



Öffentlichkeitskonzept

Kennung: D2.2 Konzept: Öffentlichkeitsarbeit
Vorgelegt von: WP1&2 - Koordinations- und Servicestelle
Datum: 18.12.2019

MRohnePartnergewalt; Grant Agreement Nr. 856853 des Rights, Equality and Citizenship Programme 2014-2020

Einleitung

Das vorliegende Konzept soll die Öffentlichkeitsstrategie darstellen, die im Rahmen des Projekts „Marburg ohne Partnergewalt“ verfolgt wird.

Mit seiner Öffentlichkeitsarbeit verfolgt das Projekt die Ziele der Herausbildung eines öffentlichen Bewusstseins und einer gesellschaftlichen Haltung gegenüber Gewalt in Partnerschaften, der Verbreitung von Wissen über Hilfestrukturen sowie Ermutigung, diese in Anspruch zu nehmen. Weiterhin zielt die Arbeit darauf ab, Geschlechterstereotypen und sozialen Normen, die Partnergewalt befördern, abzubauen und das soziale Umfeld zu ermutigen, sich einzumischen und Hilfe anzubieten.

Das Konzept gliedert sich in eine ausführliche Beschreibung und Begründung der Öffentlichkeits-Strategie und in eine Maßnahmenliste für die zielgruppenspezifische Umsetzung. Die hier formulierten Maßnahmen sind handlungsleitend, d.h. sie sind weder endgültig noch abschließend.

Ergibt sich im Projektverlauf der Bedarf zu Erweiterungen oder Änderungen der Maßnahmenliste, die die Erreichung der hier formulierten Ziele fördern, so sind diese vorzunehmen.

Teil 1: Öffentlichkeitsstrategie

Ziel der **Öffentlichkeitsarbeit des Gesamtprojektes** ist es, Partnergewalt im öffentlichen Raum als gesamtgesellschaftliches Problem – unabhängig von sozialem Milieu oder Herkunft – zu thematisieren sowie Geschlechterstereotype und soziale Normen abzubauen, die dazu beitragen, Partnergewalt im eigenen Umfeld zu tolerieren, selbst auszuüben oder zu erdulden (IK, Art. 12-14). **Kernbotschaften** sind:

- 1) Gewalt in Partnerschaften ist keine Privatsache (Haltung).
- 2) Es ist die Verantwortung von allen, sich bei Gewalt einzumischen oder Hilfe zu holen (soziale Norm).
- 3) Es gibt unterschiedliche Hilfsangebote für Betroffene, Täter oder Zeug*innen, um handlungsfähig zu werden (Selbstwirksamkeit).
- 4) Darüber hinaus vermittelt die Öffentlichkeitsarbeit in einer Kampagne Wissen über Partnergewalt:
 - Partnergewalt hat verschiedene Formen, die auch nicht-körperlich sein können.
 - Partnergewalt und sexualisierte Gewalt gegen Frauen sind nicht unbedingt identisch. Je nach Fall sind unterschiedliche Handlungsweisen nötig oder möglich.
 - Gewalt in Partnerschaften kann subtil beginnen und sich weiter steigern (Gewaltspirale). Ein frühzeitiges Eingreifen ist besonders wichtig, um schlimmere Gewaltfolgen zu verhindern.
 - Menschen tendieren dazu, Verluste stärker zu gewichten als Gewinne. Deshalb macht die Kampagne deutlich, wie Gewalt eine Gemeinschaft schädigt. Dies ist auch wichtig, um Augenzeug*innen zu motivieren: Auch Nichtstun schadet.

Die Öffentlichkeitsarbeit orientiert sich an der “Theory of Intended Behaviour” und den Prinzipien für eine effektive Kommunikation („Insights from Behavioural Sciences to Prevent and Combat Violence against Women. Literaturereview”, Almeida et al. 2016). Die Öffentlichkeitsarbeit des Gesamtprojektes wird mit dem Praxiskonzept Öffentlichkeitsarbeit für geflüchtete Frauen und Kinder von Frauen helfen Frauen e. V. abgestimmt.

Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit sind die allgemeine Stadtbevölkerung. Zu Projektbeginn ist zu erheben, in welchem Ausmaß Partnergewalt in Marburg wahrgenommen wird und wie bekannt die lokalen Hilfestrukturen sind. Es soll herausgefunden werden, welche Gruppen bisher besonders wenig informiert sind. Für diese Gruppen werden passende Kommunikationsstrategien entwickelt, die deren Haltungen, Normen und Selbstwirksamkeitsüberzeugungen berücksichtigen und zu Verhaltensänderungen motivieren. Es sind neue Kommunikationskanäle zu erproben, um herkömmliche Kanäle der Öffentlichkeitsarbeit zu ergänzen. Zum Beispiel kann Partnergewalt in Kunst, Kultur und Sportvereinen, Ortsbeiräten und Stadtteilgemeinden, über lokale Multiplikator*innen und Meinungsbildner*innen an die Menschen gebracht werden. Bereits identifizierte Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit sind Frauen mit Flucht- oder Migrationserfahrung, die von Partnergewalt oder sexualisierter Gewalt betroffen sind, sowie Männer mit Migrationserfahrung, die häusliche Gewalt bereits verübt haben oder dafür gefährdet sind. Mehrsprachige Informationsmaterialien informieren über die Hilfsangebote in Marburg, die im Rahmen der Praxisbau-

steine ausgebaut werden. Zugang zu Menschen mit Migrationshintergrund erfolgt über Migrant*innenvereine, Initiativen, Institutionen und Gruppen, die sie unterstützen. Ein angemessenes Kommunikationskonzept wird auch für Jungen und Männer entwickelt. Es soll mögliche Vorbehalte gegenüber dem Thema abbauen sowie die eigene Rolle und Handlungsmöglichkeiten bewusstmachen. Ziel ist, Jungen und Männer als Akteure für Geschlechtergerechtigkeit und für gewaltfreie Beziehungen zu gewinnen.

Die Öffentlichkeitsarbeit für die **primäre Zielgruppe – Betroffene und Ausübende von Partnergewalt, die Flucht- oder Migrationserfahrung haben** – muss deren besondere Informationsbedarfe (Orientierungswissen und übersetzende Vermittlung von Informationen, einfache und verständliche Sprache) beachten und niedrigschwellige Zugänge nutzen. Stakeholder sind hier unbedingt einzubeziehen: Persönliche Kontakte, Schlüssel- und Vertrauenspersonen der Zielgruppen müssen gezielt durch Informationsveranstaltungen über das Programm informiert werden. Dies sind vor allem Mitarbeiter*innen der Jugendämter, Ausländerbehörden, Beratungsstellen, Personen des Freundeskreises oder sozialen Umfeldes, aber auch Polizei, Gerichtshilfe und Justizbehörden (z. B. zur proaktiven Ansprache von Selbstmeldern für das STOP-Training). Insbesondere, wenn noch keine gute institutionelle Anbindung besteht, braucht es v.a. persönliche Kontakte (über communities, MiMi-Multiplikator*innen, Migrant*innenorganisationen etc.), um Personen zu erreichen und zu informieren. In der Arbeit mit Geflüchteten hat sich der **Setting-Ansatz** als besonders gut geeignet erwiesen (z. B. „Geflüchtete Familien besser erreichen. Ideen und Erfahrungen aus dem Modellprojekt „pro familia: Flüchtlinge im Blick“ zur Gesundheit von Mutter und Kind“, Profamilia Nordrhein-Westfalen 2018). Diesen verfolgt unser Projekt, indem auf Stadtteilebene informiert wird. Insgesamt ist Zeit für Vertrauensaufbau und Beziehungsarbeit einzuplanen: durch einen guten Kontakt lassen sich auch Hemmschwellen senken, in Beratungsangebote anzunehmen. Digitale Medien können die allgemeine Information der primären Zielgruppe besonders wichtig: sie sind von überall zugänglich, gleichzeitig sind Migrant*innen und geflüchtete Menschen häufig transnational über soziale Medien (Facebook, Twitter, WhatsApp) vernetzt. Hinsichtlich der Datensicherheit ist jedoch zu prüfen, für welche Zwecke diese Medien im Rahmen des Projektes genutzt werden können. Insbesondere für die Zielgruppe der geflüchteten Frauen und Kinder sind der Informationsfluss und die Kommunikationsstrategien an deren Schutzbedürfnis anzupassen. Für diese Zielgruppe ist digitale Kommunikation nur bedingt geeignet, da bspw. Browserverläufe von Täter*innen nachvollzogen werden könnten. Eher angemessen ist Face-to-Face-Kommunikation in vertraulichen Settings mit Multiplikator*innen wie den geschulten Frauen des MiMi-Projekts.

Für die Öffentlichkeitsarbeit wird ein **Corporate Design** mit einer einprägsamen Wort- und Bildsprache entwickelt, um das Thema wiedererkennbar und langfristig im öffentlichen Raum zu verankern. Bei Partnergewalt handelt es sich um einen vielfältigen und sensiblen Sachverhalt mit einer schwierigen Rechtslage, der immer auch Themen der Gleichberechtigung und Geschlechterhierarchien berührt. Verständliche, alltagsnahe Kernbotschaften in möglichst einfacher Sprache sind daher nötig, um möglichst viele Menschen zu erreichen. Dem Netzwerk Leichte Sprache zufolge benötigen etwa 40 Prozent der Menschen in Deutschland Medien in leichter oder einfacher Sprache. Prinzipien und Erkenntnisse darüber, was und wie Menschen Texte und Sprache verstehen, werden in der Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigt. Daher soll eine PR-Agentur, die in der Kommunikation von

Geschlechtergerechtigkeit und Gleichberechtigung erfahren ist, in Hinblick auf Strategie- und Konzeptentwicklung für die Öffentlichkeitsarbeit beraten.

Die **analoge Strategie** umfasst Informationsflyer zu Hilfestrukturen bei Partnergewalt in Marburg. Sie werden in unterschiedlichen Sprachen erstellt und liegen auch in digitaler Form vor. Es werden Poster entwickelt, die über Partnergewalt aufklären. Sie werden zum Beispiel in Stadtbussen, an stark frequentierten Orten, in öffentlichen Einrichtungen oder Bildungsstätten angebracht. Begleitende Pressearbeit und Berichte in lokalen Medien und dem Stadtmagazin informieren die Stadtbevölkerung über die Projektaktivitäten. Aktionstage zum Projekt und seinen Praxisbausteinen steigern die Wahrnehmung des Themas in der Stadtbevölkerung. Inhalte und gute Praxis werden über Fachtage in die Fachöffentlichkeit kommuniziert. Eine Schwerpunktsetzung der Fachtage ist angedacht, damit einzelne Themen angemessene Beachtung finden können. Insgesamt muss darauf geachtet werden, dass klar kommuniziert wird, welche Projektpartnerin für welche Zielgruppe und in welchen Fällen die richtige Ansprechpartnerin ist. Für Zielgruppen, die über analoge Strategien nicht oder kaum erreicht werden, wird eine **digitale Strategie** entwickelt. Zielgruppen sind zum Beispiel Jugendliche und junge Menschen, Studierende oder auch Menschen mit Sehbeeinträchtigungen. In sozialen Medien soll Partnergewalt für diese Gruppen ansprechend aufbereitet und kommuniziert werden. Wichtige Orientierungspunkte sind dabei die Ergebnisse der Sinus-Jugendstudie zu Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland (2016) und der Speak!-Studie zu sexualisierter Gewalt unter Jugendlichen in Hessen. Letztere zeigt auf, dass durch Digitalisierung und technische Änderungen neue Formen von geschlechtsspezifischer Gewalt entstehen. Die digitale Strategie in der begleitenden Öffentlichkeitsarbeit soll Wege erproben, dem zu begegnen. Die digitale Strategie umfasst sowohl die digitale Bereitstellung von Informationsmaterial und Berichterstattung, darüber hinaus sollen hier auch schriftunabhängige Formate genutzt werden, wie z.B. Radio, Podcasts und andere Hörformate oder Film.

Die **Übertragbarkeit der Projektergebnisse** auf andere Kommunen wird über **fachlichen Austausch** im Rahmen von **Netzwerkarbeit und Fachtagungen** abgesichert. Etablierte Kooperationen auf lokaler Ebene (AK „Gewaltprävention“, Runder Tisch „Keine Gewalt gegen Frauen und Kinder“, EinSicht – Marburg gegen Gewalt, etc.), auf Landes- und Bundesebene (z. B. Bundesarbeitsgemeinschaft Täterarbeit Häusliche Gewalt, Landesarbeitsgemeinschaft Autonomer Frauenhäuser Hessen, Zentrale Informationsstelle Autonomer Frauenhäuser, Landesarbeitsgemeinschaft Frauen- und Gleichstellungsbüros Hessen) werden von den Projektpartnerinnen genutzt, um das Projekt vorzustellen und die Übernahme der Konzeption in vergleichbare Strukturen und Einrichtungen auf Landes- und/oder Bundesebene anzustreben. Auf europäischer Ebene sollen Kontakte und Kooperationen durch zwei Fachtagungen entwickelt werden, an denen Delegationen der Partnerstädte teilnehmen. Der fachliche Austausch zur Umsetzung gemeinsamer rechtlicher Grundlagen (bspw. der Istanbul-Konvention) und der jeweiligen lokalen Gegebenheiten und Ansätze zur Gewaltprävention soll auch dazu dienen, die Übertragbarkeit des Projektes als Ganzes oder einzelner Bausteine zu reflektieren. Für die Fachtagungen werden Dokumentationen mit Materialien und ggf. Methoden erstellt. Sie sollen digital in Deutsch, Englisch und Französisch vorliegen und über die Netzwerke der Partnerstädte verbreitet werden. Zusätzlich kann eine breite Dissemination der Ergebnisse auch über die wissenschaftlichen Netzwerke der externen Evaluationsstelle erzielt werden.

Teil 2: Zielgruppenspezifische Maßnahmen

Das Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit sieht vor, dass in der Planung und Umsetzung aller Tätigkeiten alle Einzelmaßnahmen inklusiv betrachtet werden, d.h. daraufhin überprüft und angepasst werden, inwieweit sie die Ressourcen und die besonderen Informations- und Unterstützungsbedarfe angemessen berücksichtigen.



Allgemeine Stadtbevölkerung:

Kampagne: Gesicht zeigen	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Das öffentlichen Problembewusstseins über Partnergewalt wird gestärkt. - Durch Identifikation mit den dargestellten Personen werden alle Einwohner*innen dazu aufgerufen, sich öffentlich und privat gegen Partnergewalt zu positionieren. - Vermittelt durch die Kampagne werden Personen aus der Nachbarschaft oder dem sozialen Umfeld von Betroffenen als Vertrauenspersonen wahrgenommen. - Kontakte zu Hilfsstrukturen sind bekannt
Inhalte und Methoden	<p>Plakat- und Postkarten-/Flyeraktion: Die Motive zeigen die gewonnenen Multiplikator*innen mit einem Statement gegen Partnergewalt. Multiplikator*innen sind bekannte Persönlichkeiten, Opinion-Leader*innen aus der Stadtgesellschaft und den Stadtteilen, Kontakte zu Hilfsstrukturen sind angegeben.</p> <p>Die Plakate werden an vielfrequentierte Flächen in der Stadt angebracht, Postkarten und Flyer an Zentren des gesellschaftlichen Lebens verteilt.</p>

Kampagne: Botschafter*in gegen Partnergewalt	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Das öffentlichen Problembewusstseins über Partnergewalt wird gestärkt. - Durch Identifikation mit den dargestellten Botschafter*innen werden alle Einwohner*innen dazu aufgerufen, sich öffentlich und privat gegen Partnergewalt zu positionieren. - Vermittelt durch die Kampagne werden Personen aus der Nachbarschaft oder dem sozialen Umfeld von Betroffenen als Vertrauenspersonen wahrgenommen.
Inhalte und Methoden	<p>Ansprache von Geschäften und Gruppen, die in Marburg bekannt sind und die im Alltag vieler Personen eine Rolle spielen (z.B. Bäckereien, Friseur*innen-Salons, Sportvereine, Gruppen aus der Kulturszene) Hier sind besonders solche als Teilnehmer*innen der Kampagne zu gewinnen, die im Alltag von bisher schlecht erreichbaren Zielgruppen eine Rolle spielen.</p> <p>Bilder der teilnehmenden Botschafter*innen erstellen und in Öffentlichkeitsarbeit einbinden.</p> <p>Material erstellen, das symbolisch von Botschafter*in zu Botschafter*in weitergegeben wird.</p> <p>Zugeschnittenes Kampagnen-Material in Absprache mit den Botschafter*innen erstellen</p>

Aktionstage	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Das öffentlichen Problembewusstseins über Partnergewalt wird gestärkt. - Aufklärung und Wissensvermittlung über Partnergewalt - Hilfsstrukturen sind bekannt - Die eigene Handlungsfähigkeit als Betroffene*r, als Zeug*in und als Täter*in wird gefördert
Inhalte und	<p>Ein Aktionstag wird dem Problem von Partnergewalt gewidmet. Über verschiedene Formate soll Partnergewalt ins öffentliche Bewusstsein geholt</p>

Methoden	<p>werden, es soll Wissen für das Erkennen von Partnergewalt bei sich selbst oder im sozialen Umfeld vermittelt und Informationen über die Erreichbarkeit und den Ablauf von Hilfsangeboten bereitgestellt werden.</p> <p>Mögliche Formate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filmvorführungen: dokumentarisch oder künstlerisch - Künstlerische Bearbeitung: Theater, Gemälde, Filmprojekte, etc. - Informationsmarkt mit den Anlaufstellen für Hilfe - Podiumsdiskussion
-----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Hörformate	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Das öffentlichen Problembewusstseins über Partnergewalt wird gestärkt. - Aufklärung und Wissensvermittlung über Partnergewalt - Hilfsstrukturen sind bekannt - Die eigene Handlungsfähigkeit als Betroffene*r, als Zeug*in und als Täter*in wird gefördert
Inhalte und Methoden	<p>Regionale und überregionale Radiosender sollen für eine Kooperation angefragt werden. Die Sendeformate können von einer Sendung bis zu einer Sendereihe reichen.</p> <p>Die Sendungen sind nach Möglichkeit zum digitalen Download über den Webauftritt des Projekts zur Verfügung zu stellen.</p>

Print	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Das öffentlichen Problembewusstseins über Partnergewalt wird gestärkt. - Aufklärung und Wissensvermittlung über Partnergewalt - Hilfsstrukturen sind bekannt - Die eigene Handlungsfähigkeit als Betroffene*r, als Zeug*in und als Täter*in wird gefördert
Inhalte und Methoden	<p>Regionale und überregionale Zeitungen sollen für eine Kooperation angefragt werden. Die Artikel können von einem Artikel bis zu einer Berichtsserie reichen.</p> <p>Die Artikel sind nach Möglichkeit über den Webauftritt des Projekts zur Verfügung zu stellen.</p> <p>Eigenes Printmaterial wird erstellen und öffentlichkeitswirksam platziert und verteilt.</p>

Digital	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> - Aufklärung und Wissensvermittlung über Partnergewalt - Hilfsstrukturen sind bekannt - Vermittlung zum Informationsangebot der Hilfsstrukturen - Die eigene Handlungsfähigkeit als Betroffene*r, als Zeug*in und als Täter*in wird gefördert
Inhalte und Methoden	<p>Es wird ein Webauftritt des Projekts erstellt, auf welchen in der gesamten Öffentlichkeitsarbeit verwiesen wird. Dort werden alle digital verfügbaren Öffentlichkeitsarbeits-Materialien zur Verfügung gestellt.</p> <p>Es wird für konkreten Beratungsbedarf auf die entsprechenden Hilfsstrukturen verwiesen</p>

Kommunikationskonzept Jungen und Männer

Ziele	Gewinnung von Jungen und Männern als Akteure für Geschlechtergerechtigkeit und für gewaltfreie Beziehungen
Inhalte und Methoden	Entwicklung eines Konzepts zur Ansprache von Jungen und Männern, über welches mögliche Vorbehalten gegenüber dem Thema abgebaut sowie die eigene Rolle und Handlungsmöglichkeiten bewusstgemacht werden soll. Das Konzept wird mit dem städtischen AK Jungenarbeit und der Fachstelle Jungenarbeit abgestimmt.

Betroffene und Täter von Partnergewalt

Wissensvermittlung: Bewusstsein für Partnergewalt – Betroffene	
Ziele	Betroffene erkennen ihre eigene Situation Betroffene verfügen über Wissen über ihre eigenen Rechte Betroffene haben Kenntnis von Hilfsstrukturen und werden ermutigt, diese in Anspruch zu nehmen Betroffenen wird sozialer, rechtlicher und institutioneller Rückhalt vermittelt
Inhalte und Methoden	Kooperation mit öffentlichen Begegnungs- und Bildungsstätten, Anti-Gewalt-Projekten, Vereinen, Initiativen, Institutionen und Unterstützungsgruppen, Beratung bei der Gestaltung von Angeboten zu Partnergewalt Konkrete Abstimmung der Inhalte und Methoden mit der lokalen Fachstelle (JUKO Marburg e.V.)

Wissensvermittlung: Bewusstsein für Partnergewalt – Täter	
Ziele	Täter erkennen ihre eigene Situation Täter bekommen das Ausmaß und die Konsequenzen ihres gewalttätigen Handelns vermittelt Tätern wird die soziale und rechtliche Verurteilung ihres Verhaltens vermittelt Täter werden aufgerufen, ihr Verhalten zu beenden und sich an Hilfsstrukturen zu wenden
Inhalte und Methoden	Kooperation mit öffentlichen Begegnungs- und Bildungsstätten, Vereinen, Initiativen, Institutionen und Unterstützungsgruppen, Beratung bei der Gestaltung von Angeboten zu Partnergewalt Konkrete Abstimmung der Inhalte und Methoden mit der lokalen Fachstelle (Frauen helfen Frauen e.V.)

Wissensvermittlung: Hilfsstrukturen und eigene Rechte	
Ziele	Direkt und indirekt Betroffenen sowie Tätern von Partnergewalt werden bezüglich der rechtlichen Lage zu Gewaltschutz aufgeklärt und über die Existenz sowie die Abläufe in den Hilfsstrukturen informiert. Hierüber soll die Inanspruchnahme von Hilfsangeboten gefördert werden.
Inhalte und Methoden	Kooperation mit öffentlichen Begegnungs- und Bildungsstätten, Anti-Gewalt-Projekten, Vereinen, Initiativen, Institutionen und Unterstützungsgruppen, Beratung bei der Gestaltung von Angeboten zu Partnergewalt

Konkrete Abstimmung der Inhalte und Methoden mit der lokalen Fachstelle (JUKO Marburg e.V. und Frauen helfen Frauen e.V.)

Flucht- und Migrationshintergrund

Gestaltung von Informationsmaterial und Kanälen	
Ziele	Informationsmaterial ist mehrsprachig vorhanden, zielgruppenspezifische Kanäle werden genutzt
Inhalte und Methoden	Workshops / Netzwerktreffen mit zielgruppenrelevanten Akteur*innen, Vertreter*innen aus den unterschiedlichen Communities sowie Organisationen, die mit diesen zusammenarbeiten, In Zusammenarbeit mit diesen: Überprüfung und Anpassung des Materials, mit dem Informationen über Partnergewalt und Hilfsstrukturen verbreitet wird Überprüfung und Anpassung der Verbreitungsformen und -wege Entwicklung von Informationsmaterial in einfacher Sprache sowie mehrsprachig. Informationsmaterial über Partnergewalt ist in mehreren Sprachen sowie in einfacher Sprache an relevanten Orten der Stadt Marburg zugänglich.

Aktivierung: Multiplikator*innen	
Ziele	In den jeweiligen Communities vernetzte Multiplikator*innen und neue Zugangsorte zur Zielgruppe sind identifiziert. In den jeweiligen Communities vernetzte Multiplikator*innen setzen sich aktiv für die Wissensvermittlung und Sensibilisierung innerhalb ihrer Communities ein
Inhalte und Methoden	Kooperation mit Migrant*innenvereinen, Initiativen, Institutionen und Unterstützungsgruppen, Schulungen, Vernetzung der Multiplikator*innen Abstimmung der genannten Aktivitäten zur Öffentlichkeitsarbeit mit den Multiplikator*innen zur Konkretisierung der Ansprache

Aktivierung: Anlaufstellen (Setting-Ansatz)	
Ziele	Verschiedene Anlaufstellen, die in den Lebenswelten der Communities eine hohe Alltagsrelevanz haben, sind identifiziert. Diese werden regelhaft für den Austausch von Informationen sowie über Bedarfslagen genutzt. Personen der Zielgruppe nutzen die Anlaufstellen dazu, Orientierungswissen und Informationen zu erwerben und nehmen Hilfeangebote verstärkt an.
Inhalte und Methoden	Kooperation mit Migrant*innenvereinen, Initiativen, Institutionen und Unterstützungsgruppen, Platzierung der Öffentlichkeitsinstrumente in identifizierten Anlaufstellen, Bereitstellen von Ansprechoptionen