



## **Abschlussbericht Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen. Aufklärung, Sensibilisierung und Entstigmatisierung**

Laufzeit 1.1.2021 bis 31.12.2021

**Förderkennzeichen: ZMVI1-2520KIG003**

Aktionsbündnis Seelische Gesundheit (ABSG) im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit

### **Sachbericht**

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Gesundheit

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

## 1 Titel und Verantwortliche

<b>Projekttitle:</b>	„Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen. Aufklärung, Sensibilisierung und Entstigmatisierung“
<b>Gesamtleitung:</b>	Prof. Dr. med. Wolfgang Gaebel (Vorsitzender ABSG bis 28.04.2021) Prof. Dr. med. Arno Deister (Vorsitzender ABSG seit 28.04.2021)
<b>Projekt-</b>	
<b>mitarbeiterinnen:</b>	Birgit Oehmcke, Julia Thimm, Franziska Taffelt
<b>Kontakt-</b>	
<b>daten:</b>	Aktionsbündnis Seelische Gesundheit (ABSG) <i>Vertreten durch</i> Deutsche Gesellschaft für Psychiatrie und Psychotherapie, Psychosomatik und Nervenheilkunde e. V. (DGPPN)  Reinhardtstraße 29, 10117 Berlin Tel.: +49 30 24 04 772 20 E-Mail: <a href="mailto:koordination@seelischegesundheit.net">koordination@seelischegesundheit.net</a>
<b>Laufzeit:</b>	01.01.2021 bis 31.12.2021
<b>Fördersumme:</b>	154.625,00 € (laut Bewilligung vom 10.12.2020)
<b>Datum und Ort der Erstellung des Berichts:</b>	Berlin, 31.08.2022



## Inhaltsverzeichnis

<b>1 Titel und Verantwortliche .....</b>	<b>2</b>
<b>2 Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>3 Zusammenfassung .....</b>	<b>5</b>
<b>4 Einleitung .....</b>	<b>6</b>
4.1 Ausgangslage des Projekts .....	6
4.2 Projektziele .....	7
4.2.1 Übergeordnete Ziele und Teilziele .....	7
4.2.2 Zielgruppen .....	8
4.3 Projektstruktur .....	8
<b>5 Erhebungs- und Auswertungsmethodik .....</b>	<b>10</b>
5.1 Indikatoren zur Messung der Zielerreichung .....	10
5.2 Methoden zur Bestimmung der Maßnahmen .....	10
5.2.1 Ausgangsanalyse .....	10
5.2.2 Online-Umfrage .....	10
5.3 Evaluation der durchgeführten Maßnahmen .....	11
<b>6 Durchführung .....</b>	<b>12</b>
6.1 Arbeits- und Zeitplan .....	12
6.2 Meilensteine .....	12
<b>7 Ergebnisse .....</b>	<b>13</b>
7.1 Ausgangsanalyse .....	13
7.2 Online-Umfrage .....	15
7.3 Werbematerialien und Kommunikationselemente .....	19
7.4 Nutzerfreundliche Web-Plattform .....	22
7.4.1 Relaunch der ABSG-Webseite .....	22
7.4.2 Optimierter Online-Veranstaltungskalender .....	23
7.4.3 Download-Bereich .....	25
7.4.4 Zielgruppengerechte Informationsmaterialien und Handlungshilfen .....	25
7.4.5 Expertinnen- und Experteninterviews .....	27
7.4.6 Praktische Anleitung zur Durchführung digitaler Angebote .....	28
7.5 Kommunikationsstrategie .....	28
7.5.1 Medienkooperationen .....	29
7.5.2 Plakataktionen .....	29
7.5.3 Online-Bewerbung .....	30
7.5.4 Postkarten-Werbeaktion .....	31
7.5.5 Social-Media-Kampagne .....	31
7.6 Presseaktivitäten und Medienresonanz .....	33
7.6.1 Print-Presse .....	34



7.6.2 Online-Presse.....	34
7.6.3 Radio-Beiträge (Auswahl).....	35
7.6.4 TV-Beiträge (Auswahl).....	35
7.6.5 Social-Media-Beiträge.....	36
7.7 Zentrale Auftaktveranstaltung .....	37
<b>8 Gender Mainstreaming Aspekte .....</b>	<b>39</b>
<b>9 Diskussion .....</b>	<b>39</b>
9.1 Bekanntmachung der bundesweiten Aktionswoche .....	39
9.2 Optimierung und Erweiterung der bundesweiten Aktionswoche.....	40
9.3 Bereitstellung von Werbematerialien und Kommunikationselementen.....	40
9.4 Durchführung einer zentralen Auftaktveranstaltung in Berlin .....	41
<b>10 Veröffentlichung und Verbreitung der Projektergebnisse.....</b>	<b>42</b>
10.1 Fachmessen, Kongresse, Publikationen .....	42
10.2 Verfügbarkeit der Informationen und Hilfsangebote im Internet.....	42
<b>11 Verwertung und Transferpotential der Projektergebnisse .....</b>	<b>43</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>43</b>

### 3 Zusammenfassung

2021 wurde im Rahmen des BMG-Projektes „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“ der inhaltliche Fokus der Woche der seelischen Gesundheit auf Kinder in Familien mit Krisen und Einschränkungen durch psychische Erkrankungen gelegt. Das Projekt verfolgte dabei eine zweifache Zielsetzung:

Mit dem Motto „Gemeinsam über den Berg – Seelische Gesundheit in der Familie“ wurde das Thema breit gefächert und niederschwellig aufbereitet, um möglichst viele betroffene Familien, die allgemeine Öffentlichkeit sowie Fachleute und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für den besonderen Unterstützungsbedarf von Familien mit psychisch erkrankten Familienmitgliedern zu sensibilisieren. Zudem sollten die betroffenen Familien durch die über 600 Veranstaltungen der Aktionswoche über vorhandene Hilfen und Unterstützungsmaßnahmen in ihrer Region informiert werden. Dies trug dazu bei, dass Betroffene die vorhandenen Hilfsangebote stärker in Anspruch nehmen und gleichzeitig präventive Maßnahmen für die seelische Gesundheit auch in der breiten Bevölkerung bekannter wurden.

Ein weiteres Ziel war es, die Aktionswoche bundesweit auszubauen und möglichst viele Städte und Regionen zur Teilnahme zu animieren, die vorher noch nicht Teil der Aktionswoche waren. Dazu wurden auf Grundlage einer Ausgangsanalyse Maßnahmen und konkrete Hilfen entwickelt und erprobt, die alte und neue Akteurinnen und Akteure bei einer erfolgreichen Umsetzung von lokalen Aktivitäten unterstützten. Neben einer größeren Anzahl teilnehmender Organisationen und Maßnahmen zur Optimierung der jährlichen Aktionswoche wurde vor allem durch die umfangreiche PR und Öffentlichkeitsarbeit eine größere Reichweite der durch die Aktionswoche 2021 vermittelten Botschaften erreicht.

## 4 Einleitung

### 4.1 Ausgangslage des Projekts

Zur Aufklärung über psychische Erkrankungen, Beratungs- und Therapiemöglichkeiten sowie zum Abbau von Stigmatisierung psychisch erkrankter Menschen findet jedes Jahr rund um den Welttag der Seelischen Gesundheit der World Federation for Mental Health (WFMH) am 10. Oktober die bundesweite Woche der Seelischen Gesundheit statt. Die Aktionswoche trägt maßgeblich dazu bei, Berührungsängste gegenüber Menschen mit psychischen Erkrankungen in der Bevölkerung abzubauen sowie Betroffene und deren Angehörige aktiv einzubinden. Das Aktionsbündnis Seelische Gesundheit (ABSG) initiiert und koordiniert die bundesweite Aktionswoche bereits seit 2010 und fasst alle Aktivitäten und Veranstaltungen in einem Online-Veranstaltungskalender zusammen. Zudem werden lokale Veranstalterinnen und Veranstalter, die sich an der Aktionswoche beteiligen, mit Werbematerialien, Handreichungen für die Planung und Durchführung von Veranstaltungen (in Präsenz und digital) sowie begleitenden Kampagnen, wie z.B. der Aktion „Grüne Schleife für mehr Akzeptanz für psychische Erkrankungen“, unterstützt. 2021 wurde innerhalb des BMG-Projektes der inhaltliche Fokus der Aktionswoche auf Kinder in Familien mit Einschränkungen durch psychische Erkrankungen gelegt.

Kinder psychisch erkrankter Eltern sind nicht nur in ihrem Alltag in vielfältiger Weise von der elterlichen Erkrankung betroffen, sondern haben ein deutlich erhöhtes Risiko, selbst zu erkranken (Wiegand-Grefe et al., 2011). Daher kommt der Aufgabe, das gesunde Aufwachsen dieser Kinder und Jugendlichen zu fördern und die Entstehung psychischer Erkrankungen dadurch zu verhindern, eine besondere Bedeutung zu.

Praktische Erfahrungen in vielen deutschen Städten zeigen, dass ein frühzeitiges Erreichen der Familien zu Beginn der Behandlung und Therapie der Eltern und individuell ausgerichtete Hilfen die Bewältigung der familiären Belastungen unterstützen, die Entwicklung der Kinder fördern und damit das Kindeswohl sichern sowie die Eltern bei der Wahrnehmung ihrer Elternschaft unterstützen können (vgl. Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V. (Hg.), Unterstützung für Familien mit einem psychisch erkrankten Elternteil. Leuchtturmprojekte, 2019).

Die krankheitsbedingt häufig eingeschränkte Kommunikationsfähigkeit, die Tabuisierung innerhalb der Familie sowie die gesellschaftliche Stigmatisierung von psychisch erkrankten Menschen erschweren den Zugang zu vorhandenen Hilfen und führen zu weiterer Isolation und Ausgrenzung. Für Familien mit einem psychisch oder suchterkrankten Elternteil ist der Gang zu einer Behörde und die damit verbundene Offenbarung psychosozialer Belastungslagen gegenüber einer staatlichen Stelle in besonderer Weise mit Ängsten und Vorbehalten verbunden. Aus der Stigmaforschung ist bekannt, dass neben der strukturellen Diskriminierung (z. B. in öffentlichen Einrichtungen) und öffentlichen Stigmatisierung (z. B. durch die Medien) Betroffene dieses Stigma auch für sich selbst übernehmen (Angermeyer et al. 2014; Corrigan et al. 2012).

Insbesondere die Selbststigmatisierung beeinflusst das individuelle Hilfesuchverhalten negativ, Hilfsangebote werden – auch wenn diese bekannt sein sollten – in der Folge nicht oder zu spät in Anspruch genommen. Öffentliche Stigmatisierung und strukturelle Diskriminierung können zudem dazu führen, dass Therapien oder unterstützende Beratungsangebote eher abgebrochen werden (Schomerus et al, 2009). Maßnahmen zur Stärkung der psychischen Gesundheit sowie der Kompetenzen sollten demnach stets mit dem Abbau von Stigmatisierung psychisch erkrankter Menschen sowie der Enttabuisierung psychischer Erkrankungen verbunden werden.

Die anhaltende Corona-Pandemie stellt zusätzlich eine große Belastungsprobe dar, insbesondere für Familien, die bereits mit psychischen Krisen konfrontiert sind. Die Vereinbarkeit der beruflichen und familiären Anforderungen sowie die zur Eindämmung der Pandemie erforderlichen Einschränkungen im Alltag können zu einer sozialen und psychischen Überlastungssituation führen (BMFSFJ, 2020) bzw. bei bereits belasteten Familien noch verstärkt werden.

Fachleute auf kommunaler Ebene sind oft die ersten Anlaufstellen für betroffene Familien und somit wichtige Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, um struktureller Stigmatisierung entgegenzutreten und letztendlich auch das öffentliche Umfeld der Familien sowie die breite Bevölkerung zu erreichen. So war das Ziel des Projektes mit Hilfe einer bundesweiten Aufklärungsmaßnahme, betroffene Familien flächendeckend über niedrigschwellige und frühe Präventions- und Unterstützungsangebote zu informieren und Angebote zugänglich zu machen. Im Rahmen des Projektes wurden auf verschiedenen Ebenen Hilfs-, Beratungs- sowie Aufklärungsangebote sichtbar gemacht und die allgemeine Öffentlichkeit für die besonderen Unterstützungsbedarfe betroffener Familien sensibilisiert.

## 4.2 Projektziele

### 4.2.1 Übergeordnete Ziele und Teilziele

Als besonders wirksam zum Abbau des Stigmas psychischer Erkrankungen hat sich der direkte Kontakt zu Betroffenen und die Vermittlung von Wissen (Eduktion) erwiesen (Corrigan et al., 2012). Die Veranstaltungen der Aktionswoche umfassen sowohl Aufklärungsformate (z. B. Tage der offenen Tür, Informationsvorträge, Ausstellungen) als auch dialogische Formate (z. B. Workshops mit Fachexpertinnen und Fachexperten, Betroffenen und Angehörigen sowie vielseitige Beratungsangebote). Neben der Vermittlung von Wissen über Hilfsangebote vor Ort stehen Austausch und Kontakt zu Betroffenen und Angehörigen im Vordergrund. Die bundesweite Woche der Seelischen Gesundheit zum Thema „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“ wurde daher als geeignetes und etabliertes Format eingesetzt, um einen Beitrag zu Aufklärung, Sensibilisierung und Entstigmatisierung zu leisten.

#### **Projektziel 1:**

Das Aktionsbündnis koordinierte die bundesweite Woche der Seelischen Gesundheit 2021 zum Thema „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“. Ziel dieser Maßnahme war es, das Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ breit gefächert und niederschwellig aufzubereiten, um möglichst viele wichtige Hilfs- und Beratungsangebote bekannt zu machen und viele betroffene Familien, die breite Öffentlichkeit sowie Fachleute sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren aus Kindertagesstätten, Schulen, Verwaltungen und dem Gesundheitssystem mit der Thematik zu erreichen. Unter anderem sollten wichtige Hilfsangebote und konkrete Best-Practice-Projekte mit Modellcharakter veranschaulichen, dass es wirksame und hilfreiche Unterstützungsmöglichkeiten für belastete Familien gibt. Dies sollte dazu beitragen, dass betroffene Familien vorhandene Hilfs- und Unterstützungsangebote stärker in Anspruch nehmen und gleichzeitig präventive Maßnahmen in der allgemeinen Bevölkerung bekannter werden.

#### **Projektziel 2:**

Die Woche der Seelischen Gesundheit sollte ausgebaut und optimiert werden. Ziel war es, ihre Reichweite zu erhöhen und möglichst viele Regionen sowie Akteurinnen und Akteure zur Teilnahme zu animieren, die bisher nicht beteiligt waren. Dazu wurden auf Grundlage einer Ausgangsanalyse unterschiedliche Maßnahmen und konkrete Hilfen entwickelt und erprobt, um sowohl bereits aktive als auch neu erreichte Akteurinnen und Akteure bei einer erfolgreichen Umsetzung von lokalen Aktivitäten zu unterstützen. Neben einer größeren Anzahl teilnehmender Organisationen und Regionen sowie Erkenntnissen zur Optimierung der jährlichen Aktionswoche wurde hierdurch eine größere Reichweite der durch die Aktionswoche 2021 vermittelten Botschaften angestrebt.

#### 4.2.2 Zielgruppen

Um Stigmatisierung auf struktureller, öffentlicher als auch auf persönlicher Ebene nachhaltig abzubauen und für die Probleme betroffener Familien zu sensibilisieren, wurden die Projektmaßnahmen auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtet:

##### **Zielgruppen für Projektziel 1:**

Mit den lokalen Veranstaltungen vor Ort und den Inhalten der bundesweiten Aktionswoche zum Thema „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“ sollten folgende Zielgruppen angesprochen werden:

- Betroffene Familien mit Einschränkungen durch psychische Erkrankungen
- Das öffentliche Umfeld, die breite Bevölkerung
- Kommunale Träger wie Beratungsstellen (z.B. im Rahmen der frühen Hilfen), Jugendämter, Kindertagesstätten, Schulen, Jobcenter etc., die oft die ersten Anlaufstellen für betroffene Familien mit Einschränkungen darstellen.

##### **Zielgruppen für Projektziel 2:**

Für die Optimierung und Erweiterung der bundesweiten Aktionswoche wurden zwei Zielgruppen in den Blick genommen:

- Regionale Akteurinnen und Akteure bundesweit, die bereits an den Aktionswochen im Oktober teilgenommen haben.
- Bisher noch nicht an den Aktionswochen beteiligte kommunale Verwaltungen und lokale Selbsthilfeorganisationen.

#### 4.3 Projektstruktur

Um diese Hilfsangebote möglichst zielgruppengerecht umsetzen zu können, wurde zum Projektstart eine Ausgangsanalyse mit einer Online-Umfrage unter den Bündnis- sowie Kooperationspartnerinnen und -partnern geplant. Es sollte eine regionale Übersicht zu den bundesweiten Aktivitäten der Wochen der Seelischen Gesundheit 2019/2020 geschaffen und abgefragt werden, welche konkreten Handlungshilfen und Werbematerialien zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ benötigt werden, um die Akteurinnen und Akteure der Aktionswoche optimal unterstützen zu können. Mit diesem Angebot sollten auch Selbsthilfeorganisationen sowie kommunale Veranstalterinnen und Veranstalter, die bislang wenig Erfahrung mit Öffentlichkeitsarbeit und Eventmanagement haben, niedrigschwellig unterstützt und zur Teilnahme motiviert werden.

Ebenso fand eine umfangreiche bundesweite Recherche statt, um wichtige Akteurinnen und Akteure wie Selbsthilfeverbände, Organisationen, Hilfs- und Beratungsangebote mit dem Fokus auf psychischen Erkrankungen und seelischer Gesundheit in der Familie zu erreichen, sie über die bundesweite Aktionswoche zu informieren und für eine Teilnahme zu motivieren. Im nächsten Schritt sollten wichtige Informationsmaterialien und Handlungshilfen dieser Akteurinnen und Akteure auf der ABSG-Webseite veröffentlicht und zur Nutzung für alle Hilfesuchenden und Interessierte bereitgestellt werden.

In enger Zusammenarbeit mit einer Branding-Agentur wurden einheitliche, kostenfreie Werbematerialien und Kommunikationselemente für die Veranstalterinnen und Veranstalter der bundesweiten Aktionswoche zum Thema „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“ entwickelt. Dafür sollten ein bildstarkes Werbemotiv sowie ein öffentlichkeitswirksamer Slogan für das Thema entwickelt sowie die Logos des Aktionsbündnisses



und der Woche der Seelischen Gesundheit überarbeitet werden. Die entwickelten Werbematerialien sollten sowohl für die klassische Werbung (Anzeigen, Postkarten, Plakate) im öffentlichen Raum, für die freie Nutzung für alle Veranstalterinnen und Veranstalter als auch für Online-Elemente (Web-Banner, E-Mail-Abbilder, Social-Media-Kampagnemotive) nutzbar sein, um die bundesweite Aktionswoche großflächig bewerben zu können.

Um die Akteurinnen und Akteure der bundesweiten Aktionswoche möglichst praktisch bei der Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen mit entsprechenden Hilfen und Materialien ausstatten zu können, wurde zunächst mithilfe einer Internetservice-Agentur ein Relaunch der ABSG-Webseite geplant, um eine optimierte und nutzerfreundliche Web-Plattform anbieten zu können. Der Online-Veranstaltungskalender sollte ausgebaut und optimiert, sowie ein umfangreicher Download-Bereich mit Werbematerialien für die kostenfreie Nutzung eingerichtet werden. Ebenso wurde die Produktion von Expertinnen- und Experteninterviews geplant, um Veranstalterinnen und Veranstalter, Betroffene, Fachleute sowie die breite Öffentlichkeit auf das Thema aufmerksam zu machen. Außerdem sollte eine Expertinnen- und Expertendatenbank aus dem Netzwerk des Aktionsbündnisses erstellt werden, um Fachleute an die Akteure zu vermitteln.

Da aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie zahlreiche Präsenzveranstaltungen wegen der geltenden Kontaktbeschränkungen nicht stattfinden konnten, lag ein weiterer Fokus auf den neuen Möglichkeiten digitaler sowie hybrider Veranstaltungsformate, wie sie auch schon während der bundesweiten Aktionswoche 2020 verstärkt zum Einsatz gekommen waren. Daher sollte eine praktische Handlungshilfe zur Planung von Online-Events und digitalen Formaten sowie digitalen Bewerbungsstrategien entwickelt werden.

Parallel dazu sollte mit Hilfe einer umfangreichen Marketing- und Presse-Kampagne das Thema der Aktionswoche bundesweit der breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht werden. Diesbezüglich wurde eine umfassende Kommunikationsstrategie entwickelt. Neben klassischer PR wie Medienberichten in Zeitungen (Print und Web), sowie Radio- und TV-Beiträgen, Pressemitteilungen und Newsletter wurden Plakataktionen sowie Postwurfsendungen geplant und eine Social-Media-Kampagne konzipiert.

Um das Thema der bundesweiten Aktionswoche 2021 medienwirksam zu präsentieren, wurde zudem eine zentrale, öffentliche Auftaktveranstaltung in Berlin geplant. Als Termin wurde Freitag, der 8. Oktober 2021, im Vorfeld des WFMH (World Federation for Mental Health) Welttages der Seelischen Gesundheit, festgelegt. Aufgrund der Corona-Pandemie und der anhaltenden Kontaktbeschränkungen und Hygienebestimmungen wurde diese als Hybridveranstaltung mit gleichzeitigem Livestream ins Internet konzipiert. Damit konnte neben den Gästen vor Ort auch die interessierte breite Öffentlichkeit an der Veranstaltung teilnehmen. Ziel war es, eine möglichst große Reichweite für die Eröffnung der Aktionswoche zu erzielen. Dieses hybride Format wurde bereits 2020 sehr erfolgreich umgesetzt und erprobt. Das Programm des Abends sollte inhaltlich attraktiv gestaltet und mit prominenten Gästen besetzt werden. Da für die Aktionswoche 2021 wieder die Schirmherrschaft des Bundesministers für Gesundheit angestrebt wurde, war auch eine Beteiligung des Ministeriums an der Veranstaltung vorgesehen.

## 5 Erhebungs- und Auswertungsmethodik

### 5.1 Indikatoren zur Messung der Zielerreichung

<b>Übergeordnete Ziele</b>	<b>Indikatoren</b>
Konzeption, Durchführung und Bekanntmachung der bundesweiten Aktionswoche zum Thema „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“	Medienresonanz: Anzahl Presseberichte regional und bundesweit, Online-Medien, Anzahl Radio- und TV-Beiträge, Social-Media-Beiträge und -Interaktionen
Optimierung und Erweiterung der bundesweiten Aktionswoche	Ausgangsanalyse beteiligter Akteure, Anzahl der bundesweit teilnehmenden Veranstalterinnen und Veranstalter, Umfrage zur Bestimmung gewünschter Maßnahmen
<b>Teilziele</b>	<b>Indikatoren</b>
Bereitstellung von Werbematerialien und Kommunikationselementen	Anzahl der entwickelten und verwendeten Werbematerialien (Logo, Plakate, Postkarten, Kampagnenmotive), Sichtbarkeit im öffentlichen Raum (Plakataktion, Postwurfsendung)
Social-Media-Kampagne, Ausbau der digitalen Vermarktung	Anzahl der entwickelten Kampagnenmotive, Follower-Wachstum der Social-Media-Kanäle
Nutzerfreundliche Web-Plattform: Online-Veranstaltungskalender, Download-Bereich für Werbematerialien, zielgruppengerechte Infomaterialien und Handlungshilfen, praktische Anleitung zur Planung und Durchführung digitaler Angebote, Expertinnen- und Experteninterviews sowie -datenbank	Anzahl der angemeldeten Veranstaltungen im Online-Veranstaltungskalender, Anzahl der Downloads der Werbematerialien, Anzahl der Webseiten-Besucher, Klicks der Expertinnen- und Experteninterviews
Durchführung einer zentralen Auftaktveranstaltung in Berlin	Teilnehmendenanzahl der Auftaktveranstaltung vor Ort in Berlin und online im Livestream

*Tabelle 1: Indikatoren zur Messung der Zielerreichung*

### 5.2 Methoden zur Bestimmung der Maßnahmen

#### 5.2.1 Ausgangsanalyse

Im ersten Schritt wurde eine Ausgangsanalyse erstellt, um zu überprüfen, welche Städte und Regionen sich bei der bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit in den Jahren 2019 sowie 2020 beteiligt haben, um aktionsstarke sowie aktionsschwache Regionen bestimmen zu können.

Außerdem wurden im Rahmen einer umfassenden Recherche bundesweite Akteurinnen und Akteure, Beratungsangebote sowie Aufklärungsprojekte im Kontext des Themas „Seelische Gesundheit in der Familie“ erfasst. Die Auswertung der Ausgangsanalyse befindet sich in Kapitel 7 Punkt 7.1–7.2.

#### 5.2.2 Online-Umfrage

Im Zeitraum vom 10. bis 31. März 2021 wurde eine Online-Umfrage auf der Plattform SurveyMonkey durchgeführt. Die Umfrage wurde an alle 120 ABSG-Bündnispartnerinnen und -partner sowie an Akteurinnen und Akteure vergangener Aktionswochen verschickt. Außerdem hat die Offensive Psychische Gesundheit, ein vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales, vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie vom Bundesministerium für Gesundheit initiiertes

Bündnis für Aufklärung und Offenheit im Umgang mit psychischen Belastungen, die Umfrage in ihrem Netzwerk geteilt.

Im Rahmen der Umfrage sollte ermittelt werden, welche Regionen und welche Veranstalterinnen und Veranstalter mit welchen Veranstaltungen bereits an den Aktionswochen teilgenommen haben. Dabei wurde ebenso erfasst, welche Unterstützung die Akteurinnen und Akteure seitens des ABSG genutzt haben und welche Art von Unterstützung für zukünftige Aktionswochen benötigt wird. Es sollte ermittelt werden, mit welchen konkreten Maßnahmen wie Werbematerialien, informativen und praktischen Hilfen und/oder einem möglichen Expertinnen- und Expertennetzwerk die Akteurinnen und Akteure bei der Planung und Durchführung ihrer Veranstaltungen optimal unterstützt werden können. Weiterhin wurden die Organisationen, die noch nicht Teil der Aktionswoche waren, nach den Gründen der Nicht-Teilnahme befragt und welche Hilfsmittel und Maßnahmen eine Teilnahme ggfs. erleichtern würden.

#### **Folgende Items sollten beantwortet werden:**

- Haben Sie in der Vergangenheit im Rahmen der bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit Präsenz- oder digitale Veranstaltungen angeboten und durchgeführt?
- Welche Maßnahmen haben Sie eingesetzt, um Ihre Veranstaltung(en) zu bewerben?
- Haben Sie die vom Aktionsbündnis bereitgestellten Download-Materialien zur Bewerbung Ihrer Veranstaltung(en) genutzt?
- Warum haben Sie bisher noch nicht an der bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit teilgenommen?
- Haben Sie Interesse, während der diesjährigen bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ Veranstaltungen durchzuführen? (Ggf. Warum haben Sie kein Interesse, an der diesjährigen bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit teilzunehmen?)
- Welche Art von Unterstützung durch das Aktionsbündnis zur Planung und Bewerbung Ihrer Veranstaltung(en) möchten Sie nutzen?
- Haben Sie weitere Vorschläge und Wünsche bezüglich der Planung und Durchführung von Veranstaltungen im Rahmen der Woche der Seelischen Gesundheit?

Die Beantwortung basierte auf der freiwilligen Teilnahme. Die Teilnehmenden waren nicht verpflichtet, jede Frage zu beantworten. Es bestand die Möglichkeit, einzelne Fragen zu überspringen. Die Auswertung der Ausgangsanalyse befindet sich in Kapitel 7 Punkt 7.1–7.2.

### **5.3 Evaluation der durchgeführten Maßnahmen**

Parallel zur Ausarbeitung der verschiedenen Maßnahmen wurden Indikatoren festgelegt, durch welche die jeweilige Zielerreichung quantitativ gemessen werden konnte. Folgende Key Performance Indicators (KPI) wurden diesbezüglich integriert:

- Anzahl teilnehmender Akteurinnen und Akteure an der bundesweiten Aktionswoche
- Anzahl relevanter Print-Medienartikel regional und bundesweit sowie Online-Artikel
- Anzahl relevanter Social-Media-Beiträge sowie -Interaktionen
- Sichtbarkeit der entwickelten Werbematerialien im öffentlichen Raum
- Webseiten-Aufrufe
- Anzahl der angemeldeten Veranstaltungen im zentralen Online-Veranstaltungskalender
- Klicks der Expertinnen- und Experteninterviews
- Teilnehmendenzahl an der Auftaktveranstaltung vor Ort und online im Livestream

Nach Beendigung der bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit wurde in Zusammenarbeit mit einer Presseservice-Agentur eine Medienanalyse erstellt und ermittelt, inwiefern die Zielsetzung hinsichtlich der KPI erreicht wurde.

## 6 Durchführung

### 6.1 Arbeits- und Zeitplan

Die vorgesehenen Arbeitspakete wurden innerhalb des geplanten Projektzeitraumes ohne zeitliche Abweichungen (Abschlussbericht ausgenommen) umgesetzt:

<b>Quartal 1/2021</b>	<b>Arbeitspaket 1</b>
Januar bis März	Ausgangsanalyse: Erfassung der Beteiligung an den Aktionswochen 2019/2020, Umfrage zur Beteiligung und Erfassung der gewünschten Maßnahmen
<b>Quartal 2/2021</b>	<b>Arbeitspaket 2</b>
April bis Juni	Entwicklung der Maßnahmen (analoge und digitale Werbematerialien, Webseite), Entwicklung Kommunikationsstrategie, Aufrufe zur Beteiligung
<b>Quartal 3/2021</b>	<b>Arbeitspaket 3</b>
Juli bis September	Produktion der analogen und digitalen Werbemittel, Umsetzung des PR-Fahrplans, Betreuung der Webseite und des Online-Veranstaltungskalenders, Kommunikation mit den Veranstalterinnen und Veranstaltern, Planung der Auftaktveranstaltung
<b>Quartal 4/2021</b>	<b>Arbeitspaket 4</b>
Oktober bis Dezember	Durchführung der Auftaktveranstaltung, Evaluation mit Medienresonanz, Abschlussphase mit Abschlussbericht (2022)

Tabelle 2: Arbeitspakete und Projektzeitraum

### 6.2 Meilensteine

Die Meilensteine wurden innerhalb des Projektzeitraums wie geplant umgesetzt:

- Meilenstein 1: Ausgangsanalyse: Erfassung regionaler Beteiligung an der Aktionswoche 2019/2020, Abfrage von Wünschen nach Materialien sowie zukünftiger Unterstützung durch das Aktionsbündnis
- Meilenstein 2: Entwicklung Werbematerialien: Gestaltung von Logo, Motiv, Titel und Slogan, Produktion klassische Werbematerialien (Plakate, Postkarten) und digitale Werbemaßnahmen (Social-Media-Motive)
- Meilenstein 3: Relaunch der ABSG-Webseite mit optimiertem Online-Veranstaltungskalender und Download-Bereich für digitale Werbeelemente
- Meilenstein 4: Erfassung von im Bündnis vorhandener Informations- und Hilfsangebote in Absprache mit den Kooperationspartnerinnen und -partnern zur Bereitstellung auf der ABSG-Webseite, Erstellung einer praktischen Anleitung zur Planung und Durchführung digitaler Angebote, Produktion Expertinnen- und Experteninterviews

- Meilenstein 5: Entwicklung und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie, Werbemaßnahmen und Pressekonzept: Klassische PR (Print- und Online Medienberichte, Radio und TV-Beiträge), Social-Media-Kampagne
- Meilenstein 6: Aufrufe zur Beteiligung an der Aktionswoche an bundesweite Akteurinnen und Akteure über Pressemitteilungen und Newsletter
- Meilenstein 7: Versand und Verteilung von Werbemitteln: Plakate, Postkarten
- Meilenstein 8: Betreuung der Webseite und des Online-Veranstaltungskalenders
- Meilenstein 9: Planung und Umsetzung einer zentralen Auftaktveranstaltung in Berlin und online im Livestream
- Meilenstein 10: Evaluation mit anschließendem Abschlussbericht

Auf die Einrichtung einer Datenbank zur Vermittlung von Expertinnen und Experten sowie Fachleuten an Akteurinnen und Akteure der Aktionswoche und an das erweiterte Netzwerk des Aktionsbündnisses wurde aus den folgenden Gründen verzichtet: In der Online-Umfrage zeigten nur 16 % der Befragten Interesse an einer Expertinnen- und Expertendatenbank. Außerdem stellte sich im Laufe des Projektes heraus, dass es hilfreicher und sinnvoller ist, Interessierte persönlich bei der Auswahl eines passenden Experten oder Expertin zu beraten und die Erfahrung des Aktionsbündnisses als Koordinator zu nutzen. So konnten die Akteurinnen und Akteure direkt mit Fachleuten für Präsenz-Veranstaltungen (Vorträge, Panel-Talks, etc.) sowie für Online-Projekte (Interview-Videos, Podcasts, etc.) in Kontakt gebracht werden. Außerdem fand die Vernetzung der Akteurinnen und Akteure untereinander durch die Einrichtung eines Video-Roundtables statt, bei dem der persönliche Austausch von Erfahrungen bei der Organisation von Aktionswochen gefördert wurde.

## 7 Ergebnisse

### 7.1 Ausgangsanalyse

Mithilfe einer Ausgangsanalyse auf Basis von teilnehmenden Akteurinnen und Akteuren der Aktionswochen 2019 und 2020 konnten die Anzahl der Veranstalterinnen und Veranstalter pro Bundesland und somit aktive und weniger aktive Regionen bestimmt werden. Die Zahlen beziehen sich auf die im Online-Kalender erfassten Akteurinnen und Akteure.

Die Region Nordrhein-Westfalen war mit 18 Veranstalterinnen und Veranstaltern während der bundesweiten Aktionswochen 2019 und 2020 am stärksten vertreten (Tabelle 3). Baden-Württemberg und Bayern blieben in beiden Jahren veranstalterstark, obwohl die Anzahl 2020 um drei bzw. vier Akteurinnen und Akteure abnahm. Sachsen und Schleswig-Holstein sind zur Aktionswoche 2020 jeweils um zwei Veranstalterinnen und Veranstalter gewachsen. Veranstaltungsschwache Regionen waren Hamburg, Saarland, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit jeweils einer Veranstalterin / einem Veranstalter in beiden Jahren. Trotz der Corona-Pandemie im Jahr 2020 und den damit einhergehenden Lockdowns konnte die Aktionswoche 60 Veranstalterinnen und Veranstalter bundesweit aktivieren und wies nur einen leichten Rückgang von 15 Veranstalterinnen und Veranstaltern im Vergleich zum Vorjahr auf.

Bundesländer	Anzahl 2019	Anzahl 2020
Baden-Württemberg	11	8 (- 3)
Bayern	12	8 (- 4)
Brandenburg	7	5 (- 2)
Bremen	1	0 (- 1)
Hamburg	1	1
Hessen	7	3 (- 4)
Mecklenburg-Vorpommern	2	2
Niedersachsen	2	2
Nordrhein-Westfalen	18	18
Rheinland-Pfalz	6	1 (- 5)
Saarland	1	1
Sachsen	4	6 (+ 2)
Sachsen-Anhalt	1	1
Schleswig-Holstein	1	3 (+ 2)
Thüringen	1	1

Tabelle 3: Anzahl der Veranstalterinnen und Veranstalter 2019 und 2020 nach Bundesland

Auf Basis der regionalen Verteilung wurden Bündnis- sowie Kooperationspartnerinnen und -partner in den veranstaltungsarmen Bundesländern, die bis dato noch nicht an der bundesweiten Aktionswoche teilgenommen hatten, kontaktiert, um diese gezielt auf die Aktionswoche aufmerksam zu machen und für eine Teilnahme mit eigenen Veranstaltungen zu motivieren.

Folgende Bündnispartnerinnen und -partner wurden diesbezüglich kontaktiert:

- Mut-Tour (Bremen)
- Deutsche Gesellschaft Zwangserkrankungen e. V. (Hamburg)
- Deutsche Gesellschaft für Bipolare Störungen e.V. (Hessen)
- The Ocean In Your Mind e. V. (Hessen)
- Netzwerk „Suizidprävention und Seelische Gesundheit“ Landkreis Vorpommern-Greifswald (Mecklenburg-Vorpommern)
- Anker Sozialarbeit gemeinnützige GmbH (Mecklenburg-Vorpommern)
- Ex-In Deutschland e. V. (Niedersachsen)
- Bundesarbeitsgemeinschaft Rehabilitation psychisch kranker Menschen (Niedersachsen)
- Berufsverband für Kinder- und Jugendpsychiatrie, Psychosomatik und Psychotherapie in Deutschland e. V. (Rheinland-Pfalz)
- Juvenus e. V. (Rheinland-Pfalz)
- Zentrum für Soziale Psychiatrie in Salzwedel (Sachsen-Anhalt)
- Verein für Integration e. V. (Schleswig-Holstein)

Im nächsten Schritt wurden im Rahmen einer umfassenden Recherche folgende Bündnis- sowie Kooperationspartnerinnen und -partner sowie bundesweite Akteurinnen und Akteure im Kontext des Themas „Seelische Gesundheit in der Familie“ in Vorbereitung der Veröffentlichung relevanter Hilfs- und Beratungsangebote auf der ABSG-Webseite erfasst:

- ADHS Deutschland e. V.: Infos und Hilfestellungen für Eltern von ADHS-betroffenen Kindern
- Aktion Kinder- und Jugendschutz Brandenburg e. V.
- AMSOC e. V.: Patenschaften für Kinder psychisch erkrankter Eltern

- Berufsverband für Kinder- und Jugendpsychiatrie, Psychosomatik und Psychotherapie in Deutschland e. V. (BKJPP)
- Bundesverband der Angehörigen psychisch erkrankter Menschen e. V.: Geschwisternetzwerk
- Bürgeramt Pankow von Berlin, Psychiatriekoordination: AG Kinder psychisch erkrankter Eltern
- Dachverband Gemeindepsychiatrie: Leuchtturmprojekte und „Kindermap! Hilfe für Kinder“
- „Das Boot“ Wismar e. V.: Tagesstätte „Zur Mühle“ Warin, Hilfen für Kinder aus psychisch belasteten Familien
- Deutsche Kinderhilfe – Die ständige Kindervertretung e. V.
- Deutsche Liga für das Kind in Familie und Gesellschaft (Initiative gegen frühkindliche Deprivation) e. V.
- Irrsinnig Menschlich e. V.: Projekt „Verrückt? Na und!“
- Jugendnotmail.Berlin
- Kinder- und Jugendpsychiatrie des LMU Klinikums München: Projekt „Corona und Du“
- Vivantes Klinikum Am Urban, Kliniken für Psychiatrie, Psychotherapie mit FRITZ & Soulspace
- Kopfsachen e. V.
- Krisenchat.de
- NACOA Deutschland – Interessenvertretung für Kinder aus Suchtfamilien e. V.
- NAKOS – Junge Selbsthilfe
- Nummer gegen Kummer e. V.
- On the Move e. V.: Erste-Hilfe-Kurs für die Seele
- Psychiatrie in Bewegung e. V.
- Verband alleinerziehender Mütter und Väter, Bundesverband e. V.
- Verband Familienarbeit e. V.
- Zentralinstitut für Seelische Gesundheit: Stark im Sturm

## 7.2 Online-Umfrage

In einer Online-Umfrage wurden Bündnis-, Kooperationspartnerinnen und -partner sowie Veranstalterinnen und Veranstalter vergangener Aktionswochen sowie psychosoziale Beratungs- und Hilfsprojekte aus dem Familienkontext befragt.

Ziel war es, das allgemeine Interesse an einer Teilnahme zur Aktionswoche 2021 zu erfragen, sowie die Art der Unterstützung für die Umsetzung und Bewerbung von Veranstaltungen zu evaluieren. Gleichzeitig sollte mit der Umfrage auf die Aktionswoche 2021 aufmerksam gemacht werden, um möglichst viele Organisationen sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren und Fachleute zu gewinnen, um bestehende Angebote noch bekannter zu machen und Betroffenen, Angehörigen und Interessierten den Zugang zu wichtigen Hilfsangeboten zu vereinfachen.

Innerhalb der dreiwöchigen Laufzeit (10. bis 31. März 2021) haben 233 Organisationen an der Online-Umfrage teilgenommen. Folgende Ergebnisse konnten wie folgt zusammengefasst werden:

Von den befragten 233 Organisationen gaben 139 (61 %) an, dass sie schon einmal an der bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit als Veranstalterin oder Veranstalter von Präsenz- oder Online-Veranstaltungen teilgenommen haben. 88 Organisationen (39 %) haben bislang noch nicht als Veranstalterin oder Veranstalter an der Aktionswoche teilgenommen (Abbildung 1). Insgesamt beantworteten 227 Umfrageteilnehmende (97 %) die Frage. 6 der befragten Organisationen (3 %) machten wiederum keine Angabe.

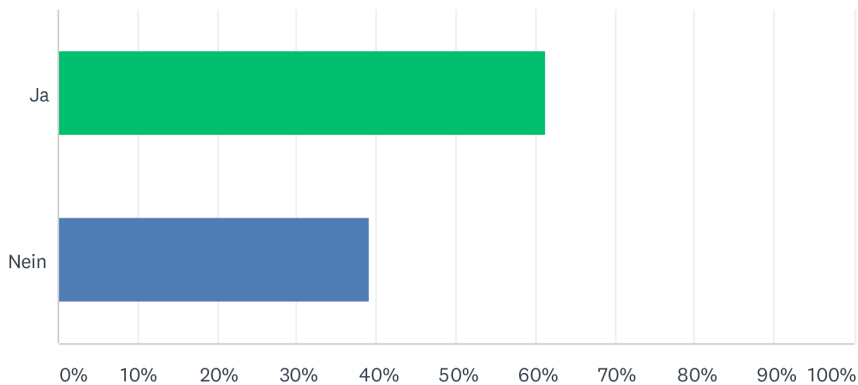


Abbildung 1: Veranstalterinnen und Veranstalter bisheriger Aktionswochen (Grün)

Von den Organisationen, die schon einmal an der bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit als Veranstalterin und Veranstalter von Präsenz- oder Online-Veranstaltungen teilgenommen haben, bewarben 80 Akteurinnen und Akteure (68 %) ihre Veranstaltungen über eigene Webseiten, 57 (48 %) setzten Plakate ein, und fast genauso viele Akteurinnen und Akteure (54; 46 %) nutzten Flyer. 45 Organisationen (38 %) machten von sozialen Netzwerken Gebrauch, und 34 Organisationen (29 %) nutzten öffentliche Veranstaltungskalender (Abbildung 2). Die Frage wurde von 118 Umfrageteilnehmende (51 %) beantwortet.

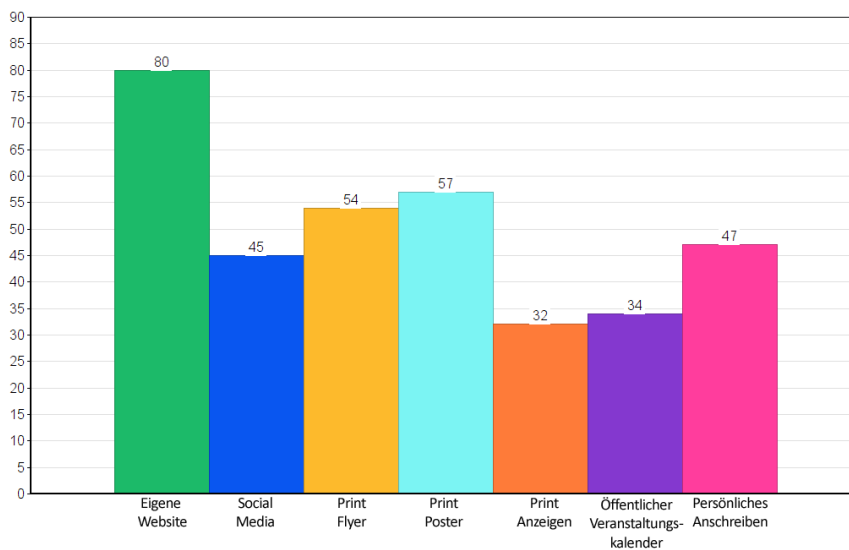


Abbildung 2: Bisherige Nutzung der Werbematerialien



42 Akteurinnen und Akteure (48 %) haben digitale Werbematerialien zur Aktionswoche im Download-Bereich auf der ABSG-Webseite heruntergeladen und zur Bewerbung der eigenen Veranstaltungen genutzt (Abbildung 3). Die Frage wurde von 87 Umfrageteilnehmenden (47 %) beantwortet.

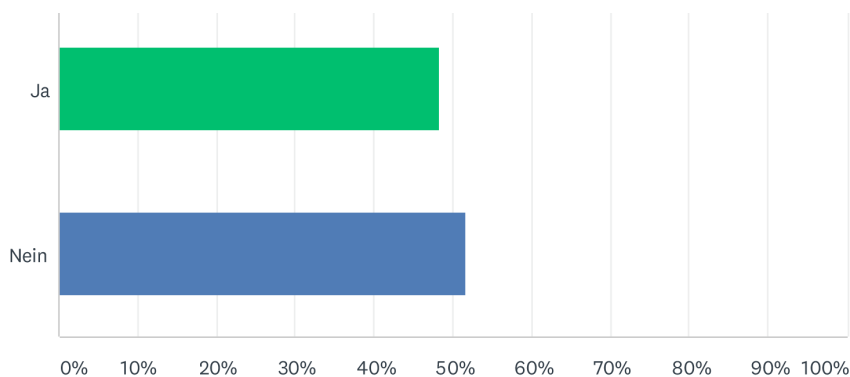


Abbildung 3: Nutzung des Download-Bereiches (Grün)

Von den Organisationen, die noch nicht an der Aktionswoche teilgenommen hatten, gaben 31 (44 %,.) an, dass ihnen keine ausreichenden Ressourcen wie finanzielle und personelle Mittel zur Verfügung standen, um eigene Veranstaltungen planen und durchführen zu können. Außerdem gaben 27 Befragte (38 %) an, dass ihnen die Woche der Seelischen Gesundheit bis dato unbekannt gewesen sei (Abbildung 4). Insgesamt beantworteten 70 Umfrageteilnehmende (30 %) die Frage.

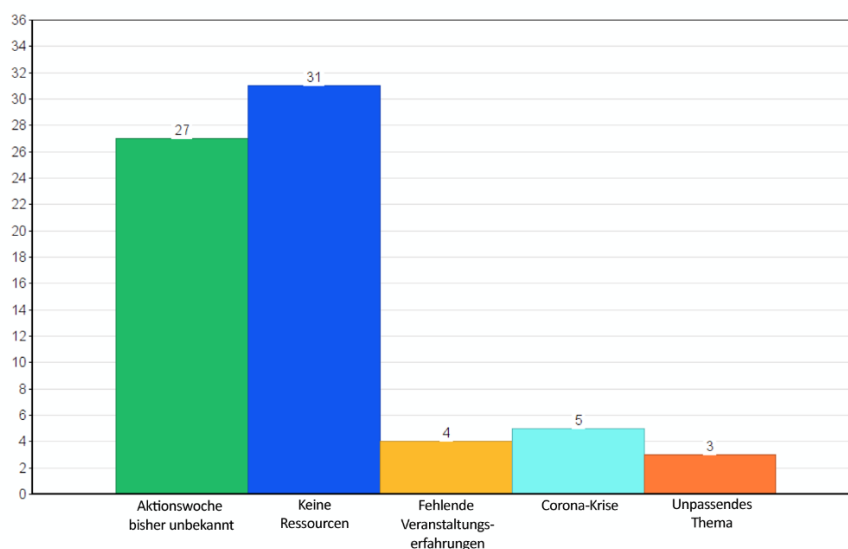


Abbildung 4: Gründe einer bisherigen Nicht-Teilnahme an der Aktionswoche

64 Organisationen (38 %) zeigten Interesse, an der bundesweiten Aktionswoche 2021 zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ mit einer Präsenz- oder Online-Veranstaltung teilzunehmen, 83 Organisationen (50 %) gaben an, diesbezüglich noch unsicher zu sein (Abbildung 5). Die Frage wurde von insgesamt 167 Umfrageteilnehmende (72 %) beantwortet.

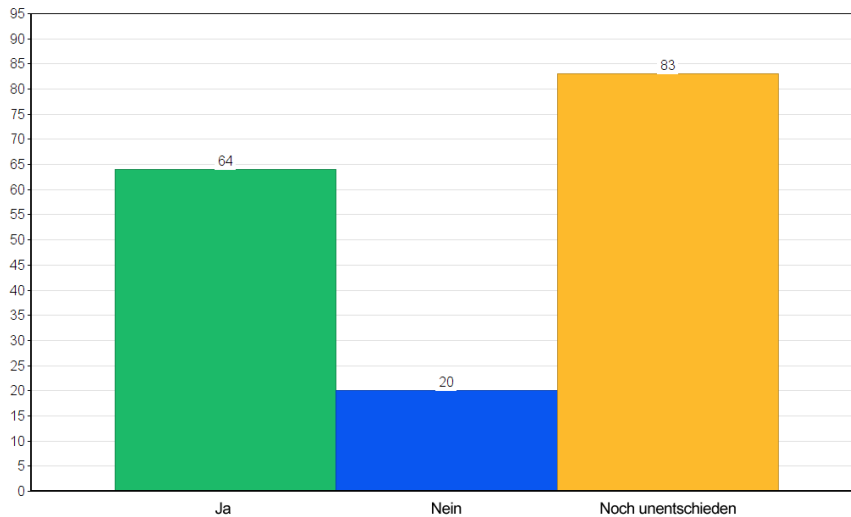


Abbildung 5: Interesse an einer Teilnahme zur Aktionswoche 2021

Abbildung 6 zeigt, dass 83 Akteurinnen und Akteure (78 %) interessiert waren, vom ABSG zur Verfügung gestelltes Informationsmaterial zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ zu nutzen. 78 Organisationen (74 %) planten, Ihre Veranstaltungen im öffentlichen Online-Veranstaltungskalender auf der ABSG-Webseite zu veröffentlichen. 80 Organisationen (75 %) zeigten Interesse, Werbeelemente im Download-Bereich der ABSG-Webseite zur Bewerbung von Veranstaltungen zu nutzen. 66 Teilnehmende (62 %) wünschten sich Print-Werbemittel wie Flyer und Plakate, und 17 Akteurinnen und Akteure (16 %) waren an einer Expertinnen- und Expertendatenbank interessiert. 106 Teilnehmende (45 %) beantworteten die Frage.

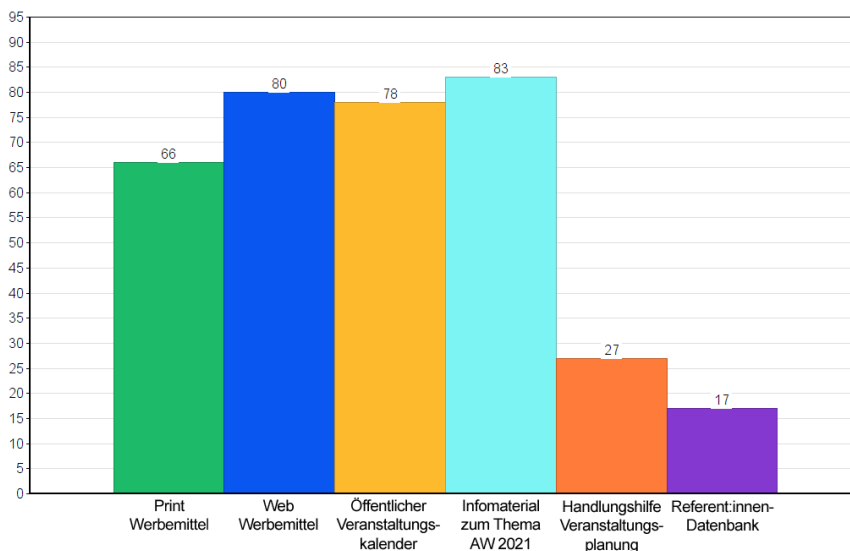


Abbildung 6: Auswahl der gewünschten Werbematerialien für die Aktionswoche 2021

Qualitativ konnten die Teilnehmenden angeben, welche Ideen und Wünsche sie bezüglich der Aktionswoche 2021 haben:

- Ausbau Bewerbung in öffentlichen und psychosozialen Einrichtungen
- Ausbau regionale Netzwerke
- Ausbau überregionale Medienpräsenz
- Ausbau Social-Media-Bewerbung
- Arbeitskreise und Unterstützung für Veranstaltungsorganisation
- Finanzielle Zuschüsse
- Frühzeitige Bekanntgabe des Themas
- Plattform aller bundesweiten Angebote und Aktivitäten

### 7.3 Werbematerialien und Kommunikationselemente

Basierend auf der Ausgangsanalyse und den Ergebnissen der Online-Umfrage wurden die verschiedenen Elemente zur Bewerbung von Veranstaltungen sowie unterstützende Maßnahmen entwickelt. Ein besonderer Fokus lag dabei auf der Veröffentlichung der Hilfs- und Beratungsangebote für von psychosozialen Krisen betroffene Familien auf der ABSG-Webseite.

Als konkrete Maßnahme wurde zu Projektbeginn die Entwicklung von einheitlichen, kostenfreien Werbematerialien und Kommunikationselementen für die Akteurinnen und Akteure der bundesweiten Aktionswoche zum Thema „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“ festgelegt. Gemeinsam mit der Branding-Agentur wurden die bisherigen Logos des Aktionsbündnisses und der Woche der Seelischen Gesundheit überarbeitet, ein öffentlichkeitswirksamer Titel/Slogan sowie ein bildstarkes Keyvisual für das Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ entwickelt. Die Materialien sollten sowohl für die klassische Werbung (Anzeigen, Postkarten, Plakate) als auch für die Online-Bewerbung (Web-Banner, E-Mail-Abbilder, Social-Media-Beitragsbilder) nutzbar sein.

Die Logos des Aktionsbündnisses Seelische Gesundheit und der Woche der Seelischen Gesundheit wurden in ihrem Erscheinungsbild modernisiert, visuell harmonisiert und durch die zeitgemäße 3D-Optik für den Einsatz in den verschiedenen Medien optimiert. Die frühere visuelle Unterscheidung zwischen der Berliner und der bundesweiten Aktionswoche wurde aufgehoben und das Logo für den bundesweiten Einsatz und einen besseren Wiedererkennungswert vereinheitlicht (Abbildung 7).



*Abbildung 7: Neugestaltete Logos des ABSG und der Woche der seelischen Gesundheit*

Parallel dazu erfolgte gemeinsam mit einer Berliner Werbeagentur die Entwicklung eines bildstarken Keyvisuals und eines werbewirksamen Mottos für die Aktionswoche 2021. Ausgewählt wurde der Slogan „Gemeinsam über den Berg – Seelische Gesundheit in der Familie“. Damit sollte verdeutlicht werden, dass die Corona-Pandemie eine große Belastungsprobe für Familien darstellt, die berufliche und familiäre Anforderungen mit den zahlreichen Einschränkungen des Alltags insbesondere während der Lockdown-Phasen (Home-Schooling, Home-Office, Kontaktbeschränkungen, etc.) vereinbaren mussten. Diese Herausforderungen sind mit einem steilen Bergaufstieg zu vergleichen, der nur in einer gemeinsamen Kraftanstrengung zu bewältigen ist. Diese starke und klar nachvollziehbare Visualisierung des Themas in einer zeitgemäßen Scherenschnittoptik war für alle Werbemaßnahmen on- und offline sehr gut einsetzbar und stieß mit ihrer farbenfrohen und positiven Bildsprache bei der Zielgruppe auf hohe Zustimmungswerte (Abbildung 8).



Abbildung 8: Keyvisual und Slogan

Das Keyvisual mit den aktualisierten Logos wurde für die verschiedenen Kommunikationskanäle der klassischen sowie der Online-Bewerbung jeweils angepasst und modifiziert (Abbildungen 9 bis 12).



Abbildung 9: E-Mail-Abbinde



Abbildung 10: Plakatmotiv



Abbildung 11: Instagram-Story



Abbildung 12: Social-Media-Beitragsbild

Um das Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ auch in einem breiteren gesellschaftlichen Kontext außerhalb klassischer Familienstrukturen abzubilden und Familien mit alleinerziehenden Elternteilen, queere Modelle sowie ältere Generationen zu integrieren, wurden fünf zusätzliche Kampagnenmotive mit passenden Slogans entwickelt (Abbildungen 13 bis 17). Gleichzeitig wurde dadurch auf die spezifischen Herausforderungen der Corona-Kontaktbeschränkungen aufmerksam gemacht. Diese Motive wurden vor allem im Rahmen der Social-Media-Kampagne eingesetzt und verbreitet.



Abbildung 13: Kampagnenmotiv 1



Abbildung 14: Kampagnenmotiv 2



Abbildung 15: Kampagnenmotiv 3



Abbildung 16: Kampagnenmotiv 4



Abbildung 17: Kampagnenmotiv 5

## 7.4 Nutzerfreundliche Web-Plattform

### 7.4.1 Relaunch der ABSG-Webseite

Parallel zur Entwicklung der neuen Logos und der einheitlichen Werbemittel wurden mit Unterstützung der Branding-Agentur die Webseite des Aktionsbündnisses Seelische Gesundheit und die Unterseite der Woche der Seelischen Gesundheit überarbeitet, modernisiert und neugestaltet. Die früher getrennten URL-Adressen des ABSG und der Aktionswoche wurden zur besseren Auffindbarkeit im Internet vereinheitlicht und unter der URL [www.seelischegesundheit.net](http://www.seelischegesundheit.net) zusammengefasst.

Großer Wert wurde auf eine frische, zeitgemäße Gestaltungslinie gelegt und das Design der veralteten Webseiten visuell ins Hier und Jetzt gebracht. Ziel war es, mit der neuen Webseite eine positive Außenwirkung zu erzeugen, die alle Interessierten einlädt, sich mit den vielfältigen Themen und Angeboten sowohl des Aktionsbündnisses als auch der Aktionswoche auseinanderzusetzen. Die Beratungsangebote der Selbsthilfeorganisationen und Fachleute sollten mit einem modernen Design auch optisch aus der psychosozialen Nische in die Mitte der Gesellschaft gebracht werden. Dies ist mit dem neuen Look gelungen, der aktuell und gleichzeitig ruhig und zeitlos wirkt (Abbildungen 18 und 19). Parallel zur grafischen Neugestaltung der Webseite ging auch eine inhaltliche Überarbeitung sowie die Aktualisierung des technischen CMS-Systems (WordPress) einher.

Die Unterseite der Woche der Seelischen Gesundheit wurde in dem Zeitraum vom 1. bis 31. Oktober 2021 insgesamt 26.284 Mal aufgerufen.



Abbildung 18: Landingpage der ABSG-Webseite



## Woche der Seelischen Gesundheit

Vom **08. bis 18. Oktober 2021** steht die bundesweite Aktionswoche unter dem Motto „Gemeinsam über den Berg – Seelische Gesundheit in der Familie“.

Ob Vortrag, Workshop oder Schnupperkurs – jetzt informieren oder eine Veranstaltung anmelden.

Mehr erfahren → Jetzt spenden →

Abbildung 19: Unterseite der Woche der Seelischen Gesundheit

### 7.4.2 Optimierter Online-Veranstaltungskalender

Im Rahmen des Webseiten-Relaunches wurde auch der bundesweite Online-Veranstaltungskalender überarbeitet und in eine nutzerfreundliche Web-Plattform umgewandelt (Abbildung 20). Userinnen und User haben die Möglichkeit, den Kalender nach einzelnen Daten, Orten und Veranstaltungsformaten zu durchsuchen (Abbildung 21). Darüber hinaus ist eine Stichwortsuche integriert. Die einzelnen Veranstaltungen können angeklickt und geöffnet werden, sodass Interessierte ausführliche Informationen einholen können (Abbildung 22). Außerdem können Veranstaltungen in externe Kalender exportiert werden. Der Zugang zum Veranstaltungskalender ist über einen eigenen Menüpunkt der ABSG-Webseite gewährt:

[www.seelischegesundheit.net/aktionen/aktionswoche/veranstaltungen/](http://www.seelischegesundheit.net/aktionen/aktionswoche/veranstaltungen/)

Datum	Titel	Veranstaltungsort	Veranstaltungsart	Veranstalter	Ort
08.10.2021	Eine ganz normale Familie – wie Normen, Ansprüche und Erwartungen krank machen	online	Workshop	Vivantes Humboldt-Klinikum, Department für Seelische Gesundheit	
12.10.2021	Das Unterbringungsverfahren nach PsychKG – Wege und Herausforderungen für Betroffene und Familien	online	Vortrag mit Diskussion	Vivantes Humboldt-Klinikum, Department für Seelische Gesundheit	
12.10.2021	Amphetaminabhängigkeit bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen	online	Vortrag mit Diskussion	Vivantes Humboldt-Klinikum, Department für Seelische Gesundheit	
14.10.2021	Gesetzliche Betreuung – Wissenswertes im Überblick	Vivantes Humboldt-Klinikum   Tagesklinik, Raum 111   Am Nordgraben 2   13509 Berlin	Informationsveranstaltung	Vivantes Humboldt-Klinikum, Department für Seelische Gesundheit	Berlin Reinickendorf
15.10.2021	Familienmedizinische Angebote des Ambulatoriums Seelische Gesundheit	Ambulatorium Seelische Gesundheit   Waldstr. 86-90   13403 Berlin	Tag der offenen Tür	Vivantes Humboldt-Klinikum, Department für Seelische Gesundheit	Berlin Reinickendorf

Abbildung 20: Übersichtsseite des Online-Veranstaltungskalenders

Stadt/Stadtteil wählen ... ↓

Veranstaltungsort wählen ... ↓

Veranstaltungsart wählen ... ↓

Veranstalter wählen ... ↓

Abbildung 21: Suchfunktionen des Online-Veranstaltungskalenders

Dieses kostenlose Webinar richtet sich an Eltern von Kindern im Alter von 2 bis 12 Jahren.

Wir stellen Ihnen Wege vor, Ihr Kind beim Bewältigen starker Gefühle zu unterstützen. Dabei geht es zum Beispiel um das Erkennen und angemessene Ausdrücken von Gefühlen, um eine positive Grundhaltung, Bewältigungsstrategien und den Umgang mit unangenehmen Gefühlen und belastenden Ereignissen.

Es wird Gelegenheit geben, Fragen zu stellen und Antworten zu bekommen. Wir freuen uns auf Sie!

[Link zum Flyer →](#)

[Link zur Veranstaltung →](#)

### Abbildung 22: Detailseite des Online-Veranstaltungskalenders

Der Online-Veranstaltungskalender wurde im Zeitraum vom 1. bis 31. Oktober 2021 insgesamt 18.913 Mal aufgerufen.

2021 wurden bundesweit 335 Veranstaltungen von 160 Akteurinnen und Akteuren im Online-Veranstaltungskalender zur Aktionswoche 2021 angemeldet und veröffentlicht. Das sind 100 Veranstalterinnen und Veranstalter mehr im Vergleich zum Vorjahr. Darüber hinaus wurden ca. 300 Veranstaltungen der Aktionswochen in München und Köln/Bonn in eigenen Online-Kalendern angemeldet und veröffentlicht.

Den größten Zuwachs von 31 Veranstalterinnen und Veranstaltern im Jahr 2021 konnte Bayern mit insgesamt 39 Akteurinnen und Akteuren verzeichnen, gefolgt von Nordrhein-Westfalen mit einer Steigerung um 15 Veranstalterinnen und Veranstaltern und insgesamt 33 Akteurinnen und Akteuren. Auch Brandenburg und Sachsen haben jeweils 10 Veranstalterinnen und Veranstalter dazugewonnen (Tabelle 4). Bis auf die veranstaltungsschwachen Regionen wie Bremen, Saarland und Sachsen-Anhalt konnte in jedem Bundesland ein Anstieg an Veranstalterinnen und Veranstaltern verzeichnet werden.

Bundesländer	Anzahl 2020	Anzahl 2021
Baden-Württemberg	8	14 (+ 6)
Bayern	8	39 (+ 31)
Brandenburg	5	15 (+ 10)
Bremen	0	0
Hamburg	1	6 (+ 5)
Hessen	3	9 (+ 6)
Mecklenburg-Vorpommern	2	4 (+ 2)
Niedersachsen	2	5 (+ 3)
Nordrhein-Westfalen	18	33 (+ 15)
Rheinland-Pfalz	1	7 (+ 6)
Saarland	1	1
Sachsen	6	16 (+ 10)
Sachsen-Anhalt	1	1
Schleswig-Holstein	3	3
Thüringen	1	7 (+ 6)

Tabelle 4: Anzahl der Veranstalterinnen und Veranstalter 2020 und 2021 nach Bundesland



### 7.4.3 Download-Bereich

Der nutzerfreundliche Ausbau der Aktionswochen-Webseite beinhaltet auch die Erweiterung des Download-Bereichs, der ebenfalls auf einer eigenen Unterseite integriert ist:

[www.seelischegesundheit.net/aktionen/aktionswoche/downloads/](http://www.seelischegesundheit.net/aktionen/aktionswoche/downloads/).

Die Akteurinnen und Akteure der Aktionswoche, öffentliche Einrichtungen, Medienschaffende und Pressestellen können dort sämtliche Materialien zur Bewerbung der bundesweiten Aktionswoche sowie eigener Veranstaltungen nutzen und digitale Werbeelemente sowie Druckvorlagen für analoge Postkarten und Plakate herunterladen.



Abbildung 23: Download-Bereich Keyvisual



Abbildung 24: Download-Bereich Kampagnenmotiv

### 7.4.4 Zielgruppengerechte Informationsmaterialien und Handlungshilfen

Ein weiterer inhaltlicher Fokus des Projektes lag auf der Bereitstellung und Veröffentlichung relevanter Hintergrundinformationen zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ sowie auf praktischen Handlungshilfen zur Planung und Durchführung von Präsenz- und Online-Veranstaltungen auf der ABSG-Webseite.

Nach einer umfassenden Recherche im Rahmen der Ausgangsanalyse und der Erfassung der im Bündnis und Netzwerk bereits vorhandenen Hilfsangebote und Informationsmaterialien zum Thema wurde eine Auswahl wichtiger Projekte und Angebote auf der ABSG-Webseite zur Verfügung gestellt (Abbildung 25). Diese sind auch über den Zeitraum der Aktionswoche 2021 hinweg dauerhaft über die Unterseite der Aktionswoche abrufbar und mit direkten Verlinkungen zu den jeweiligen Angeboten versehen:

- [Leuchtturmprojekte, Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V.](#)
- [Kindermap! Hilfe für Kinder und Factsheets, Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V.](#)
- [Rat für Familien und Freunde, BApK e. V.](#)
- [Geschwisternetzwerk, BApK e. V.](#)
- [Verrückt? Na und!., Irrsinnig menschlich e. V.](#)
- [Bundesweite Datenbank, BKJPP e. V.](#)
- [Familie Löwenmut, Resilienzprojekt](#)
- [Hilfen für Familien, Deutsche Gesellschaft für Psychologie](#)
- [Stark im Sturm, Zentralinstitut für Seelische Gesundheit](#)
- [Ich-Bin-Alles, LMU Klinikum München in Partnerschaft mit der Beisheim Stiftung](#)
- [Corona & Du, LMU Klinikum München in Partnerschaft mit der Beisheim Stiftung](#)
- [Familien unter Druck](#)
- [Infomaterial für Familien, ADHS Deutschland e. V.](#)
- [Stiftung Achtung Kinderseelen](#)
- [Müttergenesungswerk](#)
- [Jugendnotmail](#)
- [Elterntelefon Berlin und Brandenburg, Diakonie Berlin-Brandenburg](#)
- [Leben, Lieben, Pflegen – der Podcast zu Demenz und Familie, Desideria Care e. V.](#)

## Hilfs- und Beratungsangebote für Familien

### **Leuchtturmprojekte | Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V.**

Interdisziplinäres Netzwerk an Hilfsangeboten und Aktivitäten zur Unterstützung von Familien mit einem psychisch erkrankten Elternteil

### **Kindermap! Hilfe für Kinder | Factsheets | Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V.**

Hinweise für Kinder und ihre seelisch erkrankten Eltern: Informationen erhalten, Krankheitsbilder verstehen, Hilfe finden

### **Rat für Familien und Freunde | BApK e. V.**

Selbsthilfenetz Psychiatrie, Seelefon und Seminare für Menschen mit psychischen Erkrankungen und deren Angehörige

### **Geschwisternetzwerk | BApK e. V.**

Forum zum Erfahrungsaustausch, Aufbau von Geschwistergruppen und Entwicklung von Selbsthilfestrukturen für Kinder mit psychisch erkrankten Geschwistern

## *Abbildung 25: Auswahl relevanter Handlungshilfen inkl. Verlinkungen*

Außerdem wurde eine Liste relevanter Kinder-, Jugend- und Ratgeber-Literatur mit wissenswerten Informationen zusammengestellt, um diese für Betroffene und Interessierte zur Verfügung zu stellen (Abbildung 26). Diese sind auch über den Zeitraum der Aktionswoche 2021 hinaus dauerhaft über die Unterseite der Aktionswoche abrufbar und mit direkten Verlinkungen zu den jeweiligen Angeboten versehen:

- [Papas schwarze Löcher, Hannah-Marie Heine mit Illustrationen von Heribert Schulmeyer](#)
- [Der beste Vater der Welt, Kerstin Trostmann mit Illustrationen von Rolf Jahn](#)
- [Mamas Monster, Erdmute von Mosch](#)
- [HopeLit, Claudia Gliemann u. a.](#)

- [Lieber Papa, bist du jetzt verrückt?, Katja und Uwe Hauck](#)
- [Wenn deine Mutter oder dein Vater psychische Probleme hat..., Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V.](#)
- [Wahnsinnig nah, Bundesverband der Angehörigen psychisch erkrankter Menschen e. V.](#)
- [Außen zart. Innen stark. Was Kinderseelen gut tut, Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V.](#)

#### Bücherliste zum Thema Seelische Gesundheit in der Familie

**Papas schwarze Löcher | Hannah-Marie Heine mit Illustrationen von Heribert Schulmeyer**

Das Buch handelt von der depressiven Störung eines Vaters erzählt aus der Perspektive von Lili, seiner Tochter. Für Kinder ab sechs Jahren

**Der beste Vater der Welt | Kerstin Trostmann mit Illustrationen von Rolf Jahn**

Nicks Vater ist plötzlich ganz komisch, doch auf der Suche nach Unterstützung findet seine Familie Hilfe. Für Kinder im Alter zwischen 3 und 7 Jahren

**Mamas Monster | Erdmute von Mosch**

Ein Bilderbuch, das Eltern, Großeltern und Erzieherinnen ermöglicht, kleinen Kindern zu erklären, was eine Depression ist. Für Kinder im Alter zwischen 5 und 7 Jahren

#### Abbildung 26: Auswahl relevanter Literatur inkl. Verlinkungen

### 7.4.5 Expertinnen- und Experteninterviews

Zahlreiche prominente Botschafter und Botschafterinnen unterstützten die Aktionswoche mit persönlichen Interviews zum Thema Familie sowie mit Videobotschaften, die auf den Webseiten und Social-Media-Kanälen des ABSG und der Akteurinnen und Akteure veröffentlicht, geteilt und dadurch großflächig verbreitet wurden.

Insgesamt wurden für die Bewerbung des Themas und der Aktionswoche sechs Video-Interviews produziert. Alle Videos sind auch nach Beendigung des Projektes weiterhin auf der Unterseite der Aktionswoche und dem ABSG-YouTube-Kanal abrufbar:

[www.youtube.com/channel/UCn4k3u9w4Di9T-ruCxnX0qg/videos](http://www.youtube.com/channel/UCn4k3u9w4Di9T-ruCxnX0qg/videos)

Die Pädagogin, Bloggerin und Autorin Susanne Mierau setzt sich seit vielen Jahren mit Buchveröffentlichungen, Vorträgen und einem eigenen Online-Magazin für ein bedürfnisorientiertes Familienleben ein. Im Interview spricht sie darüber, wie Eltern ihre Kinder in Krisen unterstützen und wo sie selbst Hilfe finden können, wenn die Belastung zu viel wird (Abbildung 27). Tobias Krell ist Moderator der Kindersendung „Checker Tobi“. Die Wissenssendung widmet sich u. a. regelmäßig dem Thema seelische Gesundheit und psychische Erkrankungen, das kindgerecht aufgearbeitet wird. Die Moderatorin und Autorin Sarah Kuttner setzt sich schon lange für Themen rund um die seelische Gesundheit und Entstigmatisierung psychischer Erkrankungen ein und spricht über die Wichtigkeit eines offenen Umgangs damit in der Gesellschaft. Markus Kavka, Moderator, Musikjournalist und Autor, möchte das gesellschaftliche Interesse für seelische Gesundheit erhöhen, damit Menschen mit psychischen Erkrankungen nicht ausgeschlossen, sondern integriert werden. Der Botschafter für seelische Gesundheit und Autor Uwe Hauck redet offen über Depressionen. Er selbst war längere Zeit erkrankt und möchte aufklären und Mut machen. Jan Lenarz bezeichnet sich selbst als Aktivist für mentale Gesundheit. Er hat nach seinem Burnout ein Unternehmen, das sich dem Thema seelische Gesundheit und Achtsamkeit im Alltag widmet, gegründet. Daraus entstanden ist „Ein guter Plan“, ein Achtsamkeitsplaner, der Menschen zum Reflektieren und Innehalten anregt.

Die Videos wurden auf dem ABSG-YouTube-Kanal im Zeitraum der Aktionswoche 2021 über 8.000 Mal angeklickt und aufgerufen.



Abbildung 27: Interview mit Susanne Mierau

#### 7.4.6 Praktische Anleitung zur Durchführung digitaler Angebote

Eine praktische Aufstellung von Ideen und Tipps zur Durchführung von Online-Veranstaltungen und digitalen Formaten wurde entwickelt und unter der Rubrik „Veranstalter werden“ auf der ABSG-Webseite veröffentlicht. Im Einzelnen erhalten die Akteurinnen und Akteure der Aktionswoche hier ausführliche Hinweise zur Planung und Durchführung verschiedener digitaler Angebote:

- Planung und Durchführung eines Livestreams
- Planung und Durchführung eines Online-Workshops, Webinars, Vortrags
- Bereitstellung von On-Demand-Angeboten
- Planung und Produktion eines Interview-Videos
- Planung und Produktion eines Podcasts

Diese Handlungshilfen wurden den Akteurinnen und Akteuren der Aktionswoche und allen Interessierten auf der ABSG-Webseite langfristig zugänglich gemacht. So können die umfassenden Informationen auch für die Planung zukünftiger Aktionswochen genutzt werden:

[www.seelischegesundheit.net/aktionen/aktionswoche/faqs/](http://www.seelischegesundheit.net/aktionen/aktionswoche/faqs/)

#### 7.5 Kommunikationsstrategie

Die Aktionswoche 2021 und das Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ wurden im Rahmen einer umfangreichen Marketing- und Presse-Kampagne bundesweit der breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht. Neben klassischen Werbemitteln wie Plakaten und Postkarten wurden auch Kooperationen mit relevanten Partnerinnen und Partnern wie Tagesszeitungen und Radio-Sendern umgesetzt, um eine möglichst große Reichweite in der On- und Offline-Bewerbung zu erzielen. Außerdem wurden spezifische Social-Media-Aktionen geplant, um auch auf diesen Kanälen eine hohe Aufmerksamkeit für das Thema der Aktionswoche zu generieren. Sämtliche Werbemaßnahmen wurden zu Beginn des Projektes in einer umfassenden Kommunikationsstrategie inhaltlich geplant und der zeitliche Ablauf festgelegt. Zur Evaluation der Pressearbeit wurden alle regionalen und bundesweiten Veröffentlichungen (Print, Web und Social Media) in Zusammenarbeit mit einer Presseservice-Agentur in einer umfangreichen Medienresonanzanalyse festgehalten und im Anschluss an die Aktionswoche ausgewertet.

### 7.5.1 Medienkooperationen

Im Bereich Print /Presse wurde eine Kooperation mit der überregionalen Berliner Tageszeitung „Der Tagesspiegel“ vereinbart. Die Zeitung gehört zu den meinungsbildenden Medien in Berlin und Deutschland und hat die höchste Auflage auf dem Berliner Zeitungsmarkt (Auflage 110.000 Exemplare). In der Ausgabe vom 8.10.2021 erschien zum Start der Aktionswoche eine Sonderseite zum Thema seelische Gesundheit inklusive einer Anzeige für die Auftaktveranstaltung am selben Abend (Abbildung 28). Im Rahmen der Kooperation wurden ebenso 100 Exemplare der Tageszeitung bei der Eröffnungsveranstaltung an die Gäste verteilt.



Abbildung 28: Anzeige im „Der Tagesspiegel“

Im Bereich Hörfunk wurde eine Medienkooperation mit dem Sender „Radio Paradiso“ eingegangen, ein regionales, privates Hörfunkprogramm in Berlin, Frankfurt (Oder), Norddeutschland und NRW. Es versteht sich als christliche Sendeanstalt mit lokalen Nachrichten und Beiträgen. Im Berliner Programm wurde am 5.10.2021 in der Sendung „Natürlich gesund“ eine Stunde lang monothematisch in einem Gespräch mit dem Vorsitzenden des Aktionsbündnisses Seelische Gesundheit, Prof. Dr. med. Arno Deister, über die Aktionswoche berichtet. Diese Sondersendung wurde zusätzlich mit 30 Programmtrailern angekündigt und hatte eine hohe Reichweite. Das Interview wurde auf der Webseite von „Radio Paradiso“ angekündigt und war nach der Ausstrahlung dort dauerhaft als Podcast abrufbar.

### 7.5.2 Plakataktionen

Eine weitere Kooperation wurde mit der Firma Ströer vereinbart, einem der führenden deutschen Unternehmen im Bereich Außenwerbung, Digital-Media und E-Commerce. Da die Firma Ströer die Aktionswoche 2021 im Rahmen ihrer Corporate-Social-Responsibility-Aktivitäten unterstützt hat, konnte mit geringen finanziellen Eigenmitteln eine aufmerksamkeitsstarke Plakataktion auf 14 Road Side Screens im Stadtbereich von Dresden in dem Zeitraum vom 4. bis 17.10.2021 realisiert werden (Abbildung 29).



*Abbildung 29: Roadside Screens der Firma Ströer in Dresden*

Eine weitere Plakataktion fand vom 4. bis 17.10.2021 im City-Bereich der Berliner U-Bahn auf insgesamt 145 Plakatflächen in zentralen U-Bahnhöfen statt. Zusätzlich stellte die Werbeagentur glow eine Sonderplakatfläche in Berlin-Mitte für den Zeitraum der Aktionswoche zur Verfügung. (Abbildung 30)



*Abbildung 30: Sonderplakatfläche der Agentur glow in Berlin-Mitte*

### **7.5.3 Online-Bewerbung**

Im Rahmen der Kooperation mit der Firma Ströer wurde eine digitale Anzeigenkampagne (Native AdOut-Kampagne) in den E-Paper-Ausgaben verschiedenster Zeitschriften und Regionalzeitungen in Nord- und Ostdeutschland gestartet. Dabei wurden redaktionelle Anzeigen zur Aktionswoche mit ca. 625.000 Einblendungen in diversen Online-Ausgaben platziert. Der Fokus der Aktion lag besonders auf frauenaffinen Zeitschriften und Gesundheitsseiten der Regionalzeitungen, um die Zielgruppe der Familien besser erreichen zu können. Durch die Aktion konnte eine hohe Aufmerksamkeit für das Thema erreicht werden, da über 10.000 Leser und Leserinnen den Link zu weiteren Informationen über die Woche der Seelischen Gesundheit genutzt haben.

Die Auftaktveranstaltung und die Aktionswoche wurden außerdem gezielt in bundesweite sowie lokale Online-Kalender eingestellt, um die Bewerbungsreichweite im Internet zu erhöhen (Abbildung 31). Durch öffentliche Online-Kalender bekommen Interessenten eine Übersicht aktueller Veranstaltungen auf einen Blick. Ziel war es, die Aufmerksamkeit besonders von digitalen Nutzern und Nutzerinnen zu erreichen. Zu den Online-Plattformen, die Termine der Auftaktveranstaltung und Aktionswoche veröffentlicht haben, zählen:

- [Eventbrite \(Berlin\)](#)
- [Prinz-Berlin \(Berlin\)](#)
- [Gratis in Berlin \(Berlin\)](#)
- [urbanite \(Berlin\)](#)
- [MeinStadt.de \(bundesweit\)](#)
- [eventim \(bundesweit\)](#)
- [Regioactive.de \(bundesweit\)](#)



Abbildung 31: Bewerbung der Aktionswoche auf regioactive.de

#### 7.5.4 Postkarten-Werbeaktion

Im Rahmen einer Kooperation mit der Gesundheitsagentur IDS Deutschland fand eine Werbeaktion mit 10.000 Postkarten in insgesamt 1.000 Hausarztpraxen im gesamten Bundesgebiet statt. Da sich Patienten und Patientinnen im Schnitt mehr als 30 Minuten im Wartezimmer aufhalten und in der Regel an Gesundheitsinformationen interessiert sind, ist dies ein ideales Umfeld für die Bewerbung von Präventions- und Aufklärungsmaßnahmen wie der Aktionswoche. Die Aktion fand im September und Oktober 2021 im Vorfeld und parallel zur Aktionswoche statt.

#### 7.5.5 Social-Media-Kampagne

Im Rahmen einer umfassenden Social-Media-Kampagne wurde die bundesweite Aktionswoche sowie die digitale Auftaktveranstaltung über zielgruppengerechte Content-Postings, Anzeigen und Kooperationen in den verschiedenen sozialen Netzwerken des Aktionsbündnisses über die Kanäle Facebook, Instagram, Twitter und YouTube beworben.

Ab September 2021, einen Monat vor Start der Aktionswoche, wurden die fünf Kampagnenmotive auf den Social-Media-Plattformen geteilt und zusätzlich mit einem Werbebudget beworben, um verstärkt auf das Thema aufmerksam zu machen (Abbildung 32). Zusätzlich wurde die digitale

Auftaktveranstaltung im Livestream mit Postings sowie einem animierten Teaser in den sozialen Netzwerken angekündigt und beworben, um bundesweit ein breites Publikum zu generieren (Abbildung 33).



Abbildung 32: Facebook-Post Kampagnenmotiv



Abbildung 33: Facebook-Post Livestream

Die produzierten Interview- und Botschafter-Videos wurden über die ABSG-Webseite und den YouTube-Kanal hinaus auf allen Social-Media-Plattformen geteilt, um das Thema der Aktionswoche „Seelische Gesundheit in der Familie“ in den Fokus zu rücken (Abbildung 34).



Abbildung 34: Facebook-Post Interview-Video



Darüber hinaus wurden mehrere Gewinnspiele mit Kooperationspartnerinnen und -partnern auf den Social-Media-Plattformen durchgeführt. Drei Exemplare des Buches „Lieber Papa, bist du jetzt verrückt?“ von Uwe und Katja Hauck, welches die psychische Erkrankung des Vaters und den Umgang damit innerhalb der Familie thematisiert, wurde inklusive persönlicher Widmung des Autors zum Start der Aktionswoche innerhalb der großen Community des Aktionsbündnisses verlost (Abbildung 35). Eine weitere Kooperation wurde zusammen mit dem nachhaltigen Fashion Label „Oakling Software“ von Sarah Kuttner durchgeführt. Die Moderatorin und Autorin rückt mit ihrem Label das Thema seelische Gesundheit auch in der Mode in den Fokus und produziert T-Shirts und Pullover mit positiven Mutmachsprüchen. Fünf individuelle Teile wurden innerhalb eines weiteren Gewinnspieles im Vorfeld der Aktionswoche auf den Social-Media-Plattformen des Aktionsbündnisses verlost und erreichten eine hohe Beteiligung der Community.



Abbildung 35: Instagram-Post Gewinnspiel

## 7.6 Presseaktivitäten und Medienresonanz

Das PR-Konzept der bundesweiten Aktionswoche 2021 umfasste neben Kooperationen, klassischer Werbung wie Anzeigen, Plakate, Postkarten und Online-Kampagnen auch umfangreiche Presseaktivitäten. Mit der Unterstützung einer externen Pressereferentin konnte im Projektverlauf eine speziell auf die Zielgruppe von belasteten Familien abgestimmte Pressekampagne umgesetzt werden. Relevante überregionale Zeitschriften und Magazine im Bereich Familie, Frauen, Gesundheit und Unterhaltung (Yellow Press) wurden kontaktiert und auf das Thema der Aktionswoche aufmerksam gemacht. Darunter fanden sich die Magazine Brigitte, Für Sie, Vital, Jolie, Bunte, Women's Health, Cosmopolitan, Elle, Instyle, Joy, Superillu, Myself, Das Neue Blatt, Emotion, Freundin, u.a. So konnten mehrere Berichte in auflagenstarken Publikationen lanciert werden wie z.B. in der BILD der Frau, der GALA und der Freizeit Revue.

Außerdem wurden wichtige Redaktionen im Bereich der Tagespresse, Hörfunk und TV direkt kontaktiert und Interviews mit Expertinnen und Experten aus dem Aktionsbündnis angeboten. Die regionalen und überregionalen Zeitungen in Deutschland wurden regelmäßig über einen Presseversand zur Aktionswoche informiert. Insgesamt wurden im Projektzeitraum vier Presseinformationen über die dpa veröffentlicht:

- Presse Factsheet mit Informationen zur Aktionswoche und zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“
- Pressemeldung zum Thema „Seelische Gesundheit von Familien in der Pandemie“
- Pressemeldung mit Aufruf zur Beteiligung an der Aktionswoche 2021
- Presseeinladung zur Auftaktveranstaltung am 8.10.2021

Die Medienresonanz wurde im Vorfeld und während der Aktionswoche in Form eines Monitorings der Print- und Online-Medien sowie der ABSG-Social-Media-Kanäle gemessen. Dieses Monitoring übernahm eine Presseservice-Agentur. Die Gesamtzahl aller Print- und Online-Veröffentlichungen bemisst ca. 600 Artikel. Beiträge über die Aktionswoche 2021 in Hörfunk und Fernsehen wurden aus Kostengründen nicht systematisch erfasst und können daher nur beispielhaft in den Ergebnissen der Pressearbeit zitiert werden.

### 7.6.1 Print-Presse

Bundesweit wurden **268 Print-Artikel** in der regionalen und überregionalen Tagespresse veröffentlicht. Eine exemplarische Auswahl wichtiger Veröffentlichungen wird im Folgenden aufgelistet:

- 1.10.2021 Berliner Zeitung: Das neue Leben nach Corona
- 5.10.2021 Südwest Presse: Mehr psychische Erkrankungen
- 7.10.2021 dpa Meldung: Frauen meistern seelische Belastungen anders als Männer
- 7.10.2021 Potsdamer Neueste Nachrichten: Eine Woche für die Seele
- 7.10.2021 Märkische Oderzeitung: Eine Woche für die seelische Gesundheit
- 8.10.2021 Der Tagesspiegel (Sonderseite): Raus aus dem Schneckenhaus
- 8.10.2021 BILD der Frau: Interview Mirja Du Mont
- 8.10.2021 Frankfurter Neue Presse: Es gemeinsam über den Berg schaffen
- 9.10.2021 Norddeutsche Rundschau: Interview Prof. Deister
- 11.10.2021 Main Post Würzburg: Umgang mit seelischer Belastung
- 12.10.2021 Hofheimer Zeitung: Grüne Schleifen für seelische Gesundheit
- 14.10.2021 Ostthüringer Zeitung: Die bösen Stimmen im Kopf
- 15.10.2021 Neue Westfälische: Was in Krisenzeiten stark macht
- 16.10.2021 Goslarsche Zeitung: Welle psychischer Erkrankungen

### 7.6.2 Online-Presse

Insgesamt wurden **333 Artikel** auf News-Seiten, Blogs sowie in E-Papers veröffentlicht. Eine exemplarische Auswahl wird im Folgenden aufgelistet:

- 4.10.2021 Kölner Newsjournal: Redezeit für Familie
- 4.10.2021 Die Rheinpfalz: Pfalzkrankenhaus startet Aktionswoche
- 5.10.2021 Thüringer Allgemeine: Kindererziehung ohne Strafen
- 6.10.2021 Traunsteiner Tagblatt: Hilfsangebote im Landkreis Traunstein
- 7.10.2021 Märkische Oderzeitung: Woche der seelischen Gesundheit Beeskow
- 8.10.2021 Die ZEIT.de: Männer und Frauen reagieren verschieden auf Stress
- 9.10.2021 Berliner Morgenpost: Krisen überwinden durch Malen
- 10.10.2021 Main-Post: Mütter in der Pandemie
- 11.10.2021 mittelhessen.de: Wie Lockdown auf die Psyche wirkt
- 13.10.2021 Mannheimer Morgen: Psychische Erkrankung in der Familie
- 14.10.2021 Der Freitag: Die Pandemie, über die man lieber schweigt
- 15.10.2021 gesundheit-adhoc.de: Seelisch gesund aufwachsen
- 16.10.2021 Gesundheitsstadt Berlin: Therapeutische Freizeit
- 17.10.2021 GALA.de: Interview mit Nova Meierhenrich zum Suizid ihres Vaters

### 7.6.3 Radio-Beiträge (Auswahl)

- 4.10.2021 rbb radioeins: Interview mit Susanne Mierau zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“, Susanne Mierau war ebenso Gast des Expertinnen- und Experten-Panels der Auftaktveranstaltung (Abbildung 36)
- 5.10.2021 Radio Paradiso Berlin: Sondersendung „Natürlich Gesund“ mit Prof. Arno Deister zur Aktionswoche
- 7.10.2021 dpa-Audio: Interview zur Aktionswoche mit Prof. Arno Deister, Versand an 100 deutschsprachige Radiosender in D/A/CH
- 8.10.2021 rbb 88,8: Interview mit Dr. Iris Hauth zur Berliner Aktionswoche
- 10.10.2021 Hitradio RTL Sachsen: „Kümmern Sie sich gut um Ihr Seelenleben?“, Wochenserie mit Beiträgen über ein Leben in Balance
- 11.10.2021: NDR1/ Radio MV, Der Nachmittag: Interview mit der Psychiatrie-Koordinatorin des Landkreises Mecklenburgische Seenplatte, Enrica Rebstock



Abbildung 36: Radiobeitrag auf rbb radioeins

### 7.6.4 TV-Beiträge (Auswahl)

- 6.10.2021 rbb ZIBB: Beitrag über Probleme der Familien beim Homeschooling (Abbildung 37)
- 8.10.2021 SWR Aktuell Baden-Württemberg: Beitrag über Mental Health First Aid Schulungen des ZI Mannheim
- 12.10.2021 rbb Abendschau: Beitrag über psychisch erkrankte Mutter und ihre Tochter in Berlin
- 12.10.2021 MDR Thüringen-Journal: Beitrag über eine Tagesklinik in Jena



Abbildung 37: TV-Beitrag auf rbb ZIPP

### 7.6.5 Social-Media-Beiträge

Insgesamt wurden in den sozialen Netzwerken Facebook, Instagram und Twitter 1.332 Postings zur bundesweiten Aktionswoche 2021 veröffentlicht und geteilt (Abbildungen 38 und 39). Durch die hohe Anzahl an Beiträgen und mithilfe der interaktiven Funktionen wie Liken, Teilen und Kommentieren konnte eine gesamte Reichweite von 6 Millionen Profilen erlangt werden. Darüber hinaus sind die ABSG-Social-Media-Plattformen im Zeitraum der Aktionswoche 2021 um insgesamt 1.400 Follower gewachsen. Die detaillierte Auflistung aller Social-Media-Beiträge findet sich in den Anlagen.



Abbildung 38: Facebook-Post BMG



Abbildung 39: Facebook-Post Psychologie Heute

## 7.7 Zentrale Auftaktveranstaltung

Die zentrale Auftaktveranstaltung der bundesweiten Woche der Seelischen Gesundheit fand am 8.10. 2021 in der Kulturbrauerei, einer zentral gelegenen Event-Location in Berlin statt, in der geltende Hygiene- und Abstandsregeln gut eingehalten werden konnten. Dank des hybriden Konzeptes konnten neben den ca. 50 Gästen vor Ort Interessierte aus ganz Deutschland die Veranstaltung im Livestream über die ABSG-Kanäle Facebook und YouTube verfolgen. Das Programm legte den Fokus darauf, die breite Öffentlichkeit über das Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ zu informieren und durch konkrete Fallbeispiele zu verdeutlichen, dass es hilfreiche und wirksame Unterstützungsmöglichkeiten für belastete Familien gibt.

Eröffnet wurde der Abend vom Vorsitzenden des Aktionsbündnisses, Prof. Dr. med. Arno Deister (Abbildung 40) sowie vom Berliner Landesbeauftragten für Psychiatrie, Dr. Thomas Götz, in Vertretung der Schirmherrin und Senatorin für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung, Dilek Kalayci. Bundesgesundheitsminister Jens Spahn, Schirmherr der bundesweiten Aktionswoche, hob in einer Videobotschaft die in der Pandemie gestiegenen psychischen Belastungen speziell für Familien hervor. Es folgten zwei weitere Video-Grußbotschaften der Partnerinnen und Partner der Aktionswochen in Köln/Bonn sowie München.

Nach der Videopremiere des Songs zur Aktion Grüne Schleife „Hier ist was in Bewegung“, einem Beitrag von Bündnispartnerinnen und -partnern mit dem Kölner Musiker David Floyd, folgte ein Impulsvortrag zum Thema „Psychische Belastung von Familien in der Pandemie“ von Prof. Dr. Hans-Henning Flechtner, Direktor der Universitätsklinik für Psychiatrie, Psychotherapie und Psychosomatische Medizin des Kindes- und Jugendalters der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg.

ARD-Moderator Johannes Büchs stellte danach zwei Best-Practice-Projekte aus dem Bündnis vor, die praktische Hilfen für Familien entwickelt haben: Das Modellprojekt „Familie Löwenmut“ des Dachverbands Gemeindepsychiatrie unterstützt durch Schulungen von Betreuungspersonal die Resilienzförderung von Vorschulkindern in Kitas. Mit dem neuen Infoportal „Ich bin alles“ unterstützt die Beisheim Stiftung gemeinsam mit der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München die Aufklärung über psychische Gesundheit bei Kindern und Jugendlichen sowie ihren Eltern.

An der Diskussionsrunde des Expertinnen und Experten-Panels zum Thema „Wie können Familien jetzt besser unterstützt werden?“ nahmen Yvonne Bovermann, Geschäftsführerin des Müttergenesungswerks, Prof. Dr. Hans-Henning Flechtner, Dr. Iris Hauth, Mitinitiatorin der Berliner Aktionswoche und Ärztliche Direktorin des Alexianer St. Joseph-Krankenhauses Berlin-Weißensee, Susanne Mierau, Dipl.-Pädagogin und Bestseller-Autorin sowie Wolfgang Schreck, Leiter des Referats Kinder, Jugend und Familien der Stadt Gelsenkirchen, teil (Abbildung 41). Die Teilnehmenden beantworteten im Anschluss zahlreiche Fragen aus dem Publikum sowie aus dem Live-Chat.

Zum musikalischen Ausklang der Auftaktveranstaltung präsentierte das Berliner Singer-Songwriter Duo Berge eine Auswahl seiner Songs und rundete die Auftaktveranstaltung damit atmosphärisch ab (Abbildung 42).

Da zahlreiche Akteurinnen und Akteure im Rahmen der Online-Umfrage den Wunsch nach einer frühzeitigen Kommunikation des Themas der Aktionswoche geäußert hatten, gab Prof. Dr. Arno Deister als Vorsitzender des ABSG am Ende das Motto der Aktionswoche 2022 bekannt: „Seelisch gesund in unserer Gesellschaft“.

Die Aufzeichnung des Livestreams der Veranstaltung wurde im Zeitraum der Aktionswoche 2021 und danach ca. 3.000 Mal angeklickt. Außerdem ist das Video weiterhin auf dem YouTube-Kanal des ABSG abrufbar.

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_AOIS4aVjIs&t=427s](https://www.youtube.com/watch?v=_AOIS4aVjIs&t=427s)



Abbildung 40: Begrüßung durch den Vorsitzenden des ABSG, Prof. Dr. med. Arno Deister



Abbildung 41: Expertinnen und Experten-Panel und Diskussionsrunde



Abbildung 42: Musikalischer Ausklang mit dem Duo Berge

## 8 Gender Mainstreaming Aspekte

Die Materialien der bundesweiten Aktionswoche 2021 sowie die durchgeführten Veranstaltungen richteten sich an alle betroffenen Familien und interessierte Menschen ohne Berücksichtigung der geschlechtlichen Zuordnung und Identität. Dennoch wurden bei der Auswahl und Aufbereitung der Inhalte sowie bei der Gestaltung der Werbemittel geschlechterspezifische Unterschiede berücksichtigt. Bei der Themenauswahl, der Wahl der Interviewpartnerinnen und -partner für Videos und Gastbeiträge wie auch bei der Benutzung von Bildmotiven wurde ein besonderes Augenmerk auf ein ausgewogenes Verhältnis von Männern und Frauen sowie auf alternative Familien- und Lebensmodelle gelegt. Generell standen jedoch Genderaspekte bei diesem Projekt nicht im Vordergrund, da sich die Maßnahmen der Aktionswoche an die Allgemeinbevölkerung und vor allem an die von psychischen Erkrankungen betroffenen Familien richteten.

## 9 Diskussion

Mit dem Projekt „Familien im Blick (FIB) – Stärkung von Familien im Umgang mit psychischen Erkrankungen“ wurde die bundesweite Woche der Seelischen Gesundheit erstmalig als konkrete Maßnahme zur Aufklärung und Entstigmatisierung psychischer Erkrankungen in ganz Deutschland konzipiert und evaluiert. Neben der möglichst flächendeckenden Platzierung des Themas „Seelische Gesundheit in der Familie“ zur Information und Sensibilisierung der Bevölkerung verfolgte das Projekt vor allem das Ziel, auf lokaler Ebene Veranstaltungen zu initiieren und Akteurinnen und Akteure dabei praktisch und zielgerichtet zu unterstützen. Dieser zweigleisige Projektansatz ist modellhaft und hat hohes Innovationspotenzial.

Im Folgenden findet sich eine Auswertung der Erreichung der ursprünglichen übergeordneten Projektziele sowie Teilziele.

### 9.1 Bekanntmachung der bundesweiten Aktionswoche

Eines der beiden übergeordneten Ziele des Projektes war neben der Konzeption und Durchführung vor allem die Bekanntmachung der bundesweiten Aktionswoche als sinnvolle und nachhaltige Maßnahme zur Aufklärung über seelische Gesundheit in der Familie und gleichzeitig zur Entstigmatisierung von Menschen mit psychischen Erkrankungen. Dieses Ziel wurde erreicht, indem das Motto „Gemeinsam über den Berg – Seelische Gesundheit in der Familie“ entwickelt und mit Hilfe zahlreicher PR- und Werbemaßnahmen breit gefächert und niederschwellig aufbereitet wurde, um möglichst viele betroffene Familien, die allgemeine Öffentlichkeit, Fachleute sowie Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in allen Regionen Deutschlands zu erreichen. Als Key Performance Indicator (KPI) zur Messung des Ziels wurde die Anzahl relevanter Presseartikel (regional und bundesweit) sowie Online-Artikel, die Anzahl von Radio- und TV-Beiträgen sowie die Anzahl der Social-Media-Beiträge und -Interaktionen festgelegt. Die bundesweite Berichterstattung wurde mit Hilfe einer Medienresonanzanalyse im Vorfeld und während der Aktionswoche in Form eines täglichen Monitorings von einem externen Dienstleister ausgewertet. Die erfassten Veröffentlichungen mussten sich auf Veranstaltungen der Aktionswoche, deren Thema "Seelische Gesundheit in der Familie" oder generell psychische Erkrankungen beziehen. Auch alle Erwähnungen zur Aktion Grüne Schleife wurden in die Auswertung mit einbezogen.

Das Ergebnis der Medienresonanzanalyse hat alle Erwartungen im Vorfeld weit übertroffen. Mit einer Gesamtzahl von über 600 Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Magazinen und auf Online-Seiten ist das Ziel einer möglichst großen Verbreitung des Themas der Aktionswoche erreicht worden. Dabei ist es als besonders positiv zu werten, dass es vor allem in der regionalen Lokalpresse eine große Medienresonanz gab. In diesen Artikeln wurde häufig ausführlich über das Problem psychischer Erkrankungen in der Familie und während der Pandemie sowie über örtliche Hilfsangebote berichtet. Dabei kamen meist lokale Expertinnen und Experten in Interviews zu Wort, die zum Teil praktische

Tipps und Hinweise zum Umgang mit psychischen Krisen vermittelten. Die Pressemeldungen des ABSG zur Aktionswoche dienten meist als Aufhänger für eine auf die regionalen Bedürfnisse angepasste Berichterstattung. Eine große Anzahl von Artikeln wurde sowohl in den Print-Ausgaben, als auch in den E-Papers der Tageszeitungen veröffentlicht und erhielten so noch mehr Aufmerksamkeit. Aber auch reichweitenstarke Online-Plattformen wie netdoktor.de und gesundheit-adhoc.de haben das Thema der Aktionswoche aufgegriffen. Dadurch wurde vor allem die an Gesundheit interessierte Zielgruppe erreicht.

Beiträge in Hörfunk und TV konnten aus Kostengründen nicht in allen Regionen initiiert und systematisch erfasst werden. Hier liegen sicherlich noch ungenutzte Möglichkeiten für zukünftige Medienkampagnen zur Aktionswoche, da vor allem das Fernsehen noch immer das am meisten genutzte Medium in der breiten Bevölkerung ist. (Medienvielfaltsmonitor der Landesmedienanstalten in Deutschland, 2021)

Aufgrund der vielseitigen Content-Produktionen des Aktionsbündnisses wie der Social-Media-Kampagne, den Interview-Videos und Gewinnspielen sowie der interaktiven Beteiligung und Unterstützung der Bündnis- sowie Kooperationspartnerinnen und -partner, des Netzwerkes und der Akteurinnen und Akteure konnte eine millionenfache Reichweite in den sozialen Netzwerken verzeichnet werden. So sind nicht nur die Follower-Zahlen des ABSG gestiegen, sondern das Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“ wurde über die Zielgruppen hinaus nachhaltig in die breite Öffentlichkeit getragen.

## 9.2 Optimierung und Erweiterung der bundesweiten Aktionswoche

Das zweite Hauptziel des Projektes war der bundesweite Ausbau der Woche der Seelischen Gesundheit. Diesbezüglich waren neben der großflächigen Bewerbung der Aktionswoche und ihres Themas die Erneuerung der Webseite des Aktionsbündnisses sowie die Optimierung des Online-Veranstaltungskalenders wichtige Meilensteine, die zur regionalen Verbreitung und dem Anstieg der Veranstalterinnen- und Veranstalterzahlen beigetragen haben. Trotz der anhaltenden Pandemie im Jahr 2021 konnten bundesweit 100 Veranstalterinnen und Veranstalter mehr verzeichnet werden als im Vorjahr, die ihre Präsenz- und Online-Veranstaltungen im Online-Kalender angemeldet haben. Viele Bündnispartnerinnen und -partner waren erstmalig mit eigenen Veranstaltungen und Projekten beteiligt. Dies lässt sich auch auf die individuelle, persönliche Ansprache der jeweiligen Organisationen durch das ABSG zurückführen. Darüber hinaus war die breite Recherche der Akteurinnen und Akteure im Kontext der seelischen Gesundheit in der Familie zielführend, um einerseits das Thema in den Fokus zu rücken und andererseits die spezifischen Hilfs- und Beratungsangebote zu einer Teilnahme zu motivieren und deren Inhalte auf der ABSG-Webseite zu veröffentlichen und damit allen Hilfesuchenden zur Verfügung zu stellen.

Die hohen Klickzahlen mit über 26.000 Aufrufen der neugestalteten Aktionswochen-Webseite und über 18.000 Aufrufen des modernisierten Online-Kalenders zeigen, dass durch den Ausbau und die Optimierung der interaktiven Web-Präsenz eine attraktive Plattform geschaffen wurde, um auch zukünftig die überregionalen Veranstaltungen, die Themen der Aktionswochen sowie die vielseitigen Projekte des Bündnisses nachhaltig zugänglich zu machen und diese von der breiten Öffentlichkeit zielführend genutzt werden können.

## 9.3 Bereitstellung von Werbematerialien und Kommunikationselementen

Ein Teilziel des Projektes war die Entwicklung von einheitlichen Werbematerialien und Kommunikationselementen für die bundesweite Aktionswoche zum Thema „Gemeinsam über den Berg – Seelische Gesundheit in der Familie“ sowie eine Anleitung zur Durchführung von Präsenz- und Online-Veranstaltungen auf der ABSG-Webseite. Diese Unterstützungsmaßnahmen wurden im Download-Bereich der ABSG-Website kostenfrei zur Verfügung gestellt. Aufgrund der Ergebnisse der Online-Umfrage wurden die Werbe- und Informationsmaßnahmen für die Aktionswoche im



Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht. Dies gab den Akteurinnen und Akteuren die Möglichkeit, in klassischen wie auch sozialen Medien für ihre Veranstaltungen zu werben sowie die Druckvorlagen für analoge Postkarten und Poster zu nutzen. Neben dem neugestalteten Logo wurde das Hauptmotiv der Aktionswoche 2021 in fünf verschiedenen Formaten zur Verfügung gestellt: als Poster, Postkarte, Website-Banner, E-Mail-Abbinde und Social-Media-Beitragsbild.

Diese Bandbreite an Werbemitteln wurde von den Akteurinnen und Akteuren der Aktionswoche, aber auch anderen Organisationen, Unternehmen, Influencern und öffentlichen Einrichtungen aktiv genutzt, um eigene Aktivitäten im Umfeld des Welttags der Seelischen Gesundheit mit dem übergeordneten Thema zu verknüpfen.

Um die Sichtbarkeit der Aktionswoche im öffentlichen Raum noch weiter zu erhöhen und den Akteurinnen und Akteuren die Möglichkeit zu geben, auch andere thematische Schwerpunkte zu setzen, entwickelte das Aktionsbündnis gemeinsam mit der Werbeagentur fünf weitere Kampagnenmotive, die ebenfalls als Downloads zur Verfügung standen und auch über den Zeitraum der Aktionswoche 2021 hinaus für thematische Aktionen genutzt werden können. Die Motive bezogen sich auf Probleme von Familien im speziellen Zusammenhang mit der Corona-Pandemie, aber thematisierten darüber hinaus auch allgemeine gesellschaftsrelevante Aspekte.

Auch von diesem zusätzlichen Angebot des Aktionsbündnisses wurde reger Gebrauch gemacht, da diese erweiterten Kampagnenmotive gerne als Postkarten genutzt und bei Veranstaltungen im Rahmen der Aktionswoche verteilt wurden. Außerdem konnten die zusätzlichen Motive zielführend im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sowie der Social-Media-Bewerbung eingesetzt werden.

Dem Wunsch der Akteurinnen und Akteure nach Unterstützung bei der Organisation von Online-Events im Zuge der Pandemie kam das Aktionsbündnis schon 2020 mit einer entsprechenden Handlungshilfe nach. Diese wurde 2021 inhaltlich erweitert und steht allen Interessierten dauerhaft auf der ABSG-Webseite zur Verfügung.

#### **9.4 Durchführung einer zentralen Auftaktveranstaltung in Berlin**

Ein weiteres Teilziel war die Planung und Durchführung einer zentralen Auftaktveranstaltung der bundesweiten Aktionswoche in Berlin. Die Veranstaltung sollte Modellcharakter für andere Regionen haben und übertragbar sein. Daher wurde ein hybrides Konzept entwickelt, das als Präsenzveranstaltung vor Ort und gleichzeitig als Livestream im Internet funktioniert. Ziel war es, eine möglichst große bundesweite Reichweite zu erzielen. Die Grundlage für den Erfolg der Veranstaltung war das inhaltlich attraktive Programm mit hochrangigen Gästen aus der Politik, interessanten Experten und Expertinnen sowie Best-Practice-Projekten zum Thema Familie mit Modellcharakter. Hier ist vor allem Ex-Bundesgesundheitsminister Jens Spahn zu nennen, der als Schirmherr in seiner Videobotschaft die Relevanz der Aktionswoche hervorhob.

Auch die hochkarätig besetzte Diskussionsrunde zum Thema „Wie können Familien besser unterstützt werden?“ fand großen Anklang bei den Teilnehmenden. Ein wichtiger Aspekt war der interaktive Teil, bei dem die ca. 50 Gäste vor Ort sowie Zuschauende im interaktiven Livestream ihre Fragen direkt an die Experten und Expertinnen stellen konnten. Auch durch die unterhaltsamen Programmteile wie das Musikvideo zur Grünen Schleife und der Auftritt des Berliner Singer-Songwriter Duos Berge stieß die Veranstaltung auf reges Interesse in den sozialen Netzwerken. Interessierte aus ganz Deutschland verfolgten den Livestream über die Facebook- und YouTube-Kanäle des ABSG. Insgesamt erreichte das Video live und im Nachgang des Events mehr als 3.000 Menschen. Damit wurden die Aufrufzahlen der Eröffnung 2020 um das Doppelte gesteigert.

Die Aufzeichnung der zweistündigen Veranstaltung ist dauerhaft auf dem YouTube-Kanal des ABSG zu sehen und kann so als beispielhaftes Konzept für eine gelungene Eröffnung sowie als Inspiration für weitere Veranstaltungsideen bundesweit genutzt werden. Das Konzept der Veranstaltung hatte somit Modellcharakter und ist für Aktionswochen bundesweit übertragbar. Voraussetzung für eine Übernahme des hybriden Konzeptes sind jedoch ausreichende finanzielle Mittel, da die technischen

Voraussetzungen für einen Livestream kostenintensiv sind. Gut ausgestattete Aktionswochen wie z. B. in München sind gegenüber kleineren Städten im Vorteil. Hier wären Kooperationen sinnvoll, bei denen sich Akteurinnen und Akteure aus dem Netzwerk des Aktionsbündnisses regional zusammenschließen und gemeinsame Events organisieren könnten.

## 10 Veröffentlichung und Verbreitung der Projektergebnisse

### 10.1 Fachmessen, Kongresse, Publikationen

- Infostand beim LAUF und MARKT für Seelische Gesundheit am Vivantes Urban-Klinikum in Berlin am Welttag der Suizidprävention (10.09.2021)
- Infostand beim DGPPN Kongress für Psychiatrie in Berlin (24.–27.11.2021)
- Video-Roundtable zum Austausch von Akteurinnen und Akteuren verschiedener Aktionswochen in Deutschland
- 4 Pressemitteilungen und 6 Newsletter im Projektzeitraum 2021

### 10.2 Verfügbarkeit der Informationen und Hilfsangebote im Internet

Das Aktionsbündnis Seelische Gesundheit betreibt eine Web-Plattform inklusive verschiedener Kampagnenseiten im Internet sowie vier eigene Social-Media-Kanäle. Dort wurden die Inhalte und Angebote der Aktionswoche 2021 im Projektzeitraum kontinuierlich verbreitet und stehen auch im Anschluss an die Aktionswoche dauerhaft der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung.

#### Webseiten:

- Aktionsbündnis: [www.seelischegesundheits.net](http://www.seelischegesundheits.net)
- Aktionswoche: <http://www.seelischegesundheits.net/aktionen/aktionswoche/downloads/>
- Grüne Schleife: <http://www.grueneschleife.com>
- Fair Media: [www.seelischegesundheits.net/presse/fair-media/](http://www.seelischegesundheits.net/presse/fair-media/)
- Blog-Webseite: <http://www.deinkopfvollerfragen.de/>

#### Social Media Kanäle:

- Facebook: <http://www.facebook.com/seelischegesundheits>
- Twitter: [http://www.twitter.com/ABSG\\_DE](http://www.twitter.com/ABSG_DE)
- Instagram: <http://www.instagram.com/seelischegesundheits>
- YouTube: <http://www.youtube.com/channel/UCn4k3u9w4Di9T-ruCxnX0qg/videos>

## 11 Verwertung und Transferpotential der Projektergebnisse

Auf die vielfältigen Verwertungsmöglichkeiten der Projektergebnisse wurde in Kapitel 9 bereits ausführlich hingewiesen. Alle im Projektzeitraum im Aktionsbündnis entstandenen Materialien zum Thema „Seelische Gesundheit in der Familie“, Werbemittel und Handlungshilfen zur Organisation von Veranstaltungen stehen den Akteurinnen und Akteuren und der interessierten Öffentlichkeit langfristig auf der ABSG-Webseite als Links oder Downloads zur Verfügung. Ähnliche Angebote zur Unterstützung sollten den mitwirkenden Organisationen auch zukünftig zur Verfügung gestellt werden, da sie nachweislich zu einem regionalen Ausbau der Aktionswoche und einer größeren medialen Verbreitung des Themas beigetragen haben. Durch diese 2021 erprobten Maßnahmen konnte die Wirksamkeit der Aktionswoche als Instrument zur Aufklärung über psychische Erkrankungen und ihre Therapiemöglichkeiten bei einer vorab definierten Zielgruppe (Familien) deutlich gesteigert werden.

Der lokale Fokus der über 600 bundesweiten Veranstaltungen ermöglichte die Anpassung des Themas „Seelische Gesundheit in der Familie“ an lokale Besonderheiten und schaffte einen nachhaltigen Kontakt zwischen den Akteurinnen und Akteuren aus der psychosozialen Szene vor Ort, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, Betroffenen sowie der Öffentlichkeit. Dadurch ist auch ein Abbau von sozialer Distanz gegenüber Menschen mit psychischen Erkrankungen im regionalen Umfeld zu erwarten. Dieser Effekt der Aktionswoche als nationales Anti-Stigma-Programm konnte im Rahmen dieses Projektes nicht evaluiert werden, wäre aber ein mögliches Thema für einen nachfolgenden Forschungsansatz.

## Literaturverzeichnis

Angermeyer, M., Matschinger, H., Carta, M., Schomerus, G. (2014). Changes in the perception of mental illness stigma in Germany over the last two decades. *Psychiatry*. 29(6):390-395.

Corrigan, P.W., Morris, S.B., Michaels, P.J., Rafacz, J.D., Rüsch, N. (2012). Challenging the Public Stigma of Mental Illness: A Meta-Analysis of Outcome Studies. *Psychiatric Services*. 63: 963-973.

Dachverband Gemeindepsychiatrie e. V. (Hg., 2019) Unterstützung für Familien mit einem psychisch erkrankten Elternteil. Leuchtturmprojekte. Psychiatrie Verlag.

Gaebel, W. Rössler, W., Sartorius, N., (Editors, 2017). *The Stigma of Mental Illness – End of the Story?* 2017, 978-3-319-27837-7, Springer International Publishing Switzerland

Lenz, A. & Brockmann, E.: *Kinder psychisch kranker Eltern stärken* (2013). Hogrefe Verlag, Göttingen.

Medienvielfaltsmonitor der Landesmedienanstalten in Deutschland, 2021

Schomerus, G. (2009). Steine auf dem Weg – Stigma und Hilfesuchverhalten. *Psychiat Prax* 2009; 36(2): 53-54.

Wiegand-Grefe, S., Mattejat, F. & Lenz, A. (Hrsg.) (2011). *Kinder mit psychisch kranken Eltern. Klinik und Forschung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

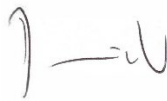
Unterzeichnet:

Berlin, 31.8.2022



Prof. Dr. med. Thomas Pollmächer

*Präsident DGPPN*



Prof. Dr. med. Arno Deister

*Vorsitzender Aktionsbündnis Seelische Gesundheit*