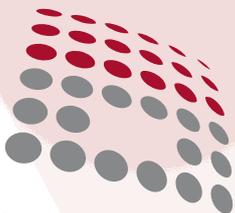


Aktionsleitfaden Shiatsu-Tage



für

- Regionalgruppen
- Shiatsu-Schulen
- Shiatsu-PraktikerInnen
- Shiatsu-SchülerInnen



Aktionsleitfaden Shiatsu-Tage

Wir als Gesellschaft für Shiatsu in Deutschland initiieren, fördern und unterstützen einmal im Jahr die bundesweiten Shiatsu-Tage. Öffentlichkeitswirksame Aktionen sollen Shiatsu bekannter machen – auch, um neue InteressentInnen anzusprechen und zu gewinnen. Seit 2005 findet die bundesweit angelegte Veranstaltung in vielen Städten und Gemeinden statt, organisiert von engagierten, Shiatsu-bewegten Menschen. Im Laufe der Jahre haben sich Aktionsformen entwickelt, die besonders erfolgreich oder besonders beliebt sind. Und jedes Jahr werden neue, tolle Ideen geboren.



TIPP:

Genau planen

Am Anfang der Veranstaltungsplanung ist es sinnvoll, die Zielgruppe genau zu bestimmen. Wichtig ist, die Planung an den eigenen Ressourcen Zeit, Finanzen und Mitwirkenden auszurichten: Was ist wirklich realistisch?

Warum dieser Leitfaden?

Dieser Leitfaden will diese Entwicklung nachzeichnen und zugleich über die Grundidee der Shiatsu-Tage informieren. Was sind die Shiatsu-Tage? Wer führt sie durch? An wen richten sich die Aktionen? Welche Aktionsformen haben sich bewährt? Kurzum: Dieser Leitfaden möchte anregen, inspirieren und einladen. Er richtet sich an GSD-Regionalgruppen, Shiatsu-Schulen, Shiatsu-PraktikerInnen und -SchülerInnen, die Lust und Interesse haben, die Aktionen selbst durchzuführen oder sich bereits bestehenden Aktionen anzuschließen.

Ziele der Shiatsu-Tage

Die Shiatsu-Tage der GSD verfolgen zwei Kernziele: Zum einen dienen sie dazu, Shiatsu bekannter zu machen. Sie bieten einen guten PR-Anlass, um zum Beispiel die Medien anzusprechen. Zum anderen dienen sie der Kundenbindung: Über Rabatte oder zeitlich begrenzte Sonderaktionen anlässlich der Shiatsu-Tage können aus kurzfristig Interessierten auch langfristige KlientInnen werden.

Zielgruppen: An wen richten sich die Shiatsu-Tage?

Die Veranstaltungen können sich an mehrere oder eine dieser Zielgruppen richten.

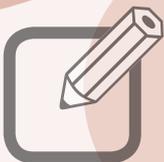
- Menschen jeden Alters und jeder Kultur, mit und ohne Beschwerden, MitarbeiterInnen in Betrieben als potenzielle KlientInnen
- Menschen mit Shiatsu-Erfahrung als potenzielle SchülerInnen
- Fachöffentlichkeit in Form von EntscheiderInnen für Gesundheitsförderung, das sind Führungskräfte in Betrieben, Gemeinden, Vereinen, Universitäten sowie in medizinisch-pflegerischen, pädagogischen und betreuenden Institutionen wie Krankenhäusern, Einrichtungen der Altenpflege und Behinderten-Betreuung, Schulen und Kindertagesstätten usw.

Aktionsfelder und Handlungsideen

Die Shiatsu-Tage teilen sich in zwei Aktionsfelder:

- Aktionsfeld 1: Menschen kommen zu uns (Angebote in Shiatsu-Schulen und Shiatsu-Praxen)
- Aktionsfeld 2: Wir gehen zu den Menschen (öffentliche Plätze, Unternehmen, Einrichtungen...)

Je nach Aktionsfeld haben sich verschiedene Angebote bewährt.



TIPP:

Presse ansprechen

Die GSD schreibt in jedem Jahr für die Shiatsu-Tage eine Musterpressemitteilung (siehe Zeitplan), die Sie durch individuelle Angaben ergänzen bzw. anpassen können. Folgende Arbeitsschritte begünstigen eine erfolgreiche Pressearbeit:

- Bestimmen Sie eine/n Zuständige/n für die Pressearbeit.
- Erstellen Sie einen Presseverteiler (relevante Medien des Landes/der Region/der Stadt und Ansprechpersonen in den Redaktionen).
- Beachten Sie unterschiedliche Redaktionsschlussstermine (Wochenblätter benötigen die Unterlagen mit einer längeren Vorlaufzeit als die Tagespresse).
- Passen Sie den Musterpresstext auf Ihre individuelle Situation an, und versenden Sie die Presseinformationen zeitgerecht. Nehmen Sie zu den wichtigsten Redaktionen vorab telefonischen oder persönlichen Kontakt auf, um die Shiatsu-Tage anzukündigen.
- Fassen Sie nach dem Versand ggf. nach, ob die Presse-Info die Redaktion erreicht hat. Schicken Sie die Presse-Information bei Bedarf noch einmal zu.



TIPP:

Feier und Tag der offenen Tür kombinieren

Wenn Sie Ihr Jubiläum in illustrierter Runde und später auch öffentlich feiern möchten, dann laden Sie Ihre Gäste zu Beginn des Tages ein. Nach einer Zeit, z.B. nach zwei Stunden, öffnen Sie dann die Türen für alle.

Aktionsfeld 1: Wir laden ein

Im Aktionsfeld 1 kommen die Menschen zu uns, wir laden sie ein. Hier hat es sich bewährt, Anlässe zu schaffen oder bewährte Veranstaltungsformen zu wählen: Für Shiatsu-Schulen und -Praxen gleichermaßen interessant sind Jubiläumsfeiern oder Tage der offenen Tür, für Shiatsu-Praxen zusätzlich Schnupperangebote.

Shiatsu-Praxen: Tag der offenen Tür

Ein Tag der offenen Tür ist ein sehr offenes, niedrighschwelliges Angebot. Hier herrscht in einem festgelegten Zeitrahmen (z.B. 11 bis 17 Uhr) ein munteres Kommen und Gehen. BesucherInnen können sich von der Shiatsu-Praxis ein eigenes Bild machen: Sie erleben die Menschen, die dort arbeiten, lernen die Räume und ein Teil des Angebots kennen. Die Gäste fühlen sich willkommen geheißen, wenn eine Ansprechperson sie begrüßt. Bewährt hat sich auch ein Programm (das sich über den Tag gern wiederholen darf), das zum Beispiel kurze Vorträge, Anwendungsbeispiele oder Demonstrationen beinhaltet.

Shiatsu-Schulen: Offener Abend

Shiatsu-Schulen wenden sich eher an potenzielle SchülerInnen, die ein großes Interesse an Informationen haben. Es bietet sich für Schulen an, die offene Zeit zu begrenzen und zum Beispiel einen offenen Abend zu organisieren. Dieser kann zielgruppenorientiert

auch etwas strukturierter ablaufen, z.B.: einführender Vortrag zu Shiatsu-Behandlungen, Fragen und Antworten zu Shiatsu und zur Ausbildung.

Shiatsu-Schulen und -Praxen: Jubiläum feiern

Möglicherweise fallen die Shiatsu-Tage und ein Jubiläum zusammen: Für Shiatsu-Praxen und -Schulen ist es ein willkommener Anlass, während der Aktion ihr „Zehn- oder Mehrjähriges“ öffentlich zu feiern. Die Feiern weisen einen etwas anderen Charakter auf als Tage der offenen Tür: Einladungen erfolgen anhand einer Gästeliste, es gibt einen festen Anfang (ggf. auch ein festes Ende) und der Ablauf ist strukturiert und wird vorher festgelegt (z.B. Begrüßung und Rede, Demonstrationen und Anwendungen, Imbiss und lockeres Beisammensein).

Shiatsu-Praxen: Schnupperangebote

Während der Shiatsu-Tage, die immer über einen mehrtägigen Zeitraum gehen, können Sie mit Schnupperangeboten locken. So können Sie während dieser Zeit zum Beispiel Shiatsu-Behandlungen von „18 bis 20 Uhr“ zu Sonderpreisen anbieten, oder einen anderen Tageszeitraum auswählen, zu dem Sie gerne eine volle Praxis hätten.

Aktionsfeld 2: Wir gehen zu den Menschen

In Aktionsfeld 2 gehen Sie zu den Menschen – dorthin, wo sie sich in ihrer Freizeit aufhalten, wo sie feiern, wo sie einkaufen oder wo sie arbeiten. Das Aktionsfeld eignet sich abhängig von der Anzahl der Menschen, die Sie am Aktionsort gleichzeitig antreffen, eher für Gruppen oder eher für Einzelne.

Öffentliche Räume und Veranstaltungen

Die Shiatsu-Tage bieten eine willkommene Gelegenheit, Shiatsu in der Öffentlichkeit zu präsentieren und mit seinem Angebot dahin zu gehen, wo die Menschen sind. Folgende Veranstaltungsorte haben sich besonders bewährt:

- Teilnahme an Straßen- und Stadtfesten, an Messen und öffentlichen Gesundheitstagen
- Besuch von Marktplätzen und Fußgängerzonen
- Besuch von Geschäften, die Ihrem Werthintergrund entsprechen (z.B. Apotheke, Buchhandlung, Bioläden)
- Angebote in öffentlichen Einrichtungen wie Theater (Shiatsubehandlung in der Pause) oder Feuerwehr

Institutionen und Firmen ansprechen

Wenn Sie das Ziel verfolgen, Ihr Angebot in Unternehmen, Stadtverwaltungen, Rathäusern, Universitäten oder anderen Institutionen dauerhaft zu etablieren, dann bieten sich die Shiatsu-Tage als Impuls hierfür an. Prüfen Sie, ob zeitgleich mit den Shiatsu-Tagen andere größere und verwandte Veranstaltungen stattfinden, z.B. betriebliche Gesundheitstage. Bieten Sie Ihre Beteiligung in Form

von Shiatsu-Behandlungen oder kleinen Kursen zum Kennenlernen zu einem Sonderpreis an. Nach der Veranstaltung nutzen Sie die gewonnenen Kontakte, um Möglichkeiten für eine längerfristige Zusammenarbeit auszuloten.

Zum anderen können Sie die Shiatsu-Tage zum Anlass nehmen, auf Ihre potenziellen Kunden zuzugehen und Ihre Angebote zu offerieren. Dieses Vorgehen bietet sich zum Beispiel an für Kitas, Schulen, Familienbildungsstätten oder Senioreneinrichtungen. Sie können Vorträge halten, um über Shiatsu zu informieren oder Schnupperbehandlungen anbieten.

WEITERE INFORMATIONEN



Ein Infoblatt mit Tipps rund um Aktionen erhalten Sie von der GSD-Geschäftsstelle. Bitte senden Sie dafür eine E-Mail mit dem Stichwort „Tipps rund um Aktionen“ an info@shiatsu-gsd.de.

Aufgabenverteilung – wer macht was?

Die GSD-Geschäftsstelle unterstützt AktionsteilnehmerInnen bei der Organisation und Durchführung der Shiatsu-Tage durch verschiedene Maßnahmen und Materialien. Vor Ort übernehmen die TeilnehmerInnen in Eigenregie die Organisation und Durchführung ihrer selbst kreierten Aktionen.

	GSD-Geschäftsstelle/Vorstand bieten an	TeilnehmerInnen setzen um
Planung	Leitfaden als Planungsgrundlage	Aktionsidee entwickeln, planen und umsetzen, bei Bedarf Gruppe bilden
Interne Kommunikation	GSD-Newsletter mit aktuellen Informationen	Aktion bei der Geschäftsstelle anmelden
Werbung und Pressearbeit	GSD-Website: Zentrale Bewerbung der Shiatsu-Tage und Veröffentlichung der Aktionen Werbematerialien: Produktpaket mit Muster-Pressinformation, Plakaten und Postkarten sowie Beachflags zu Sonderkonditionen Während des Vorbereitungszeitraums (ca. 3 Monate) GSD-Produkte zu Sonderpreisen für AktionsteilnehmerInnen	Regionale Werbung und Pressearbeit
Dokumentation	Veröffentlichung einzelner Aktionen im Shiatsu-Journal, Präsentation einzelner Aktionen auf darauffolgendem Fachtag oder Kongress	Dokumentation der Aktion

Ablaufplanung

DEZEMBER

- Bekanntgabe des Termins für die Shiatsu-Tage im folgenden Jahr
- Bereitstellung des Anmeldeformulars auf der Website
- Shiatsu-Journal: Rückblick auf die vorangegangenen Shiatsu-Tage

MÄRZ

- Shiatsu-Journal: Aufruf zur Teilnahme an den Shiatsu-Tagen im laufenden Jahr
- Shiatsu-Journal: ggf. weitere Veröffentlichung von Aktionspräsentationen im Vorjahr

MÄRZ BIS JUNI

- Dezentral: erste Planungen vor Ort (Team zusammenstellen, Ideen entwickeln, Kontakte knüpfen)

MAI/ JUNI

- GSD-Fachtag/-Kongress: Vorstellung der Shiatsu-Tage-Planung

JULI

- GSD-Newsletter Shiatsu-Tage mit Information zu den Produktpaketen (Anfang Juli)
- Produktpakete auf Bestellung bereit zum Versand (Mitte Juli)
- Bereitstellung der Muster-Pressmitteilung (Ende Juli)

AUGUST – SEPTEMBER

- Dezentral: Intensive Planungsphase der AktionsveranstalterInnen vor Ort, Pressearbeit vor Ort

MITTE SEPTEMBER – ANFANG OKTOBER

- Shiatsu-Tage: Jetzt geht's los!