

Information tut gut!

Tipps zur Planung und Durchführung einer lokalen Demenz-Kampagne

von Birgit Leuderalbert, Leiterin des Projektes „Teilhabe am Leben“

■ Demenz ist ein Tabuthema. Aus Angst vor Ausgrenzung haben nur wenige Betroffene den Mut, sich öffentlich zu ihrer Krankheit zu bekennen. Im Rahmen des Projektes „Teilhabe am Leben“ wurde deshalb die Demenz-Kampagne „Information tut gut!“ konzipiert und durchgeführt. Sie bildet den Auftakt zu einer fortlaufenden Informations- und Aufklärungsarbeit in der Gemeinde Legden. □

Die Demenz-Kampagne setzt – in einem zeitlich begrenzten Rahmen – konzentriert Aktionen und Veranstaltungen rund um das Thema Demenz mit der Zielsetzung, der Erkrankung den Schrecken zu nehmen, die Vielfältigkeit von Menschen mit Demenz darzustellen und sie nicht allein auf ihre kognitiven Defizite zu beschränken sowie das Bewusstsein zu schaffen, dass Demenz uns alle angeht. Bei der Vorbereitung ist es wichtig, zu beachten, dass eine Demenz-Kampagne nur dann erfolgreich sein kann, wenn sie auf die Bedarfe und Bedürfnisse der Menschen vor Ort zugeschnitten ist. Die Inhalte müssen zu den Bürgerinnen und Bürgern in der jeweiligen Kommune passen.

Schritte zur Planung und Durchführung

1. Schritt: Bestandsaufnahme des lokalen Netzwerks

Welche Akteure und sozialen Netzwerke sind vor Ort vorhanden?

Zum Beispiel:

- Anbieter von Versorgung, Pflege und Therapie
- Freizeit- und Kultureinrichtungen
- Öffentliche Einrichtungen
- Familie, Freunde, soziale Gemeinschaften

2. Schritt: Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger sowie der Netzwerkpartner

- Das sind im Wesentlichen: Menschen mit Demenz oder stellvertretend Angehörige von Menschen mit Demenz, Vertreter von örtlichen Vereinen und Verbänden, Örtliche Anbieter von Versorgung, Pflege und Therapie, Vertreter von Kinder- und Jugendeinrichtungen, Kindertagesstätten und Schulen, Vertreter von öffentlichen Einrichtungen, Kirche
- Frühzeitige Einbindung der unterschiedlichen Netzwerkpartner aus Haupt- und Ehrenamt im Rahmen von „Ideenschmieden“ (Gestaltung der Ideenschmieden: persönlicher Kontakt, offene Fragestellungen und Diskussionen in Form eines „Viereckengesprächs“, Sammlung erster Ideen und konkreter Ansatzpunkte bzgl. zukünftiger Handlungsfelder)

3. Schritt: Recherche zu vergleichbaren Projekten

- Recherchen zu bereits durchgeführten Demenzkampagnen anderer Projekte. Im Rahmen des Projektes „Teilhabe am Leben“ waren das zum Beispiel:
- Demenzkampagne Ostfildern: „Wir sind Nachbarn“

- Demenzkampagne München: „Verstehen Sie Alzheimer?“
- Demenzkampagne Rheinland-Pfalz
- Arnsberger „Lern-Werkstadt“ Demenz

4. Schritt: Nutzung der Kompetenzen von Netzwerkpartnern

Haupt- und ehrenamtliche Netzwerkpartner sowie „Meinungsträger“ sollten mit ihren Kompetenzen in das Gesamtprogramm eingebunden werden. Das bietet zum einen den Vorteil einer höheren Akzeptanz der Demenz-Kampagne in der Bevölkerung, zum anderen aber auch den Zugang zu neuen Netzwerkpartnern, wie Kindergärten, Familien mit Kindern, Kirche, (Sport-)Vereinen etc.

5. Schritt: Planung der Demenz-Kampagne

- Entwicklung eines Slogans
- Festlegung von Themen (z. B. Demenz in der Familie, Demenz und Bewegung, Demenz und Kultur, Demenz und Spiritualität)
- Festlegung des Zeitrahmens und der Akteure
- Neue und unkonventionelle Informationswege ausprobieren (zum Beispiel Walkingangebot, Bauernhofbesuch, Büchertische und Informationstaschen in Büchereien,

Gottesdienste, Rudelsingen, Filmveranstaltungen, Museumsführungen, Tandem-Fahrradaktionen

- Neue Zielgruppen erschließen (z. B. Kinder- und Jugendliche, Vereine, Familien)

6. Öffentlichkeitsarbeit

- Schirmherrschaft für die Kampagne bestimmen zur Steigerung des öffentlichen Interesses und der Reichweite der Kampagne
- Entwicklung von Flyern und Plakaten/Postkarten
- Fortlaufende Pressearbeit zu Veranstaltungen und Terminen
- Veranstaltungshinweise auf der Projekt- oder Trägerhomepage
- Persönliche Ansprache der Netzwerkpartner und Beteiligung im Rahmen der Informationsweitergabe
- Auftaktveranstaltung zu Beginn der Kampagne

7. Nachhaltige Sicherung der Ergebnisse

- Schriftliche Befragung der Teilnehmenden der Demenzkampagne
- Auswertung der Befragungsergebnisse
- Evaluation der Veranstaltungen durch die beteiligten Akteure
- Verstetigung erfolgreicher Aktionen/Veranstaltungen zu einem regelmäßigen Angebot

8. Fortlaufende Informations- und Aufklärungsarbeit

- Planung weiterer Aktionen und Veranstaltungen nach Abschluss der konzentrierten Demenz-Kampagne unter Beteiligung der Netzwerkpartner
- Durchführung von Multiplikatorenschulungen zum Thema Demenz für unterschiedliche Zielgruppen ■

Linktipp

Das Projekt „Teilhabe am Leben – Integration von Menschen mit Demenz in das dörfliche Leben in Legden und Asbeck“ ist ein Teilprojekt des Regionale-Projektes „Älter werden im ZukunftsDORF – Leben und Lernen über Generationen“ im Rahmen der Initiative ZukunftsLAND – Regionale 2016. Es wird gefördert vom Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter des Landes NRW sowie aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung.

Weiterführende Informationen:

www.teilhabe-legden-asbeck.de



Foto: © Birgit Leuderaltbert



Foto: © Jessica Beck/Münsterland-Zeitung



Foto: © Alexandra Thomas/Altenwohnhaus St. Josef Legden

Im Rahmen der Demenz-Kampagne „Information tut gut!“ waren es insbesondere unkonventionelle Aktionen wie das „Gemeinsame Radfahren“, „Hus un Hoff“ – ein Bauernhofbesuch für Familien mit und ohne Demenz – sowie das „Rudelsingen“, mit denen viele Betroffene und auch die allgemeine Öffentlichkeit erreicht werden konnten.