

Nationaler Aktionstag Alkoholprobleme

Aktionsplaner

Für Veranstaltungen zum Thema Alkohol und Sucht

Gezielte Aktionen und ein aktives Auftreten in der Öffentlichkeit wecken Interesse und ermöglichen es, Informationen gezielt an die Bevölkerung weiterzugeben. Im Rahmen des Aktionstags Alkoholprobleme wird so im Zweijahresrhythmus ein Thema ausgewählt, auf das die Bevölkerung sensibilisiert werden soll. Bisherige Erfahrungen zeigen, dass es sich lohnt, aktiv auf Menschen zuzugehen, um eine Botschaft zu vermitteln.

Dieser Aktionsplaner soll Fachpersonen in der Durchführung institutioneller Aktionen unterstützen, sei es im Rahmen des Aktionstages Alkoholprobleme oder zu einem anderen Zeitpunkt. Hier finden Sie Vorschläge für Aktivitäten, Vorlagen für die Öffentlichkeitsarbeit, hilfreiche Tipps und eine Checkliste zur Durchführung der Aktionen. Der Aktionsplaner kann unabhängig von Thema oder Zielgruppe eingesetzt werden.

Ein besonderer Dank geht an die Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen e.V. (DHS), die den Aktionsplaner im Original verfasst und uns zur Verfügung gestellt hat. Wir haben ihn leicht verändert und auf schweizerische Gegebenheiten angepasst.



Wir wünschen Ihnen viel Erfolg für Ihre Veranstaltung!

Projektleitung Nationaler Aktionstag Alkoholprobleme

1. VORBEREITUNG IST DIE HALBE MIETE

Das Gelingen einer Aktion hängt von einer guten Planung ab. Welche Vorbereitungen für Ihre Aktion sinnvoll sind, erfahren Sie hier.

WER UNTERSTÜTZT SIE?

Gemäss dem Leitspruch „Gemeinsam sind wir stark.“ sollten Sie Ihr Team bzw. Gruppenmitglieder in die Vorbereitung einbeziehen, die sich zuverlässig und motiviert beteiligen und sich auf die Aufgabe einlassen. Eine Vorbereitungsgruppe kann sich um die konkrete Planung kümmern. Knüpfen Sie Kontakt zu möglichen „Verbündeten“ vor Ort – das heisst, zu anderen Gruppen, Verbänden oder lokalen Arbeitskreisen.

WELCHE ZIELE WOLLEN SIE ERREICHEN?

Überlegen Sie, was Sie mit Ihrer Aktion konkret erreichen möchten. Massgebliche Ziele können sein:

- problematischen Suchtmittelkonsum zu thematisieren,
- die Sensibilität im Umgang mit Rauschmitteln zu fördern,
- die soziale Ausgrenzung suchtmittelabhängiger Menschen zu reduzieren und
- auf Ihr spezielles örtliches Angebot für Menschen mit Substanzproblemen und deren Angehörige aufmerksam zu machen.

WEN MÖCHTEN SIE MIT IHRER AKTION ANSPRECHEN?

Diese Überlegung ist enorm wichtig, da unterschiedliche Personenkreise unterschiedlich angesprochen sein wollen. Sie können sich auf eine einzelne Zielgruppe konzentrieren oder mehrere einbeziehen. Denkbar sind die Zielgruppen

- Menschen mit und ohne problematischen Suchtmittelkonsum
- Angehörige
- Allgemeinbevölkerung
- Jugendliche
- Politikerinnen und Politiker
- Medizinerinnen und Mediziner
- Medien
- Kliniken
- Beratungsstellen
- Etc.

WAS IST IHRE BOTSCHAFT?

Die Botschaft sollte auf die Zielgruppe(n) zugeschnitten sein. Was möchten Sie vermitteln? Je klarer die Botschaft, umso einprägsamer ist sie. Entscheidend ist auch, wie Sie Ihre Botschaft vermitteln. Eine sachliche, ruhige und freundliche Ansprache mit wenig Fachbegriffen macht es einfach, ins Gespräch zu kommen.

WO UND WANN SOLL IHRE AKTION STATTFINDEN?

Ort und Zeit sind entscheidend für eine erfolgreiche Aktion. Sie wollen in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, also suchen Sie die Öffentlichkeit. Erreichen Sie die Menschen, wo sie sich aufhalten: auf Märkten, in Fussgängerzonen, Bahnhöfen, Einkaufszentren, Schulen, Kinos, im Verein, am Arbeitsplatz... Ein richtig gewählter Termin ist wichtig. Montags morgens ist kein guter Zeitpunkt, um auf Ihre Aktion aufmerksam zu machen. Achten Sie auch auf weitere örtliche Veranstaltungen, die vielleicht gleichzeitig stattfinden. Je nachdem könnte Ihnen dadurch das Publikum fehlen, andererseits können Sie gut besuchte Veranstaltungen, z. B. Stadtfeste, für Ihre Aktion nutzen.

WELCHER AUFWAND KOMMT AUF SIE ZU?

Machen Sie sich Gedanken über den voraussichtlichen Aufwand. Haben Sie genügend Mithelfer, die Sie unterstützen können? Haben Sie die Zeit, um eine zusätzliche Aktion neben all Ihren anderen Tätigkeiten durchzuführen? Kommen evtl. Kosten auf Sie zu, mit denen Sie nicht gerechnet haben? Prinzipiell kann eine Aktion sehr kostengünstig gestaltet werden, dennoch fallen oft kleine Beträge an, z.B. für Materialien, Porto oder Kopierkosten. Falls Ihnen auffällt, dass das Aktionskonzept den Rahmen sprengt, machen Sie Abstriche. Es ist besser, eine kleine Aktion erfolgreich durchzuführen, als alles nur halb. Versuchen Sie mit anderen Organisationen zusammenzuarbeiten. So können Synergien genutzt, Kosten gespart und mehr Leute durch Werbung erreicht werden.

2. DIE AKTIONEN

Die Bandbreite der Aktionsmöglichkeiten ist praktisch unbegrenzt. Die folgenden Hinweise geben Ihnen einige Anregungen. Selbstverständlich sind Ihrer Kreativität keine Grenzen gesetzt.

WIR GEHEN RAUS! AKTIONEN IN DER ÖFFENTLICHKEIT

Marktplätze, Dorfzentren, Einkaufszentren, Fussgängerzonen oder Bahnhöfe sind ideale Orte, um mit möglichst vielen Menschen ins Gespräch zu kommen, Materialien zu verteilen und für sich zu werben.

- Nehmen Sie Kontakt zu Einkaufszentren, Einzelhändlern, Baumärkten, Biomärkten, Apotheken, Fitnesscentern oder zu Ihrer Gemeinde auf. Wenn Sie einen Stand in einer Einkaufszone vorgesehen haben, ist Ihr Ansprechpartner die Gewerbebehörde.
- Vielleicht stellt man Ihnen einen Tisch zur Auslage des Materials zur Verfügung - sonst müssen Sie selbst für die entsprechende „Unterlage“ sorgen. Dabei sollten Sie auf ein klares und gutes Erscheinungsbild achten. Lieber weniger Material als zu viel!
- Unter shop.suchtschweiz.ch erhalten Sie zahlreiches Informationsmaterial zur Verteilung. Im Rahmen des Aktionstages Alkoholprobleme können Sie über die Webseite www.aktionstag-alkoholprobleme.ch eine Auswahl an Materialien kostenfrei bestellen. Ergänzt werden sollte dieses Material durch ein Falblatt mit Hinweisen auf Ihr spezielles Angebot für Menschen mit Substanzproblemen und deren Angehörige.
- Falls Sie Plakate aushängen, denken Sie auch daran, diese nach der Veranstaltung wieder abzuhängen und eventuelle Klebereste zu entfernen.
- Gerade bei spannenden Mitmach-Aktionen mit Tests wird die kritische Überprüfung des eigenen Suchtmittelkonsums angeregt. Beispielsweise ist der Rauschbrillenparcours immer sehr beliebt. Oder

stellen Sie an Ihrem Stand leere Flaschen und Weingläser auf und laden Sie die Menschen dazu ein, zu raten, wie viel Alkohol diese enthalten. Vielleicht kann dies mit einem Gewinnspiel verbunden werden.

- Eine Strassenumfrage zum Thema Alkohol ermöglicht Ihnen bereits im Vorfeld Werbung für den Aktionstag zu machen. Die Ergebnisse können im Rahmen des Aktionstages präsentiert werden.
- Um die Aufmerksamkeit der Passanten zu erreichen, eignet sich auch eine grosse (Stell-) Wand, an der Fakten zum Alkoholkonsum deutlich erkennbar stehen, oder Passantinnen und Passanten selber Alternativen zum Alkoholkonsum aufschreiben können.
- Wenn Sie die Möglichkeit haben, können Sie auch für das leibliche Wohl der Besucher/-innen sorgen, indem Sie z.B. frische Säfte oder Kuchen anbieten. Würde Sie möglicherweise ein lokaler Hersteller alkoholfreier Getränke unterstützen? Klären Sie ab, ob der (kostenfreie) Ausschank alkoholfreier Getränke an Ihrem Veranstaltungsort erlaubt ist.
- Sie können auch eine Cocktailbar aufstellen, an der leckere alkoholfreie Cocktails gemixt werden. Interessierte können selber mitmachen und ihren Favoriten auswählen. Ein Faltblatt mit Rezepten zu alkoholfreien Cocktails finden Sie z.B. auf shop.suchtschweiz.ch.
- Dokumentieren Sie Ihre Kontakte zu Ansprechpartnern und danken Sie ihnen nach der Veranstaltung für die Unterstützung. Diese freundliche Geste wird immer gerne aufgenommen.

WIR INFORMIEREN! TAG DER OFFENEN TÜR, VORTRÄGE, PODIUMSDISKUSSSIONEN

Wenn Sie keine Veranstaltung an öffentlichen Plätzen durchführen wollen, bieten sich auch Aktionen innerhalb der eigenen Einrichtung oder ein „Tag der offenen Tür“ an. Informative Vorträge können zahlreiche Menschen anlocken. Sie können Fachleute zu themenbezogenen Vorträgen und Gesprächen einladen.

- Kurze Vorträge aus psychosozialer, medizinischer oder neurobiologischer Sicht tragen zum Verständnis bei. Die Vorträge sollten für jeden verständlich und nicht mit zu vielen Fachbegriffen beladen sein.
- Auch Podiumsdiskussionen mit Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Fachrichtungen – Medizin, Pharmazie, Suchthilfe, Politik etc. – sind Publikumsmagneten. Den Teilnehmenden sollte ermöglicht werden, Fragen zu stellen und mitzudiskutieren.
- Sorgen Sie für das leibliche Wohl und bieten Sie gegen einen geringen Geldbetrag Getränke sowie kleine Snacks an.
- Informationsveranstaltungen können Sie auch an anderen Orten durchführen, je nach Zielgruppe und Botschaft z.B. in Schulen, Betrieben, Fitnessstudios, Krankenhäusern oder Apotheken. Sprechen Sie sich hier mit den Verantwortlichen ab.
- Beachten Sie hierzu auch die Tipps einer gelungenen Öffentlichkeitsarbeit.

WIR SIND KREATIV! AKTIONEN AUF ANDERE ART UND WEISE

Sie haben eine Veranstaltungsidee, die bisher noch nicht angesprochen wurde?

- Auch am Arbeitsplatz können Sie die Menschen mit Ihren kreativen Aktionen erreichen und anregen, den Alkoholkonsum zu hinterfragen. Sie können z.B. einen Gesundheits- oder Aktionstag unter dem Motto „Alkoholfrei“ durchführen. Vielleicht können Sie auch Lernende für spannende Projekte gewinnen.
- Pfarrer, Seelsorger/-innen oder weitere Ansprechpersonen in Religionsgemeinschaften sind für viele Personen erste Ansprechpartner/-innen bei Problemen und Sorgen, auch wenn es um den eigenen Alkoholkonsum oder den von Angehörigen geht. Ein erster entscheidender Anstoss kann eine Predigt oder eine eigene Aktion im Rahmen einer Kirchengemeinde sein.
- Auch in Sport-, Schützen-, Jugend- oder Gesangsvereinen können Aktionstage und Projekte durchgeführt werden. Hier können Sie z.B. Zeichen in der Kinder- und Jugendarbeit setzen. Eine

alkoholfreie Jugendparty, zum Beispiel mit alkoholfreier Cocktailbar, kommt immer gut an. Sie können auch Jugendvereine wie Blauring, Jungwacht oder Pfadi dazu einladen, eigene kreative Ideen für eine Aktion einzubringen. Womöglich sind sie bereit, ein kurzes Theater oder eine musikalische Darbietung vorzubereiten.

- Der Kreativität werden keine Grenzen gesetzt. Verschiedene Kunstformen wie Poetry Slam, Lesungen, Improvisationstheater etc. können zum Thema Alkohol umgesetzt werden und ziehen garantiert Publikum an.
- Es kann hilfreich sein, wenn Aktionen auch für Kinder etwas bieten. Sind Kinder beschäftigt, haben Sie mehr Zeit, um mit Eltern ins Gespräch zu kommen.

3. TUE GUTES UND REDE DARÜBER

VORSCHLÄGE FÜR DIE MEDIEN- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Je bekannter die geplante Aktion ist, desto grösser die Chance, dass Sie ein breites Publikum erreichen und später auf eine erfolgreiche Veranstaltung zurückblicken können. Die örtlichen Medien wie Zeitung und Radio können Sie hierbei unterstützen. Für den Aktionstag Alkoholprobleme wird von Sucht Schweiz eine nationale Medienmitteilung versandt und Ihnen vorgängig zur Verfügung gestellt. Sie können diese auf Ihre Aktion bzw. Institution abstimmen. Unabhängig davon bearbeiten wir im Folgenden, wie der Kontakt mit Medienschaffenden gelingt und Ihre Aktion vor Ort bekannt wird.

TELEFONISCHE KONTAKTAUFNAHME

- Ein telefonischer Erstkontakt mit der führenden Zeitung in Ihrer Stadt / Region ist wichtig. Die Telefonnummer finden Sie im Impressum und im Internet.
- Nachmittags ist kein guter Zeitpunkt für ein Kontaktgespräch, dann sind die Redaktionen mit der Produktion der nächsten Ausgabe ausgelastet und oftmals in Hektik. Rufen Sie besser vormittags an.
- Vielleicht werden Sie darum gebeten, zunächst die wesentlichen Informationen dem Lokalressort schriftlich zu übermitteln.
- Kündigen Sie Ihre Veranstaltung nicht allein per Mail an und versenden Sie diese nicht an eine Adresse, die mit „info“ beginnt. In solchen Sammelpostfächern landen täglich Hunderte von Mails, Ihre Veranstaltung könnte darin untergehen.
- Nach ähnlichem Prinzip können Sie auch Kontakt zu den Radiosendern Ihrer Stadt aufnehmen.

DIE MEDIENMITTEILUNG

Falls Sie nur schriftliche Informationen versenden möchten, ist eine Medienmitteilung hilfreich. Doch beachten Sie unsere Hinweise unter dem Punkt „Telefonische Kontaktaufnahme“. Ein kurzes Gespräch am Telefon ist vielfach effektiver. Hier ein paar Grundregeln zur Gestaltung:

- Beantworten Sie die wichtigsten W-Fragen: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Welche Folgen?
- Schweifen Sie nicht zu sehr aus, sondern formulieren Sie kurz und knapp: Was muss, soll, kann oder darf ich vermitteln?
- Im ersten Absatz (Lead) sollte die Essenz Ihrer Mitteilung deutlich werden – sonst drohen wichtige Informationen unterzugehen.
- Der Titel der Medienmitteilung ist wichtig, um bei Journalisten und Journalistinnen aufzufallen. Ein origineller und leicht verständlicher Titel weckt Interesse.

- Zu einer einfachen, klaren und bildhaften Sprache gehört ein Mix von kurzen und etwas längeren Sätzen (bis zu 18 Wörter).
- Auch die Gliederung ist entscheidend und erhöht die Übersichtlichkeit und Lesbarkeit. Behandeln Sie pro Absatz ein Thema.
- Fügen Sie Ihr Logo und Ihre Kontaktdaten ein, damit sich Journalisten und Journalistinnen bei Ihnen zurückmelden können.
- Wenn möglich fügen Sie ein geeignetes Bild oder Foto hinzu. So lenken Sie die Aufmerksamkeit auf die Veranstaltung.
- Es empfiehlt sich, Zitate von Fachpersonen und vor allem von betroffenen Personen einzubauen, um die Problematik zu veranschaulichen.

DAS MEDIENGESPRÄCH

Ein Medienanlass empfiehlt sich bei neuartigen Projekten und Sachverhalten, die viel Erklärung benötigen oder wenn Sie den persönlichen Austausch mit Medienschaffenden aus aktuellem Anlass pflegen möchten.

Vor dem Mediengespräch:

- Schicken Sie die Einladung zum Mediengespräch mindestens eine Woche vor dem Termin per Post oder per Fax heraus. Mail-Adressen sind für Ihr Vorhaben am nützlichsten, wenn Sie bereits Kontakt zu Journalisten und Journalistinnen haben.
- Legen Sie den Termin möglichst auf den Anfang der Woche, die dem Start der Aktion vorangeht.
- Wählen Sie einen Termin möglichst am späten Vormittag oder bis gegen 14:30 Uhr.
- Legen Sie Ihrer Einladung ein Programm Ihrer Veranstaltung bei.
- Eine genaue Wegbeschreibung stellt sicher, dass der Veranstaltungsort leicht zu finden ist.

Während des Mediengesprächs:

- Treten Sie mit maximal drei Personen vor die Journalisten und Journalistinnen.
- Versuchen Sie, Ihre Veranstaltung in etwa 15 Minuten vorzustellen.
- Schildern Sie beispielsweise den Übergang vom riskanten und schädlichen Konsum bis hin zu einer Abhängigkeit. Die Perspektive eines von Ihnen eingeladenen Betroffenen oder Mit-Betroffenen ist für Berichterstattung immer besonders interessant.
- Geben Sie nach der Veranstaltung Gelegenheit, Fragen zu stellen.
- Halten Sie wichtige Informationen über Ihre Einrichtung oder Ihre Selbsthilfegruppe schriftlich bereit (zum Beispiel: Seit wann gibt es die Gruppe? Wie viele Mitglieder hat sie? Welche gemeinsamen Aktivitäten finden statt? Wie können Interessierte die Gruppe kontaktieren?). Dieses und anderes Informationsmaterial können Sie bei dem Mediengespräch zum Mitnehmen, idealerweise in einer Medienmappe, auslegen.
- Und nicht zuletzt: Medienschaffende sind daran gewöhnt, dass es Kaffee und Mineralwasser gibt.

Nach dem Mediengespräch:

- Medienschaffende, die Ihrer Einladung nicht gefolgt sind, können Sie am nächsten Tag anrufen und ihnen anbieten, das Informationsmaterial per E-Mail oder Post zu schicken.
- Verfolgen Sie die Veröffentlichungen. Sie können bereits während des Medienkontaktes um ein Belegexemplar bitten. Handelt es sich um einen TV- oder Radiobeitrag können Sie auch um die Bekanntgabe des Ausstrahlungstermins bitten.

INTERNET & SOZIALE MEDIEN

Informieren Sie auf Ihrer Homepage über Ihre geplante Aktion. Auch soziale Medien wie Facebook, Twitter und Co. können für die Bekanntmachung genutzt werden. Hier sollten Sie das Ziel sowie die Zielgruppen im

Auge behalten. Beachten Sie auch, dass bei der Nutzung sozialer Medien eine zeitintensive Pflege vonnöten ist. Falls Sie in den sozialen Medien bereits aktiv sind, macht es Sinn, die bestehenden Plattformen zu nutzen. Suchen Sie sich ggf. technische Unterstützung und erkundigen Sie sich nach den Möglichkeiten, die für Ihre Aktion unterstützend wirken.

4. RÜCKMELDUNG ERWÜNSCHT!

TIPPS ZUR AUSWERTUNG IHRER AKTION

Haben Sie Ihr Ziel erreicht? Was ist gut gelaufen? Was könnten Sie künftig verbessern? Eine Auswertung Ihrer Aktion ist dazu da, um aus den Erfahrungen zu lernen und diese Erkenntnisse für künftige Aktionen zu nutzen.

Das könnten Sie tun:

- Halten Sie die Anzahl der Teilnehmenden, der Medienberichte sowie der verteilten Materialien fest.
- Befragen Sie die verantwortlichen Personen, mit denen Sie zusammengearbeitet haben, zur durchgeführten Veranstaltung. So können Sie erfahren, wie die Mitglieder oder die angesprochenen Zielgruppen auf die Aktionen reagiert haben.
- Händigen Sie einen kurzen Fragebogen für Teilnehmer/-innen an Ihrer Veranstaltung aus. Wenn Sie mit anderen Verantwortlichen zusammengearbeitet haben, stellen Sie sicher, dass diese auch den Fragebogen erhalten und verteilen.

Fragen können u. a. sein:

1. Fühlen Sie sich nach der Teilnahme an dieser Aktion besser über die Risiken des Suchtmittelkonsums bzw. über unser Angebot informiert?
2. Was fanden Sie besonders informativ?
3. Finden Sie das Material hilfreich bzw. ansprechend?
4. Haben Sie weitere Anregungen für künftige Aktionen?

IHRE RÜCKMELDUNG AN DIE PROJEKTLEITUNG AKTIONSTAG ALKOHOLPROBLEME

Um eine Rückmeldung für die Projektleitung des Aktionstages Alkoholprobleme zu ermöglichen, wird Ihnen nach dem Aktionstag ein Fragebogen zugestellt. Die Projektgruppe gewinnt so Erkenntnisse für die Planung und Konzeptualisierung künftiger Aktionstage, wovon auch Sie profitieren können.

MATERIALIEN

Vermitteln Sie Ihre Botschaft in Verbindung mit der Verteilung von Materialien oder Give-Aways. So kommen Sie einfacher ins Gespräch und geben den Menschen Anregungen mit nach Hause. Für den Aktionstag Alkoholprobleme stellen wir Ihnen kostenlos Materialien wie z.B. Broschüren und Faltblätter zur Verfügung. Diese können Sie auf der Webseite www.aktionstag-alkoholprobleme.ch bestellen. Führen Sie eine vom Aktionstag Alkoholprobleme unabhängige Veranstaltung durch, können Sie auf shop.suchtschweiz.ch Broschüren bestellen. Vielleicht haben Sie auch eigene Materialien, wie z. B. einen hauseigenen Flyer, die auf Ihr spezielles Angebot aufmerksam machen.

5. BEHALTEN SIE DEN ÜBERBLICK - DIE CHECKLISTE

Um den Überblick zu behalten, können folgende Checklisten hilfreich sein:

Veranstaltung:

Termin:

Ort:

Beginn:

Ende:

VORBEREITUNG

Aufgaben/Tätigkeit	Wer ist zuständig?	Bemerkungen	O.K.
Den für die Vorbereitung zuständigen Personenkreis festlegen			
Vorbereitungstreffen organisieren			
Vorbereitungsaufgaben verteilen			
Ziele, Zielgruppen und Botschaft definieren			
Veranstaltungsablauf diskutieren/ festlegen			
Methodische Ausarbeitung überlegen			
Zeitliche Planung der Vorbereitung/der Aktion			
Ort auswählen und ggf. besichtigen, reservieren, Bewilligung einholen			
Benötigte Medien und Materialien besorgen			
Um Finanzen kümmern			
Ggf. Referenten/-innen verpflichten, Absprache über Inhalt, Thema, Zeit, benötigte Materialien/ Technik			

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Aufgaben/Tätigkeit	Wer ist zuständig?	Bemerkungen	O.K.
Kontaktpersonen festlegen			
Kontakt zur Medienlandschaft herstellen			
Medieninformationen erstellen			
Medien einladen			
Mediengespräch organisieren			
Zeitpunkt für Interview verabreden			

AUFGABENVERTEILUNG FÜR DIE AKTION

Aufgaben/Tätigkeit	Wer ist zuständig?	Bemerkungen	O.K.
Leitung der Aktion			
Wer gibt nähere Infos zu welchen Themen?			
Materialien verteilen			
Fotos machen			
Ggf. technische Geräte bedienen			
Medienbetreuung			
Transportmöglichkeiten bereitstellen			
Verpflegung sicherstellen			

NACHBEARBEITUNG

Aufgaben/Tätigkeit	Wer ist zuständig?	Bemerkungen	O.K.
Rückmeldung der Teilnehmer innen und Teilnehmer festhalten			
Reflexion/ Auswertung der Aktion			
Gespräch mit Medien, Medienmitteilung			
Abbau, Aufräumen (z.B. Plakate abhängen)			
Abrechnung der ggf. entstandenen Kosten			
Aufträge, die sich aus der Aktion ergeben, bearbeiten.			