

BILAG 4.5:

Brug af forskellige arenaer

Formål

I dette minikatalog finder I ideer til aktiviteter eller møder med kandidaterne, som både kan skabe en opmærksomhed, dele informationer og bidrage til en folkelig opbakning i jeres lokalområde. Aktiviteterne kan I igangsætte, før valgkampen for alvor går ind i sin slutspurt.

Aktiviteter med fokus på kandidatens opmærksomhed

Der er nedenfor samlet en række forslag til aktiviteter, som både er knyttet op på specifikke aktiviteter, dialogstarter eller skabe en opmærksomhed for kandidaten. I kan fx skabe en fælles oplevelse, som I kan snakke ud fra.

- **Lyttemøder og borgerhøringer:** I kan arrangere møder, hvor I lytter til borgernes bekymringer, forslag og livet med senfølger. Et eksempel kunne være et lyttemøde i forlængelse af rehabiliteringstræningen, hvor I inviterer en eller flere kandidater til at høre om de udfordringer, som kræftpatienter har med senfølger. Byd politikerne på en kop kaffe eller the med deltagerne.
- **Brug jeres lokale patientstøttecafé:** I kan organisere et uformelt "mød en kandidat" arrangement, hvis I driver en lokal patient- og pårørendecafé. Her kan I give mulighed for, at patienter og pårørende kan stille spørgsmål og lære om kampagnens budskaber.

- **"Walk & Talk" med kandidaten:** I kan invitere kandidaterne på en uformel gåtur i lokalområdet, hvor I sammen inviterer lokale kræftpatienter med senfølger ind til at tale direkte med kandidaten.
- **Rundbordssamtaler:** I kan invitere andre patientforeninger, eksperter, kræftpatienter og/eller lokale ildsjæle til et rundbordsmøde med en eller flere kandidater, hvor I har samtaler om senfølger, og hvad der er af udfordringer for patienter og pårørende.

Aktiviteter med fokus på vidensdeling og dialog

Der er nedenfor samlet en række aktiviteter, som måske bryder med de traditionelle kampagneformer, men som kan skabe en energi og opmærksomhed, og så er det en god mulighed for at komme i dialog med interesserede, kræftpatienter, pårørende og kandidater. Derudover kan aktiviteterne skabe en folkelig opbakning i jeres lokalområde, så kandidaterne kan mærke vigtigheden af jeres budskaber.

- **Temamøder eller foredrag:** I kan arrangere temamøder eller foredrag, hvor I inviterer en eller flere oplægsholdere til at fortælle om, hvad senfølger efter kræft er. Det er altid en god ide at invitere kandidaterne med til et sådant temamøde og ellers et åbent arrangement for patienter, pårørende og andre interesserede. Et godt tip er at høre, om Kræftens Bekæmpelses

fortællerkorps vil stille op med en fortæller, som har senfølger – det er en god hjertefortælling.

Fortællerkorpset: <https://www.cancer.dk/ungkraeft/fortaellerkorps/om-fortaellerkorpset/>

- **Pop-up-events:** I kan arbejde på at være synlige i byrummet med små arrangementer som en fx "Demokrati-café", en "politisk debat på torvet" eller jeres lokale Stafet for Livet. I kan også sætte en lille stand med bannere og informationsmaterialer på travle steder (torve, gågader, stationer, kræmmermarkeder mv). Inkluder interaktive elementer, f.eks. en quiz eller en "ram en senfølge", som beskrives nedenfor:

- *Quiz om senfølger*

Med quizzen bliver deltagerne kloge på, hvad senfølger er. Quizzen er et redskab til at skabe en dialog med deltagerne om senfølger, og den kan bidrage til at skabe en større opmærksomhed på nogle af de problemstillinger og udfordringer, som patienter oplever efter deres kræftbehandling. Quizzen finder I på www.frivillig.dk.

- *Ram en senfølge*

Ram en senfølge er en aktivitet, som I kan bruge på torvet, til kræmmermarked eller i en anden sammenhæng. Aktiviteten kan være med til at skabe en opmærksomhed på variationen af senfølger. Aktiviteten kan være en god dialogstarter til, at I kan tale videre om, hvad senfølger er. Senfølgeikonerne, som I kan printe, klippe ud og tape på dåser finder I på www.frivillig.dk under temaet Senfølger.'

- *Sæt fokus på føleforstyrrelser/nerveskader*

Bestemte typer af kemoterapi kan give nerveskader til nervebanerne. Skaderne kan spænde fra fx let ændret følesans i fingre og tæer til gangbesvær. Nogle patienter beskriver nerveskaderne som en følelse af at have små sten i skoene eller som at gå på vat. I kan bruge aktiviteten forskellige steder og opfordre deltagerne til at tage sko på med perler i eller at tage sko og strømper af og gå en tur på vat.

Materialer I skal bruge til aktiviteten:

- Sko fx træsko eller gummistøvler
- Perler I kan lægge i støvlerne
- Pladevat evt. sat fast på et underlag, fx et stort stykke pap

- **Krea-workshop:** I kan arrangere events eller workshops, hvor frivillige eller kræftpatienter laver kreative materialer med fokus på, hvad senfølger er. Det kan fx være malerier, plakater eller lignende, som I kan få udstillet på det lokale bibliotek eller andre offentlige steder. I kan med fordel invitere kandidaterne til at deltage.
- **Flashmobs eller happenings:** I kan være kreative og skabe en kort og opsigtsvækkende begivenhed i offentligheden, der sætter fokus på kampagnens budskab – senfølger og livet efter kræft.
- **Del fotos eller rørende historier på sociale medier:** I kan opfordre frivillige, borgere og pårørende til at dele deres billeder og historier af livet med senfølger. Gør brug af et specifikt hashtag, som I opfordrer politikerne til at holde et øje med.

- **Forslag fra borgerne:** I kan opsætte stande i bymidten eller bruge digitale værktøjer til at indsamle forslag fra borgerne til, hvordan man kan hjælpe borgere med senfølger i jeres kommune. Det kan bruges til at styrke jeres budskaber med direkte borgerinput, og noget som I kan arbejde videre med efter valgkampen.
- **Flyeruddeling:** I kan dele flyers ud på relevante steder (fx foran skoler, supermarkeder, sportsarrangementer, Stafet for Livet eller kræmmermarked). Det er en nem måde at sprede jeres budskaber på.
 - Tilføj en personlig tilgang, hvor frivillige deler korte budskaber, når de uddeler.
- **Postkortaktion:** I kan i forskellige sammenhænge (på torvet, til Stafet for Livet, et sportsarrangement eller lignende) uddele postkort med en opfordring til at sende det til en politiker med et budskab eller dele det på sociale medier under et hashtag, som I opfordrer folk til at bruge.
- **Historiefortælling:** I kan gøre brug af Kræftens Bekæmpelses fortællerkorps, hvor flere af fortællerne kan have senfølger. Det er god hjertefortælling, som I kan bruge i forskellige sammenhænge. Fortællerkorpset: <https://www.cancer.dk/ungkraeft/fortaellerkorps/om-fortaellerkorpset/>
- **Film om senfølger:** I kan i forskellige sammenhænge gøre brug af Kræftens Bekæmpelses korte film, hvor kræftpatienter fortæller om det at leve med senfølger efter deres kræftbehandling. I kan fx bruge filmene på en storskærm eller vise dem på en computer, hvis I skal holde et oplæg og derigennem skabe en opmærksomhed fra patienternes vinkel.
Film med Karsten
Film med Julie
Film med Bente
- **Senfølgebannere og andre senfølgematerialer:**
I kan på www.frivillig.dk bestille diverse materialer, som illustrerer, hvad senfølger er.