



# Veranstaltungstipps

Kleiner Leitfaden für die Durchführung  
von Informationsveranstaltungen

 **Organ spende**  
schenkt Leben.

# Thema Organspende: Wissen hilft entscheiden!

## Leitfaden für die Durchführung von Informationsveranstaltungen

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung nimmt seit 1996 im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit die Aufgabe der Aufklärungsarbeit zur Organspende wahr. Ihre bundesweite Motivationskampagne „Organspende schenkt Leben.“ soll die Menschen dazu anregen und motivieren, sich mit dem Thema Organspende auseinander zu setzen und ihr Recht der persönlichen Entscheidung zu Lebzeiten wahrzunehmen.

In Deutschland schafft das 1997 verabschiedete Transplantationsgesetz Rechtssicherheit in allen zentralen Fragen der Organspende, indem es u. a. die Spende, Entnahme und Übertragung von Organen regelt. Viele Menschen stehen dem Thema Organspende grundsätzlich positiv gegenüber, doch nur vergleichsweise wenige machen von ihrem Persönlichkeitsrecht der eigenen Entscheidung Gebrauch – sei es aus Unsicherheit, aus

Unkenntnis oder auf Grund persönlicher Ängste. Erfahrungen zeigen, dass diese Menschen gerne die Gelegenheit wahrnehmen, sich im persönlichen Gespräch mit Experten über das Thema Organspende zu informieren und über ihre Ängste und Unsicherheiten zu sprechen. Eine solche Gelegenheit – in Form von Aktionen, Projekten oder Veranstaltungen – können vor allem Initiativen, Selbsthilfegruppen, Verbände und Organisationen vor Ort bieten, die mit den örtlichen Besonderheiten vertraut sind und die Bürgerinnen und Bürger unmittelbar ansprechen können.

Da der Erfolg solcher Informationsveranstaltungen nicht zuletzt von einer guten Konzeption und Organisation abhängt, verweist dieser kurze Leitfaden auf einige grundsätzliche Aspekte, die es zu beachten gilt, und gibt eine Reihe von praktischen Hinweisen für die Planung und Durchführung.

### Eine umsichtige Planung: Das A und O für den Erfolg

*Was, wen, wann, wie, wer, womit, wo?*

*Eine umsichtige Erörterung dieser sieben*

*Fragen bildet die Grundlage für eine fundierte*

*Planung, und diese wiederum ist die Voraussetzung für eine erfolgreiche Veranstaltung.*

*Welche Aspekte im Einzelnen zu bedenken sind, wird in diesem Leitfaden erläutert.*

### ■ Was? Inhalte und Ziele

Als erstes gilt es, die Inhalte und Ziele festzulegen: Was soll mit der Veranstaltung erreicht werden? Sollen Organspendeausweise verteilt werden? Sollen allgemeine Informationen vermittelt oder Teilaspekte angesprochen werden? Soll das Thema Hirntod diskutiert werden? Soll das Thema Verteilungsgerechtigkeit im Vordergrund stehen?

### ■ Wen? Zielgruppe

Die Festlegung von Inhalten und Zielen einer Veranstaltung wie auch deren Art und Weise stehen in engem Zusammenhang mit der Frage, wer damit angesprochen werden soll – und umgekehrt. Neben Veranstaltungen für die Allgemeinbevölkerung sind auch solche Angebote in Erwägung zu ziehen, die sich an bestimmte Zielgruppen richten, wie z. B. Schüler, Lehrer, Journalisten, Pflegepersonal, Apotheker, Dialysepatienten, Angehörige und viele andere mehr.

## ■ Wann? Anlässe und Termine

Informationsveranstaltungen sind das ganze Jahr über gefragt. Wenn sie aus besonderem Anlass durchgeführt oder im Rahmen anderer Veranstaltungen angeboten werden, kann dies das Interesse und die Aufmerksamkeit erhöhen. Besondere Anlässe sind z. B. der Tag der Organspende am ersten Junisamstag jeden Jahres, Gesundheitswochen, Aktionstage oder Jubiläen von Selbsthilfegruppen, Stadt(teil)feste u. Ä.

Für alle Vorhaben gilt, dass zuvor ein genauer Zeitplan erstellt werden sollte, der auch Spielraum für Unvorhergesehenes lässt. Durch eine frühzeitige Terminplanung lassen sich manche unangenehme Überraschungen vermeiden, beispielsweise dass die geeigneten Räume nicht verfügbar sind, Materialien fehlen oder die gewünschten Referenten keine Zeit haben.

## ■ Wie? Veranstaltungsformen

Die Form der Veranstaltung hängt weitgehend von den geplanten Inhalten und Zielen wie auch davon ab, ob und wie sie in einen größeren Veranstaltungsrahmen eingebettet ist. Im Tenor können sie informativ, sachlich, unterhaltsam, provokativ, still oder nachdenklich sein. Grundsätzlich bieten sich Aktionen und Projekte einschließlich Workshops und Ausstellungen oder Diskussions-/Vortragsveranstaltungen – einzeln oder in Kombination – an, auf die weiter unten noch näher eingegangen wird. In jedem Fall sollte der zu betreibende Aufwand angemessen sein und den zur Verfügung stehenden Ressourcen entsprechen. Es ist nicht immer eine Großveranstaltung notwendig, um die gesetzten Ziele zu erreichen. Entscheidend ist vielmehr, dass Inhalt und Zielsetzung, Zielgruppe und der äußere Rahmen bzw. die gewählte Form der Veranstaltung einander entsprechen. Auf einige Aspekte und Merkmale der verschiedenen Veranstaltungsmöglichkeiten Aktionen, Projekte und Diskussions-/Vortragsveranstaltungen wird deshalb weiter unten näher eingegangen.

## ■ Wer?

### Veranstalter und Kooperationspartner

Oftmals sind die eigenen Mittel und Möglichkeiten nur knapp bemessen. Durch die Gewinnung geeigneter Mitveranstalter und Kooperationspartner können nicht nur die personellen (und finanziellen) Ressourcen erweitert werden, sondern möglicherweise auch vorhandene fachliche Kompetenzen und strukturelle Möglichkeiten – z. B. Räumlichkeiten, technische Ausstattung u. Ä. – genutzt werden. Scheuen Sie sich deshalb nicht, mögliche Kooperationspartner zu einem Vorgespräch einzuladen und mit Ihrem Vorhaben anzusprechen. In Frage hierfür kommen z. B. örtliche Selbsthilfegruppen, das Gesundheitsamt, Krankenkassen, Schulen, die Volkshochschule, Familienbildungsstätten, Koordinatoren, das nächstgelegene Transplantationszentrum u. a. Wenn Sie die Veranstaltung zu einem besonderen Anlass planen, können Sie durch frühzeitige Kooperationsgespräche zudem vermeiden, dass es zu Überschneidungen mit Aktionen anderer Veranstalter kommt oder thematisch gleiche Veranstaltungen parallel angeboten werden.

## ■ Womit? Materialien

Zu einer effektiven Planung gehört es, frühzeitig den Bedarf an Materialien und Medien festzustellen, um diese rechtzeitig zu beschaffen. Zu nennen sind hier beispielsweise Broschüren, Bildmaterial, Vortragsfolien, Informationsstände, Ausstellungselemente, Transparente und Plakate. Zahlreiche dieser Materialien können Sie übrigens direkt von der BZgA und der DSO beziehen, deren Adressen Sie am Ende dieses Leitfadens finden.

## ■ Wo? Veranstaltungsort

Der Veranstaltungsort bestimmt maßgeblich die Atmosphäre einer Veranstaltung. Er darf weder zu groß noch zu klein sein und muss – je nach Veranstaltungstyp – entsprechende (technische) Voraussetzungen erfüllen. In Frage kommen hier

beispielsweise Säle, Foyers sowie Vortrags- oder Gruppenräume in öffentlichen Einrichtungen oder Institutionen, Straßen, Marktplätze, Kliniken etc. Sollte sich trotz sorgfältiger Planung ein Veranstaltungsräum als ungünstig erweisen, wenn beispielsweise zu einer Podiumsdiskussion in einem Saal viel weniger Besucher als erwartet kommen, dann sollten Sie flexibel reagieren und kurzfristig umplanen. Anstatt nur wenige Besucher vor dem Podium sitzen zu lassen, können Sie in einem solchen Fall z. B. die Referenten und Gäste bitten, sich in einer Ecke zu einer Art Gesprächsrunde zusammensetzen, in der sich keiner verloren fühlen muss.

### **Aktionen und Projekte: Kommunikation die anspricht**

Unter einer Aktion ist eine lebhaft öffentliche Veranstaltung zu verstehen, die einen Dialog mit der angesprochenen Zielgruppe anstrebt, indem sie Aufmerksamkeit erregt und neugierig macht. Die Menschen werden dahingehend aktiviert, dass sie sich das bereitgestellte Informationsmaterial aus eigenem Antrieb aneignen.

### **Eine gute Veranstaltung . . .**

- . . . erreicht eine hohe Beteiligung der Zielgruppe,*
- . . . gewinnt aktive Persönlichkeiten als Meinungsbildner,*
- . . . bietet konkrete Handlungsmöglichkeiten,*
- . . . ermöglicht ein Feedback.*

Als mögliche Aktionen kommen z. B. Preisanschreiben, Passantenbefragung oder ein Informationsparcours zur Organspende in Betracht. Auch Informationsstände sind eine geeignete Aktion, insbesondere, wenn sie neben Informationsmaterialien auch konkrete Handlungsmöglichkeiten anbieten und zur Eigeninitiative anregen, z. B.

zum Auslegen von Organspendeausweisen in Apotheken oder zum Verteilen im Verwandten- und Bekanntenkreis. Weitere Aktionsmöglichkeiten sind beispielsweise ein einfacher Prospekt mit einem Bestellcoupon für Informationsmaterial und Organspendeausweis oder eine Art Infomobil, das an wechselnden Stellplätzen Passanten informiert.

Projekte erstrecken sich meist über einen Zeitraum von mehreren Tagen und fassen häufig verschiedene Aktivitäten und Aktionen zusammen. Einige Beispiele können hier Ideen und Anregungen liefern: So führten beispielsweise im Vorfeld einer Podiumsdiskussion Schülerinnen und Schülern einer gymnasialen Oberstufe eine Umfrage zur Organspende durch und stellten anschließend die Ergebnisse vor. In einem anderen Beispiel besuchte eine Gruppe von Ärzten gemeinsam mit Journalisten Gaststätten, um dort die Gäste über Organspende zu informieren. Eine Kirchengemeinde widmete dem Thema Organspende eine Bürgerfunksendung.

Bei der Initiierung von Schulprojekten können übrigens gleich drei Zielgruppen wirkungsvoll einbezogen werden: Lehrer, die das Projekt planen, Schüler, die es durchführen, und Eltern, denen schließlich das Ergebnis der Projektarbeit präsentiert wird.

Aktionen und Projekte schaffen auf Grund ihrer Unmittelbarkeit gute Gelegenheiten zum direkten Dialog mit der Zielgruppe. Oftmals ziehen sie verstärkt das Interesse lokaler Medien auf sich, so dass über die konkrete Aktivität hinaus eine breite Öffentlichkeit auf das Thema Organspende aufmerksam gemacht werden kann.

### **Diskussionen und Vorträge: Hilfe bei der Entscheidungsfindung**

Diskussionsveranstaltungen oder Vorträge kommen einem erfahrungsgemäß stark vorhandenen Bedürfnis der Menschen nach fachlichen Informationen entgegen. Gerade an praktischen Fragen zur Organspende sind viele Menschen interessiert, z. B. ob es Altersgrenzen gibt oder ob man sich

vor Ausfüllen des Organspendeausweises ärztlich untersuchen lassen muss.

Eine solche Veranstaltung darf jedoch nicht mit Themen und Inhalten überfrachtet werden, da die Besucher hierdurch leicht überfordert würden. In jedem Fall sollte man zunächst die grundsätzlichen Informationen zu den drei Säulen der Transplantationsmedizin – Organspende, Organvermittlung und -transplantation – vermitteln und die gesetzlichen Regelungen erläutern, um sich dann auf ausgewählte Schwerpunktthemen zu konzentrieren.

Für den Erfolg einer Veranstaltung ist es wichtig, dass sie unter einer möglichst hohen Beteiligung der Zielgruppe stattfindet, d. h. wenn bereits im Vorfeld das Interesse möglichst vieler Menschen geweckt wird. Hier gilt: Je provokanter das Thema formuliert ist, desto eher lassen sich die Menschen zur Teilnahme an einer Veranstaltung bewegen. Allerdings dürfen damit auch keine falschen Erwartungen geweckt werden.

Einzelvorträge rufen erfahrungsgemäß meist ein vergleichsweise geringes Interesse und damit eine nur unbefriedigende Besucherresonanz hervor. Als besser geeignet haben sich Podiumsdiskussionen zu einem bestimmten Aspekt der Organspende erwiesen. Hier sollte die Fragestellung das konzeptionelle Dach bilden, gleichzeitig aber Raum für die Informationen gelassen werden, die die Besucher im Laufe der Veranstaltung für die eigene Entscheidungsfindung erwarten. Enttäuschend ist es allerdings, wenn sich hinter einem spektakulären Thema schließlich nur eine trockene Expertendiskussion verbirgt.

Pro und Kontra-Diskussionen sind nur bedingt als Informationsveranstaltung zur Organspende geeignet. Sie stoßen zwar auf ein vergleichsweise großes Interesse, da sich mit ihnen oft die Erwartung einer hitzigen Debatte verbinden, sie bergen aber die Gefahr, dass sie auf einem fachlichen Niveau ausgetragen werden, das dem Publikum unverständlich bleibt und eher Verwirrung stiftet. Das eigentliche Informationsbedürfnis der Besucher gerät hierbei allzu leicht ins Abseits.

## Die Moderation: ein zentraler Faktor

Eine einfühlsame und sachkundige Moderation ist entscheidend für den erfolgreichen Verlauf einer Diskussionsveranstaltung. Ein guter Moderator bzw. eine gute Moderatorin sollte unbedingt über die entsprechende Sachkenntnis im Bereich der Organspende verfügen und ihr positiv oder zumindest neutral gegenüberstehen. In Frage kommen beispielsweise erfahrene Journalisten der regionalen Tageszeitung oder Moderatoren des lokalen Hörfunks.

### Eine gute Moderation . . .

- . . . plant genügend Zeit für wichtige Fragen ein,*
- . . . veranlasst die Experten, „auf den Punkt zu kommen“,*
- . . . bietet Zuhörern Gelegenheit für ihre Fragen,*
- . . . kann sich auf einen unterschiedlichen Wissensstand des Publikums einstellen,*
- . . . kann fachliche Begriffe und Aspekte verständlich erklären.*

Als Bindeglied zwischen Podium und Publikum ist es vorrangige Aufgabe der Moderation, das Informations- und Diskussionsbedürfnis der Besucher wie auch die fachliche Kompetenz der Experten zu berücksichtigen und zwischen beiden zu vermitteln. Der Moderator oder die Moderatorin muss die Fähigkeit besitzen, Besucherinteressen zu erkennen und darauf einzugehen. Dazu gehört auch, sich auf einen unterschiedlichen Informations- und Wissenstand des Publikums einstellen zu können, da häufig Fachleute wie Mediziner oder Pflegepersonal aus den Krankenhäusern darunter sind und ein besonderes Interesse zeigen. Dementsprechend ist es für eine gute Moderation notwendig, die Gliederung, Struktur und Leitung einer Diskussionsveranstaltung sorgfältig vorzubereiten.

## **Das Podium: die Mischung macht's**

Bei der Auswahl der Podiumsteilnehmer kommt es vor allem auf eine ausgewogene Mischung von Experten zu den unterschiedlichen Aspekten eines ausgewählten Themas an. Alle geladenen Experten müssen im Vorfeld der Veranstaltung ein klares Briefing zu Zielen und Verlauf der Veranstaltung erhalten. Empfehlenswert ist es, sie bereits vorab um eine klare und auf die Zielgruppe abgestimmte Darstellung ihrer Kernthemen zu bitten und darauf hinzuweisen, dass eine Veranschaulichung der dargestellten Zusammenhänge durch entsprechendes Präsentationsmaterial durchaus wünschenswert ist.

Angesichts des erfahrungsgemäß starken Interesses an medizinischen Fragen der Organspende sind Experten aus dem medizinischen Bereich bei Diskussionsveranstaltungen besonders gefragt. Hierzu bieten sich vor allem Fachleute aus der Region an, die auf Grund ihrer lokalen Verbundenheit bereits Glaubwürdigkeit genießen und Vertrauen schaffen. In Frage kommen beispielsweise niedergelassene Ärzte, Krankenhausärzte und Koordinatoren aus nahe gelegenen Transplantationszentren. Betroffene aus Selbsthilfegruppen können mit der Darstellung ihrer persönlichen Lebensgeschichte die Erfolge der Transplantationsmedizin verdeutlichen, gleichzeitig aber auch die schwierige emotionale Problematik im Zusammenhang mit der Organspende vermitteln.

## **Die Multiplikatoren: eine Frage der Nachhaltigkeit**

Multiplikatoren können im Rahmen ihrer Tätigkeit erheblich zur Meinungsbildung beitragen und dafür sorgen, dass Thema und Tenor einer Veranstaltung auch über diese hinaus getragen wird. Wichtige Multiplikatoren sind beispielsweise Mediziner und Krankenhauspersonal aus der Region sowie Betroffene, die ein besonderes Interesse am Thema Organspende haben und häufig die angebotenen Veranstaltungen besuchen. Sie sollten deshalb bei der Planung und bei den

Werbemaßnahmen besonders berücksichtigt bzw. angesprochen werden. Dasselbe gilt für interessierte Laien und Mitarbeiter in sozialen Verbänden, Institutionen und Vereinen.

## **Die Öffentlichkeitsarbeit: ohne Werbung keine Resonanz**

Wer eine Veranstaltung – gleich welcher Art – durchführen möchte, muss notwendigerweise frühzeitig darauf aufmerksam machen, um die gewünschte Zielgruppe zu erreichen und zur Teilnahme zu motivieren. Zum guten Schluss sollen deshalb noch kurz einige grundsätzliche Hinweise zum Thema Werbemaßnahmen gegeben werden.

In Form von Plakaten oder Handzetteln sollte frühzeitig auf die Veranstaltung hingewiesen werden. Aus den Veranstaltungshinweisen sollte klar das Thema und die Art der Veranstaltung sowie deren Initiator, Ort und Zeitpunkt hervorgehen. Zum Plakatieren oder Auslegen eignen sich vor allem Orte mit hohem Publikumsverkehr, wie z. B. Rathäuser und Bezirksämter, Banken und Sparkassen, Apotheken, Wartezimmer in Arztpraxen und Einzelhandelsgeschäfte.

Darüber hinaus kommt der Pressearbeit eine besondere Bedeutung zu, da Presseberichte zusätzliche Aufmerksamkeit für das Thema Organspende im Allgemeinen und die Veranstaltung im Besonderen bewirken. Deshalb ist es wichtig, die Presse möglichst frühzeitig einzubeziehen und sie mit ausreichenden Informationen zu der Veranstaltung zu versorgen. Spätestens eine Woche vor der Veranstaltung sollten Sie die Redaktion der örtlichen Presse schriftlich zu der Veranstaltung einladen und sich anschließend telefonisch vergewissern, ob ein Journalist daran teilnimmt. Auf der Veranstaltung selbst sollten für die Pressevertreter Pressemappen bereitliegen, in denen grundsätzliche Informationen zur Organspende sowie Hintergrundinformationen zu der speziellen Veranstaltung mitsamt der wichtigsten Veranstaltungsdaten enthalten sind.

## Tipps für die Pressearbeit

*Für eine erfolgreiche Pressearbeit ist es notwendig, die Presse so umfassend und präzise zu informieren, dass sie auch ohne umfangreiche eigene Recherchen über ein Ereignis berichten kann. Um die Arbeit der Journalisten zu erleichtern, empfiehlt es sich, die wichtigsten Informationen in einer klaren, knappen Pressemitteilung zu formulieren und zusammenzufassen. Von besonderem Interesse für die Presse sind hierbei erfahrungsgemäß z. B.:*

- *neueste Zahlen und Fakten,*
- *Kurzberichte von Betroffenen und*
- *Statements von örtlichen Persönlichkeiten, die eventuell die Schirmherrschaft über eine Veranstaltung übernommen haben.*

## ■ Zum guten Schluss...

Auch wenn es vielleicht nicht immer so läuft, wie es gewünscht und geplant war, sollten Sie sich nicht entmutigen lassen. Wir wünschen Ihnen jedenfalls viel Erfolg und viele interessante Begegnungen bei Ihrer Arbeit. Mit Ihrem Engagement tragen Sie wesentlich dazu bei, das Thema Organspende einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen und die nötige Auseinandersetzung damit zu ermöglichen.

Medien und Materialien sowie weiterführende Literaturhinweise erhalten Sie bei der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) und bei der Deutschen Stiftung Organtransplantation (DSO).

# **organspende** schenkt Leben.

### Kontaktadressen

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung  
(BZgA)

Ostmerheimer Straße 220  
51109 Köln

Fax: 02 21/89 92-300

oder über [www.organspende-info.de](http://www.organspende-info.de)

Deutsche Stiftung Organtransplantation (DSO)

Emil-von-Behring-Passage

63263 Neu-Isenburg

Fax: 0 61 02/30 08-188

### Hinweis

Wer häufiger Projekte und Veranstaltungen plant und durchführt, findet in dem von der BZgA herausgegebenen Leitfaden „Veranstaltungen von Mensch zu Mensch“ wertvolle Hinweise und weiterführende Informationen. Dieser Leitfaden erläutert und beschreibt am Beispiel der Aidsaufklärung grundsätzliche Elemente der persönlichen Kommunikation wie Projektplanung, Aktionen und Moderation, die auch für Projekte in anderen Themenbereichen Gültigkeit haben. Der Leitfaden ist bei der BZgA gegen eine Schutzgebühr von € 34,00 unter der Bestellnummer 70 900 000 erhältlich.

# rganspende schenkt Leben.

Herausgeber: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), 51101 Köln,  
im Auftrag des Bundesministeriums für Gesundheit und Soziale Sicherung.

Alle Rechte vorbehalten.

Umsetzung: [www.projekt-pr.de/Rumberg](http://www.projekt-pr.de/Rumberg)

Auflage: 6.8.6.05 · Erscheinungsdatum: Juni 2005

Diese Broschüre ist kostenlos erhältlich bei der BZgA, 51101 Köln.

Bestell-Nr.: 60 160 100

**BZgA**

**Bundeszentrale  
für gesundheitliche  
Aufklärung**