion sorgen. Sie werden durch die Postkarten (1) und den Auftritt in den Sozialen Netzwerken und dem Internet (3) ergänzt.

3. Vorstellung der Kampagne in den Sozialen Netzwerken und auf der Vereins-Website
Um das Interesse und die Bindung der Zielgruppe zu steigern, können interaktive Elemente wie QR-Codes oder Links zu Videos oder Podcasts eingefügt werden, in denen die Mitarbeitenden persönlich über ihre Arbeit im Hospiz sprechen und Einblicke geben.

4. Verbreitung und Promotion
Die Karten werden gezielt an potenzielle Unterstützer, lokale Gemeinden, Schulen, Unternehmen und andere Organisationen verteilt. Zusätzlich werden sie als Teil von Informationsständen bei Veranstaltungen des Hospizvereins verwendet. Die Plakatierung kann ebenso an den eben genannten Orten oder noch öffentlichkeitswirksamer an Bushaltestellen oder Plakatwänden erfolgen. Auf Social-Media-Plattformen und der Website des Vereins werden die Geschichten und Porträts ebenfalls präsentiert, um mit einem gesamtheitlichen Konzept überall vertreten zu sein und alle Ziel- und Altersgruppen zu erreichen.

DIE UMSETZUNG

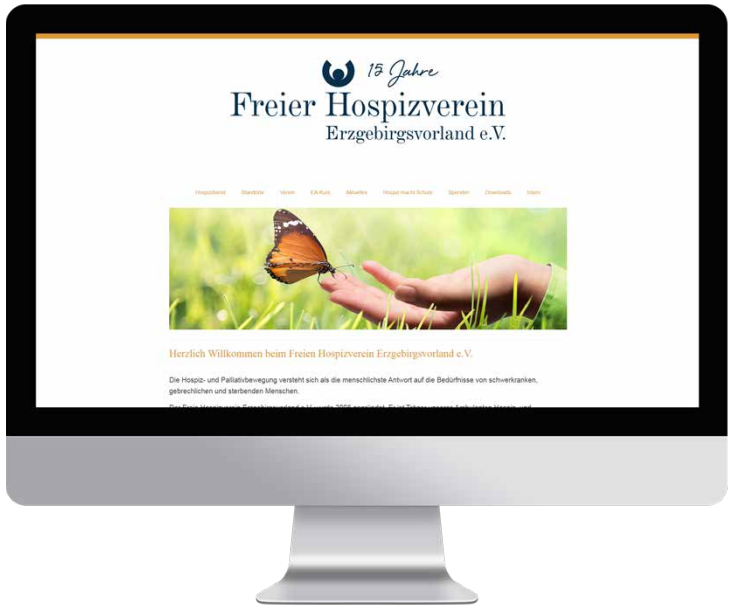
Beispiele Postkarten-Aktion und Plakatierung

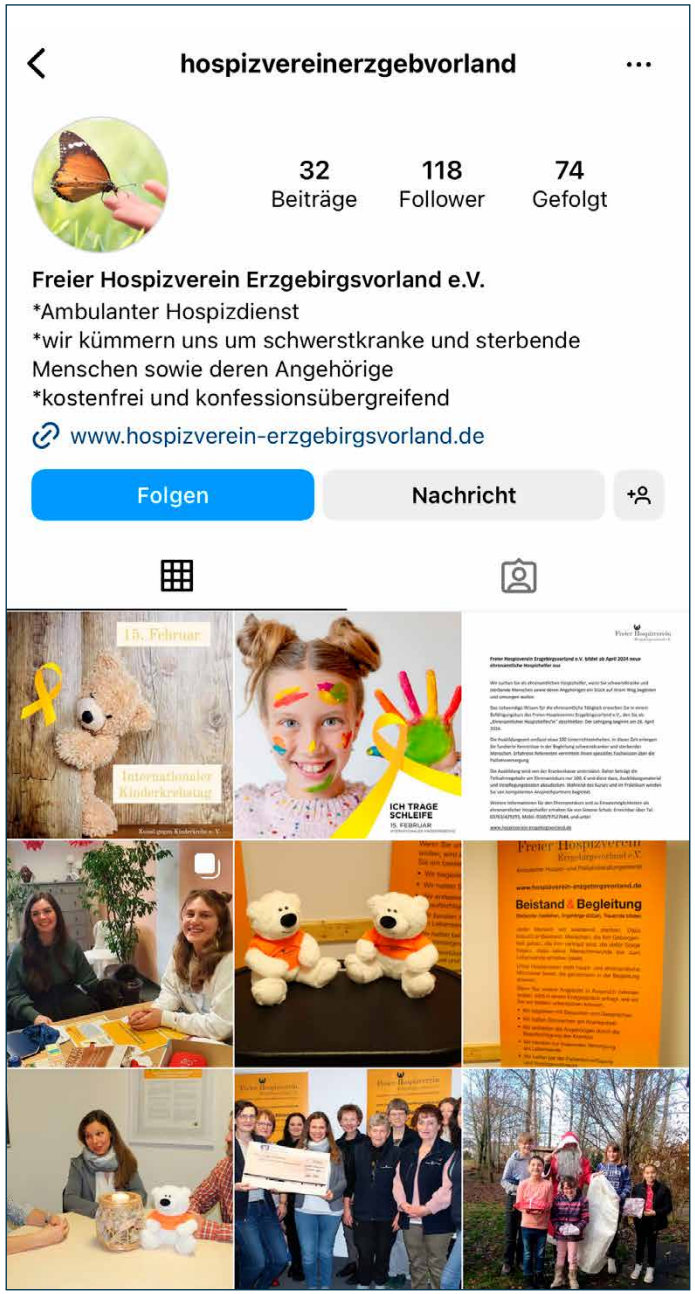
Fotos (Beispiele) – adobe.stock.com

DIE UMSETZUNG

Beispiel Vorstellung der Kampagne in den Sozialen Netzwerken und auf der Vereins-Website

Der QR-Code auf den Postkarten und Plakaten kann einfach mit dem Handy gescannt werden und man wird direkt zu der Website/ Sozialen Netzwerken weitergeleitet, die den Inhalt aufgreifen und vervollständigen.





WEITERFÜHRENDE IDEE: KALENDER

Weiterführend zur Kampagne „Gesicht zeigen – Die Menschen hinter dem Hospizverein“ könnte man das Projekt „Jetzt wird‘s privat“ umsetzen. Dabei werden die Vereinsmitglieder und -mitarbeiter privat bei ihrer Lieblingsbeschäftigung fotografiert und in einem Jahreskalender abgebildet. Dadurch können Interessenten noch tiefer in die Materie abtauchen und Sympathien für den Verein und dessen Mitglieder entwickeln.

Die Grundidee ist, jeden Monat einen anderen Mitarbeiter bei seiner täglichen Arbeit oder seinem Hobby abzubilden. Durch diese Bilder möchten wir nicht nur die Vielfalt des Teams zeigen, sondern auch einen Einblick in die verschiedenen Aspekte des (Arbeits-)Lebens geben.

In diesem expliziten Beispiel könnte die Frau Mitglied im Verein sein, welche gern mit ihrem Hund unterwegs ist.

Freier Hospizverein
Erzgebirgsvorland e.V.

Ambulanter Hospiz- und Palliativberatungsdienst im Freien Hospizverein Erzgebirgsvorland e.V.
Vereinssitz: Hohe Straße 33 · 09350 Lichtenstein | **Geschäftsstelle Glauchau:** Ulmenstraße 4 · 08371 Glauchau | **Zweigstelle Limbach-O.:** Johannisplatz 4 · 09212 Limbach-Oberfrohna

www.hospizverein-erzgebirgsvorland.de