

7. Bundesweiter Aktionstag Gefäßgesundheit „Risiko Thrombose“ am 24. Juni 2017

Leitfaden zur Durchführung und Presse-/Medienarbeit

Inhaltsverzeichnis

1	Der Aktionstag Gefäßgesundheit	2
2	Durchführung der Ultraschall-Untersuchung am Aktionstag Gefäßgesundheit	3
3	Öffentliche Aufmerksamkeit gewinnen	3
4	Der passende Rahmen: Aktionsideen	4
4.1	Podiumsdiskussion	4
4.2	Vortrag	4
4.3	Infoecke	4
4.4	Ergänzendes Kulturprogramm	4
5	Hinweise zur Presse- und Medienarbeit	4
5.1	Anlässe für Presse- und Medienarbeit schaffen	4
5.2	Verteiler – Das A und O jeder Presse- und Medienarbeit	4
5.3	Save-the-Date und Terminhinweis	5
5.4	Nachfassen – Der persönliche Draht	5
5.5	Nachbericht und Bildmaterial	5
5.6	Medienkooperation – beide Seiten profitieren	6
5.7	Nutzen Sie Ihre Webseite	6
6	Checkliste	6
7	Weitere Informationen und Anmeldung	7
8	Aktionsbündnis Thrombose	7

1 Der Aktionstag Gefäßgesundheit

Wir freuen uns, dass Sie am Aktionstag Gefäßgesundheit teilnehmen. „Risiko Thrombose“ lautet das diesjährige Motto, unter dem bundesweit Veranstaltungen zur Aufklärung und Prävention von Gefäß-erkrankungen stattfinden. Veranstaltet wird der Tag gemeinsam von der Deutschen Gesellschaft für Angiologie und der Deutschen Gefäßliga, die gemeinsam mit Partnern das Aktionsbündnis Thrombose ins Leben gerufen haben.

Gefäßerkrankungen wie die Venenthrombose, die Lungenembolie oder die periphere arterielle Ver-schlusskrankheit (PAVK) sind Volkskrankheiten. Doch ihre Anzeichen, ihre Verbreitung und ihre zum Teil dramatischen Folgen sind in der Bevölkerung weitestgehend unbekannt.

Was passiert am Aktionstag Gefäßgesundheit?

An diesem Tag finden deutschlandweit Veranstaltungen mit dem Ziel statt, die Bevölkerung über Risi-ken und mögliche Folgen von Gefäßerkrankungen zu informieren. Im Mittelpunkt des Aktionstages 2017 stehen die Prävention, die Früherkennung und die Behandlung der Thrombose und Lungenembolie.

Der Aktionstag soll:

- die wichtigsten Thrombose-Diagnoseverfahren, Ultraschall und Doppler-Sonografie, auf Veranstal-tungen vor Ort bekannt machen.
- auf Thrombose-Risikofaktoren hinweisen, wie:
 - längere Liegezeiten (beispielsweise während und nach einem Krankenhausaufenthalt bzw. einer, auch ambulanten (!), Operation)
 - eine Krebserkrankung
 - eine vererbte Thromboseneigung
 - ein veränderter Hormonhaushalt etwa aufgrund einer Schwangerschaft oder der Einnahme der Anti-Baby-Pille

Ferner kann über Diabetes mellitus, Bluthochdruck, Rauchen, hoher Cholesterinwert und Übergewicht aufgeklärt und weitere Untersuchungen wie die Dopplerdruckmessung angeboten werden. Partner wie Sportverbände, Gefäßsportgruppen, Patientenorganisationen oder Ernährungs-bera-tungsstellen können eingebunden werden.

Dieser Leitfaden gibt Ihnen neben praktischen Tipps zur Umsetzung auch Anregungen für eigene Aktionen sowie für die Presse- und Medienarbeit rund um den Aktionstag Gefäßgesundheit. Das im Text erwähnte Begleitmaterial finden Sie im Mitmach-Paket anbei oder im Downloadbereich auf der Internetseite der Kampagne „Risiko Thrombose“ unter www.risiko-thrombose.de/aktionstag und für PAVK unter www.verschlusssache-pavk.de/service/downloads-aktionstag-2017.

Wir bedanken uns für Ihre Teilnahme, wünschen Ihnen viel Spaß bei der Umsetzung, viele tolle Ideen und natürlich viel Erfolg!

Bezeichnung des Aktionstages Gefäßgesundheit:

Um eine einheitliche Benennung und somit eine wirksamere Kommunikation des Aktionstages Gefäß-gesundheit zu erzielen, bitten wir Sie, folgende Bezeichnung zu nutzen:

„Aktionstag Gefäßgesundheit – Risiko Thrombose“

2 Durchführung der Ultraschall-Untersuchung am Aktionstag Gefäßgesundheit

Bei einer intensiven Bewerbung werden zahlreiche Besucher zum Aktionstag Gefäßgesundheit erscheinen. Deshalb ist es wichtig, die Demonstration der Ultraschalluntersuchung bzw. weiterer Diagnoseverfahren sorgfältig zu planen, damit für die Teilnehmer keine langen Wartezeiten entstehen. Bitte bedenken Sie, dass auch ausreichend medizinisches Personal vor Ort sein muss, um die Besucher zu untersuchen.

Aus rechtlichen Gründen muss klargestellt werden, dass keine schriftlichen Befunde der Duplexuntersuchungen erstellt werden dürfen.

Wir empfehlen, ausschließlich Risikopatienten zu untersuchen. Aus diesem Grund liegt eine Risiko-Checkliste anbei. Sie können auch den Risiko-Check-Fragebogen auf der Kampagnen-Website herunterladen und unter den Besuchern verteilen. Die Besucher werden dann von Ihnen aufgefordert, die Fragen zu beantworten. Bei einem erhöhten Risiko, wird ihnen eine Untersuchung angeboten.

3 Öffentliche Aufmerksamkeit gewinnen

Jede noch so gute Aktion ist ohne Nutzen, wenn niemand von ihr weiß. Deshalb haben wir Ihnen einige Anregungen für die Bewerbung des Aktionstages Gefäßgesundheit zusammengestellt.

Suchen Sie sich Gleichgesinnte

Tun Sie sich mit anderen zusammen, um mehr Menschen und mehr Aufmerksamkeit zu erreichen. Eine Übersicht der teilnehmenden Ärzte, Kliniken und Gefäßzentren finden Sie auf der Internetseite der Kampagne „Risiko Thrombose“ www.risiko-thrombose.de. Darüber hinaus sind Kooperationen mit Krankenkassen, Landesverbänden für Rehabilitationssport, Selbsthilfegruppen, Gesundheitsämtern und weiteren Institutionen denkbar. Diese können Sie bei der Durchführung des Aktionstages Gefäßgesundheit unterstützen – z. B. durch die Präsentation ihrer Arbeit mit einem Stand, dem Verteilen oder Aushängen des Ankündigungsplakats bzw. des Flyers im Vorfeld des Aktionstages Gefäßgesundheit.

Prominente Unterstützung sichert Berichterstattung

Binden Sie Prominente vor Ort ein. Prävention von Thrombose und Lungenembolie ist ein Thema, das viele betrifft: Den Bürgermeister oder Gesundheitsbeauftragten Ihrer Stadt oder Ihres Ortes, aber auch Sportler oder Schauspieler. Vorteil der prominenten Unterstützung: Eine mediale Berichterstattung ist sehr viel wahrscheinlicher. Motive von einem Bürgermeister, der sich einer Ultraschalluntersuchung unterzieht, können den Medien durchaus eine Meldung wert sein.

Flyer und Plakate

In diesem Mitmach-Paket finden Sie Flyer der Kampagne „Risiko Thrombose“ und „Verschlusssache PAVK“. Sie können die vorbereiteten Einleger mit Ihren Daten versehen und vervielfältigen. Die Downloads finden Sie auf der Kampagnen-Website. Falls Sie die Plakate in Ihre Aktion einbinden möchten, senden wir Ihnen die druckfähige PDFs auf Anfrage gern zu. Einen Anhang für das Plakat können Sie ebenso auf der Website herunterladen, beschriften und am Rand des Plakates anbringen: Bitte beachten Sie beim Aufhängen des Plakates, dass Sie für manche Standorte eine Genehmigung brauchen.

Wie Sie mittels Presse- und Medienarbeit auf Ihre Veranstaltung aufmerksam machen können, lesen Sie unter Punkt 5.

4 Der passende Rahmen: Aktionsideen

Sie können den Aktionstag Gefäßgesundheit attraktiver und erkenntnisreicher machen, wenn Sie über die Ultraschalluntersuchung hinaus Aktionen und Angebote machen. Einige Beispiele:

4.1 Podiumsdiskussion

Eine Diskussionsveranstaltung bietet die Möglichkeit, anschaulich über Thrombose, Lungenembolie und weitere Gefäßerkrankungen zu informieren. Auf einer Podiumsdiskussion können Sie z. B. Gefäßmediziner, Vertreter lokaler Gefäßsportgruppen oder von Krankenkassen sowie Patienten zusammen bringen. Es empfiehlt sich, den Diskussionsgegenstand thematisch einzugrenzen und mit Hinblick auf den Veranstaltungstitel möglichst griffig und verständlich zu formulieren. Zur Ankündigung eignen sich wiederum die Plakate oder der Flyer.

4.2 Vortrag

Ein Vortrag zu Thrombose und Lungenembolie klärt die interessierten Besucher über die Krankheit auf und bietet die Möglichkeit, Rückfragen zu stellen. Auf der Internetseite der Kampagne „Risiko Thrombose“ unter www.risiko-thrombose.de finden Sie patientengerechte PowerPoint-Folien, die Sie weiterbearbeiten und für Ihren Vortrag nutzen können.

4.3 Info-Ecke

Schaffen Sie bei Ihrem Aktionstag Gefäßgesundheit eine Info Ecke: Hier können Sie Literatur zum Thema Gefäßkrankheiten auslegen. DGA-Ratgeber zu Thrombose und Lungenembolie sowie PAVK können unter den in dem beigefügten Bestellformular angegebenen Konditionen bestellt werden.

Sprechen Sie weitere Arztpraxen, Kliniken und andere mögliche Kooperationspartner an – vielleicht können diese Sie bei der Umsetzung und Ausstattung der Info Ecke unterstützen.

4.4 Ergänzendes Kulturprogramm

Natürlich kann auch ein musikalisches Begleitprogramm eine Atmosphäre schaffen, in der Besucher gerne verweilen. Bedenken Sie, dass die Organisation von Bühne und Technik einen organisatorischen Mehraufwand bedeutet.

5 Hinweise zur Presse- und Medienarbeit

5.1 Anlässe für Presse- und Medienarbeit schaffen

Der Aktionstag Gefäßgesundheit bietet Ihnen eine gute Möglichkeit mit der lokalen/regionalen Presse in Kontakt zu treten. Insbesondere Veranstaltungen wie eine Podiumsdiskussion, Vorträge oder der Besuch eines Ehrengastes bieten einen guten Anknüpfungspunkt für die Presse.

5.2 Verteiler – Das A und O jeder Presse- und Medienarbeit

Vor der Veranstaltung sollten Sie klären, welche Journalisten daran interessiert sein könnten. Erstellen Sie im Vorfeld einen Verteiler mit den Kontaktadressen der regionalen und lokalen Journalisten aus den Ressorts Veranstaltungstermine (Lokales), Gesundheit, Ratgeber, Verbraucher. Beziehen Sie dabei folgende Medien ein:

- lokale/regionale Tageszeitungen und Anzeigenblätter
- Stadtmagazine und städtische Onlineportale
- evtl. lokales/regionales Fernsehen (z. B. Ratgeberredaktion)
- evtl. lokaler/regionaler Hörfunk (z. B. Ratgeberredaktion)

5.3 Save-the-Date und Terminhinweis

Wenn Sie eine größere Veranstaltung planen, die evtl. durch Prominente unterstützt wird, sollten Sie einen Save-the-Date (Vorankündigung) und einen Terminhinweis verschicken. Bei kleineren Veranstaltungen wie z. B. bei der Durchführung von Ultraschalluntersuchungen in einer Praxis reicht ein Terminhinweis aus.

Es gibt zwei Aspekte, die bei der Kontaktaufnahme mit Journalisten relevant sein können:

- Die Bitte um Terminankündigung, damit die Bevölkerung rechtzeitig vom Aktionstag erfährt.
- Die Einladung an die Journalisten, damit sie zur Veranstaltung kommen und tagesaktuell berichten.

Bitte beachten Sie, dass Terminankündigungen für Stadtmagazine in der Regel weitaus früher verschickt werden müssen. Viele Stadtmagazine erscheinen nur alle zwei oder vier Wochen. Berücksichtigen Sie solche Vorlaufzeiten und Redaktionsschlüsse in Ihrer Planung.

Save-the-Date – Das erste Interesse wecken

Der Terminblocker sollte ca. drei Wochen vorher per E-Mail verschickt werden. Er hilft den Journalisten bei der Planung und muss alle relevanten Informationen (Ort, Zeit) bereits enthalten – Einzelheiten können noch offenbleiben.

Der Terminblocker sollte möglichst kurz und knapp gehalten sein, so dass auf einen Blick erkennbar ist, worum es geht. Das Wichtigste gehört an den Anfang. Dabei müssen vor allem auch die Fragen nach dem „was, wann und wo“ beantwortet werden. Zusätzlich können Sie Hintergrundinformationen zur Veranstaltung, zum Krankheitsbild Thrombose und Lungenembolie und/oder Ihrer Praxis/Klinik oder Organisation mitschicken.

Terminhinweis – neue Informationen und gleichzeitige Terminierung

Der Terminhinweis sollte ca. drei bis vier Tage vorher vorzugsweise per E-Mail verschickt werden. Hier müssen nun alle relevanten Informationen zu Ort, Zeit, Gästen etc. vorliegen. Ansonsten folgt der Terminhinweis den gleichen journalistischen Regeln wie der oben beschriebene Terminblocker.

5.4 Nachfassen – Der persönliche Draht

Es empfiehlt sich, zwei bis einen Tag vor Veranstaltungsbeginn bei den Medien, denen der Terminhinweis zugeschickt wurde, telefonisch an den Termin zu erinnern. In dem Gespräch können Sie nachfragen, ob ein Pressevertreter die Veranstaltung besuchen wird oder eine Ankündigung bzw. Berichterstattung plant.

5.5 Nachbericht und Bildmaterial

Für eine Berichterstattung ist es erfahrungsgemäß hilfreich, den Medien, die nicht vor Ort waren, einen kurzen Nachbericht zur Veranstaltung zukommen zu lassen. Er beinhaltet Bildmaterial und sollte zeitnah nach Veranstaltungsende versendet werden.

Damit Journalisten das Bildmaterial verwenden können, beachten Sie folgende Punkte:

- **Bildrechte:** In jedem Fall müssen Sie die Bildquelle angeben und die Journalisten über die Bildrechte informieren.
- **Veröffentlichung:** Sollten Sie wieder erkennbare Einzelpersonen fotografieren oder kleine Gruppen, brauchen Sie das Einverständnis der betroffenen Personen für die Veröffentlichung.
- **Bildunterschrift:** Wer, Wie, Was, Wann, Wo und Warum nicht vergessen. Eine sachliche Betextung der Fotos ist wichtig.
- **Bildformat:** Sie sollten eine enge Auswahl relevanter Pressebilder als niedrig komprimierte JPG-Dateien in einer Auflösung mit 300 dpi anbieten.
- **Versand:** Wenig Freude bereiten Sie Journalisten, wenn E-Mail-Anhänge über 1 MB groß sind.

5.6 Medienkooperation – Beide Seiten profitieren

Medienkooperationen sind projekt- oder ereignisbezogene Vereinbarungen, bei denen Ihre Medienpartner von attraktiven redaktionellen Exklusivangeboten, aber auch von der Bewerbung ihres Senders, Blattes oder ihrer Onlineplattform profitieren. Im Gegenzug erhöht eine umfangreiche und exklusive Berichterstattung (Ankündigung, Vorbericht, Nachbericht) mit ausreichend Platz für die eigenen Botschaften und Inhalte die Medienwirksamkeit und -resonanz des Aktionstages Gefäßgesundheit.

Von einer solchen Kooperation profitieren deshalb beide Seiten.

Ein Gegenstand von Medienkooperationen, die sich auf den Aktionstag Gefäßgesundheit beziehen, kann sein:

- Ein exklusiver Zugang zu Personen des öffentlichen Interesses, speziellen Inhalten oder redaktionell verwertbarem Informationsmaterial in Wort und Bild.
- Der Aktionstag Gefäßgesundheit und damit verknüpfte Anlässe zur aktiven Leserbindung
- z. B. eine Telefonaktion im Vorfeld des Aktionstages Gefäßgesundheit bei einem Radiosender: Ärzte beantworten Fragen von interessierten Zuhörerinnen und Zuhörern rund um das Krankheitsbild Thrombose und Lungenembolie.

5.7 Nutzen Sie Ihre Webseite

Vor- und Nachberichterstattung auf der Webseite kündigen die Veranstaltung an bzw. fassen sie zusammen. Damit bleiben die Online-User auf dem Laufenden und potenzielle Teilnehmer werden motiviert mitzumachen. Gerne können Sie auf die Kampagnenplattform www.risiko-thrombose.de verlinken, um Besuchern Ihrer Webseite weitere Informationen zum Thema Thrombose und dem Aktionstag zu liefern.

6 Checkliste

- Downloads nutzen: www.risiko-thrombose.de sowie www.dga-gefaessmedizin.de
- Medienkooperation eingehen: so früh wie möglich, je nach Medium zwei bis drei Monate vorher.
- Erstellung Verteiler: ca. vier Wochen vorher.
- Ankündigung des Aktionstages Gefäßgesundheit in Stadtmagazinen: ca. vier bis sechs Wochen vorher.
- Vorbereitung der Ankündigungsplakate und Platzierung an gut sichtbaren und belebten Orten, die keiner Zulassung bedürfen: etwa drei Wochen vorher.
- Versand des Terminblockers: ca. drei Wochen vorher. Sollen sich die Teilnehmer im Vorfeld der Veranstaltung anmelden, empfiehlt sich der Versand entsprechend früher.
- Versand des Terminhinweises: ca. drei bis vier Tage vorher. Sollen sich die Teilnehmer im Vorfeld der Veranstaltung anmelden, empfiehlt sich der Versand entsprechend früher.
- Nachfassen bei Medien: ca. zwei bis einen Tage vorher.
- Versand Nachbericht und Bildmaterial: am besten am Abend nach der Veranstaltung. Kündigen Sie eine Nachberichterstattung mit Fotos an.



7 Weitere Informationen und Anmeldung

Infobüro Aktionsbündnis Thrombose

c/o Deutsche Gesellschaft für Angiologie – Gesellschaft für Gefäßmedizin e.V.

Julia M. Hofmann

Haus der Bundespressekonferenz

Schiffbauerdamm 40

10117 Berlin

T: 030/531 485 82-0

F: 030/531 485 82-9

E: info@risiko-thrombose.de oder info@dga-gefaessmedizin.de

Mehr Informationen unter www.risiko-thrombose.de

8 Aktionsbündnis Thrombose

Die Deutsche Gesellschaft für Angiologie hat das Aktionsbündnis Thrombose ins Leben gerufen. Bündnispartner ist die Deutsche Gefäßliga e.V.

Das Bündnis initiiert eine Aufklärungskampagne, um auf die Risiken von Venenthrombose und Lungembolie hinzuweisen. Sie soll das öffentliche Bewusstsein für Prävention, Diagnose und Therapie schärfen. Damit weniger Menschen durch die Folgen einer Thrombose sterben.

Das Aktionsbündnis Thrombose wird unterstützt von weiteren Partnern:

