

Woche der Demenz in Niedersachsen

Handreichung
zur Organisation der Woche der Demenz in den Landkreisen
und kreisfreien Städten in Niedersachsen



Anlage

1. Abschlussbericht Wochen der Demenz 2022 in der Region Hannover
2. Veranstaltungsideen zur Woche der Demenz
3. Broschüre der Wochen der Demenz 2022 in Stadt und Region Hannover

Gefördert durch:



**Niedersächsisches Ministerium
für Soziales, Arbeit, Gesundheit
und Gleichstellung**

Erarbeitet vom
Gerontopsychiatrischen Kompetenzzentrum & Landesfachstelle Demenz
Caritas Forum Demenz
www.caritasforumdemenz.de

in kooperativer Unterstützung von
der Arbeitsgemeinschaft „Wochen der Demenz Hannover“

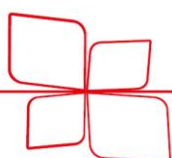
Alzheimer
Gesellschaft
Hannover e.V.



Landeshauptstadt

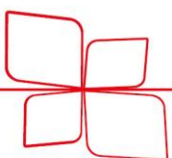


Stand: Dezember 2022



Inhaltsverzeichnis

Warum überhaupt eine Woche der Demenz?	2
Ziele	2
Vorgehen	3
Aufbau einer Steuerungsgruppe	3
Erstes Rundschreiben.....	4
Die Broschüre/ der Flyer entsteht	5
Weitere Rundschreiben	5
Durchführung der Woche(n) der Demenz	6
Reflexionstreffen der Steuerungsgruppe	6
Stolpersteine	7
Zeitstrahl	8
Fazit	8
Checkliste – Vorgehen zum Abhacken.....	9



In Ihren Händen halten Sie eine Handreichung, die Ihnen helfen soll, in Ihrem Landkreis oder Ihrer Stadt die Woche der Demenz als eine gebündelte Kampagne zu etablieren. Die Grundlage dieser Empfehlung bildet die Erfahrung aus den Ersten Wochen der Demenz 2022 in der Landeshauptstadt und in den 21 Städten und Gemeinden der Region Hannover. Diese Erfahrungswerte fließen hier ein und es ist unser Ziel, auch nach Ihren Erfahrungen diese Empfehlung fortzuschreiben und zu adaptieren.

Warum überhaupt eine Woche der Demenz?

Derzeit sind 1,8 Millionen Menschen in Deutschland an einer Demenz erkrankt. Angesichts des demografischen Wandels und der damit verbundenen Alterung ist davon auszugehen, dass die Zahl der Erkrankten im Jahr 2050 auf 2,4 Millionen bis 2,8 Millionen ansteigen wird.

Die Nationale Demenzstrategie mit vier Handlungsfeldern, 27 Zielen und 162 konkreten Maßnahmen will die Gesellschaft für das Thema Demenz sensibilisieren, mehr Aufklärung schaffen und die Teilhabe von Menschen mit Demenz und deren Angehörigen in der Gesellschaft ermöglichen. Unter Maßnahme 1.5.1. finden wir die „Etablierung der Woche der Demenz“. Demnach sollen alle Akteure sich mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen in der Woche der Demenz beteiligen. Hier der Link zur Publikation: https://www.nationale-demenzstrategie.de/fileadmin/nds/pdf/2020-07-01_Nationale_Demenzstrategie.pdf

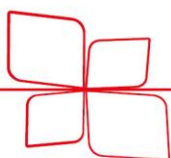
Seit 1994 gibt es weltweit Aktionen rund um den Welt-Alzheimerstag. Jährlich findet er am 21. September statt. Die Alzheimer Gesellschaft stellt jedes Jahr die Woche der Demenz unter ein bestimmtes Motto und stellt kostenlose Plakate und Flyer zur Verfügung. Akteure können Ihre Veranstaltungen auf der Website <https://www.deutsche-alzheimer.de/ueber-uns/welt-alzheimerstag> veröffentlichen. Auch die Auftakt- und Abschlussveranstaltung Ihrer Woche der Demenz kann hier platziert werden!

In vielen Städten und Gemeinden, vielleicht auch bei Ihnen, finden seit Jahren verschiedene Veranstaltungen rund um den Welt-Alzheimerstag statt. Diese werden von verschiedenen Akteur:innen angeboten und sind meistens nicht miteinander abgesprochen. In der Region Hannover wurden die Wochen der Demenz ins Leben gerufen, um für die Bürger:innen alle Veranstaltungen auf einen Blick zu bündeln, besser zu bewerben und zugänglich zu machen. Interessierte sollten somit leichter das passende Angebot für sich finden können.

Ziele

Welche Ziele wollen wir mit der Woche der Demenz und der Bündelung von Veranstaltungen erreichen?

Sicherlich steht im Vordergrund der Wunsch, die **Öffentlichkeit für das Thema zu sensibilisieren** oder, wie es in der Nationalen Demenzstrategie steht, die **öffentliche Wahrnehmung zu steigern**. Wenn wir geschlossen für ein Thema eintreten, können wir **Synergien nutzen, voneinander profitieren und lernen**. Wir erwecken **neue Ideen und kreatives Tun** in den Einrichtungen und auch in Gemeinden, die sich ggf. noch nie mit dem Thema Demenz beschäftigt haben. **Gemeinsam** erfahren wir, dass wir **an einem wichtigen Thema** arbeiten und dürfen **Konkurrenzdenken abbauen**.

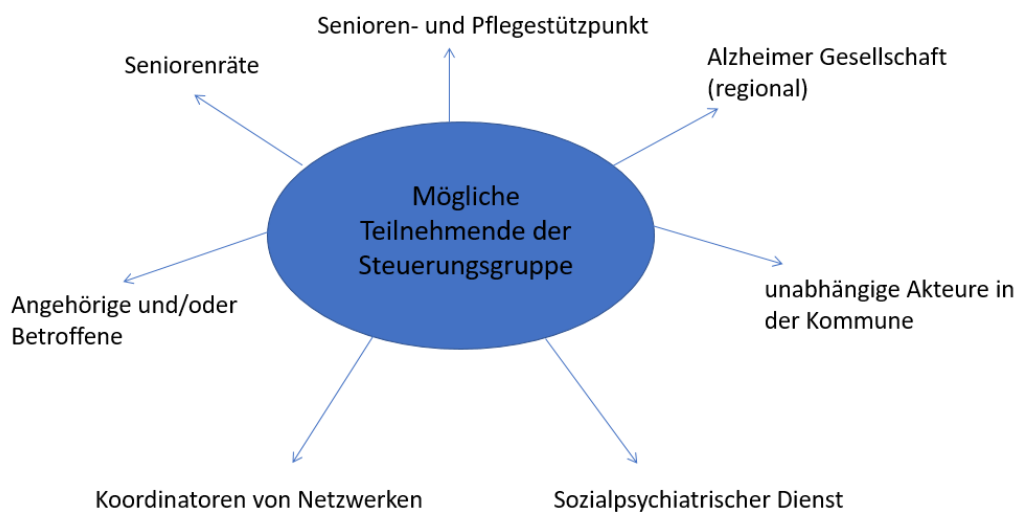


Neue **Kooperationen** können hier **entstehen** und **Kosten** für Personal oder Flyer können **gespart** werden. Eine gebündelte kommunale Kampagne kann **mehr Aufmerksamkeit** erlangen und Presse, lokales Radio oder andere **Medien aktivieren** und mehr **Interessierte erreichen**.

Vorgehen

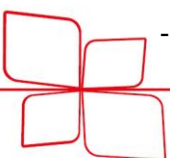
Aufbau einer Steuerungsgruppe

Es muss Menschen geben, die die Fäden in der Hand halten: Verbündete, denen das Thema am Herzen liegt, die gerne vernetzend tätig sind. Wir empfehlen **neutrale Akteur:innen** aus verschiedenen Settings, damit die Woche der Demenz einen neutralen kommunalen Rahmen behält und damit innerhalb der Steuerungsgruppe bereits Vernetzung stattfindet. Unsere Empfehlung dazu ist die Gewinnung von 4 bis 6 Akteur:innen: Mitarbeitende aus dem Senioren- und Pflegestützpunkt, aus der regionalen Alzheimer Gesellschaft, aus der Verwaltung (Sozialpsychiatrischer Dienst, Betreuungsstelle?), aus der Freiwilligenagentur oder Vertretende aus den Senioren(bei)räten, aus der Lokalen Allianz für Menschen mit Demenz, aus der Fachgruppe Gerontopsychiatrie u.ä.



Die Steuerungsgruppe (SG) braucht einen Rahmen. Dazu empfehlen wir folgende **allgemeine Vereinbarungen** zu treffen:

- Wer übernimmt die Koordination/ Sprecherfunktion in der SG?
Dazu können folgende Aufgaben gehören:
 - o Moderation
 - o Verschicken der Einladung
 - o Protokollschreiben (ggf. Rotation in der SG)
 - o Präsentation nach Außen
- Wie oft treffen wir uns? An welchen Tagen, um welche Uhrzeit?
 - o Am Anfang reichen monatliche Treffen, vor der Woche der Demenz wird ein wöchentlicher Austausch notwendig.
- Treffen wir uns online oder in Präsenz?
Wenn in Präsenz, wo?
- Welche zeitlichen und fachlichen Ressourcen kann jeder von uns einbringen?



Die SG hat ein konkretes und zeitlich festgelegtes Ziel: Die **gebündelte Gestaltung der Woche der Demenz** im jeweiligen Jahr. Auch dieses Ziel braucht einen **Rahmen**, der am Anfang festgesteckt werden muss:

- Welcher zeitliche Rahmen soll für die Woche der Demenz gesetzt werden? Eine Woche, wie von der Alzheimer Gesellschaft vorgegeben, oder lieber der halbe oder ganze September, damit Veranstaltungen besser verteilt werden?
- Ist ein Schwerpunktthema vorgesehen?
- Welche finanziellen Mittel haben wir? Wie viel kann jeder Akteur:in beisteuern? Gibt es Spenden-/ Stiftungsgelder, die akquiriert werden können? Gibt es mögliche Sponsor:innen?
- Soll eine Broschüre oder ein Flyer gedruckt werden? In welchem Umfang? In welcher Auflage? In welchem Layout? Wer übernimmt welche Arbeit?
- Termine für Auftakt- und Abschlussveranstaltung finden
 - o Erste Ideen für Inhalt bestimmen
 - o Räumlichkeiten buchen
- Wer sind wichtige Player:innen, die die Woche der Demenz in die Öffentlichkeit tragen können? Bürgermeister:in? Landrat/ -rätin?
Wer kann das Vorwort zur Broschüre schreiben? Wer kann die Eröffnungsrede halten?
- Wer informiert wichtige Player:innen? Wer fragt Unterstützung an?
- Wie kann kostengünstig und effektiv Werbung betrieben werden?
- Soll die Woche der Demenz evaluiert werden? Feedbackbögen von Veranstalter:innen Feedbackbögen von Teilnehmenden?

Erstes Rundschreiben

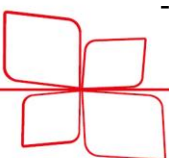
Die SG soll als neutrale Akteurin agieren. So ist es wichtig, dass genau überlegt wird, welche Anbieter:innen angeschrieben werden. Damit die SG nicht wettbewerbsverzerrend arbeitet, müssen entweder alle Einrichtungen einer bestimmten Kategorie oder keine angeschrieben werden.

Mögliche Akteur:innen, die angeschrieben werden, können sein:

- ⇒ Pflegeheime
- ⇒ Kliniken
- ⇒ Tagespflegen
- ⇒ Ambulante (psychiatrische) Pflegedienste
- ⇒ Angebote zur Unterstützung im Alltag
- ⇒ Beratungsstellen
- ⇒ Städte, Gemeinden, Stadtbezirke
- ⇒ Kinos
- ⇒ Theater
- ⇒ Museen
- ⇒ Sportvereine
- ⇒ Kirchenverbände
- ⇒ Verbände

Wir empfehlen direkt mit dem ersten Anschreiben, in dem sich alle wichtigen Infos zur geplanten Woche der Demenz befinden, einen befristeten Anmeldebogen zum Melden einer Veranstaltung mitzuschicken. Das Anschreiben sollte außerdem folgende wichtige Hinweise beinhalten:

- die geplanten Veranstaltungen in der Woche der Demenz dürfen nicht Werbezwecken dienen,



- die Veranstalter:innen sind selbst für die Bewerbung ihrer Veranstaltung zuständig,
 - das endgültige Fristende für die Meldung von Veranstaltungen.
- Das kostengünstige Verschicken per E-Mail durch eine kommunale Stelle hat sich hier als ausreichend erwiesen.
- Gerne können auch Ideen zur Woche der Demenz als Anregung (s. Anlage 2) mitgeschickt werden. Es empfiehlt sich, ein Erinnerungsschreiben vor Fristende zu verschicken.

Die Broschüre/ der Flyer entsteht

Die SG muss entsprechend ihren finanziellen Kapazitäten entscheiden, ob der Druck einer Broschüre oder eines Flyers möglich ist. Wir empfehlen jedoch eine gedruckte Version aufgrund der älteren Zielgruppe und eine zusätzliche digitale Darstellung. Im Folgenden wird von Broschüre gesprochen. Damit ist jedoch auch eine reduzierte Flyer-Version gemeint.

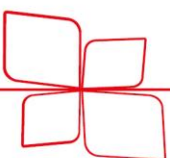
Eine gebündelte Broschüre (auch in digitaler Form) ist das Herzstück der Aktion. Sie steht für Vernetzung, gemeinsames und gebündeltes Vorgehen. Folgende Punkte sollten gut bedacht werden:

- Welches Layout wählen wir? Welches Titelbild mit Wiedererkennungswert?
- Sind alle Logos der Teilnehmenden der SG in der Broschüre?
- Wer schreibt das Vorwort?
- Ist das Motto der Woche der Demenz bereits veröffentlicht und können wir das in unsere Broschüre einpflegen? (Das bundesweite Motto wird im März auf <https://www.deutsche-alzheimer.de/ueber-uns/welt-alzheimerstag> veröffentlicht.)
- Wieviel Platz erhält jede Veranstaltung in der Broschüre? ⇒ Dementsprechend muss der Anmeldebogen für Veranstaltungen angepasst werden.
- Auf welchen Websites erscheint die Broschüre?
- Wo wird die Broschüre ausgelegt?
- Gedruckte Broschüren sollten an alle Veranstalter:innen verschickt werden.
- Kann ein Plakat mit Wiedererkennungswert an alle Veranstalter:innen als PDF zum Ausdrucken verschickt werden?
- Kann man eine gut lesbare Übersicht aller Veranstaltungen in einem kurzen Flyer oder auf einem Plakat abbilden? Ist ggf. zusätzlich der Druck von Postkarten mit QR-Code möglich?

Weitere Rundschreiben

Endlich ist die Broschüre gedruckt und wird diesmal mit dem zweiten Rundschreiben per Post an alle Veranstaltenden verschickt. Darin wird bereits auf die Auftakt- und Abschlussveranstaltung hingewiesen.

Im Dritten Anschreiben an alle (erste Liste potenzieller Veranstalter:innen und wichtiger Player:innen) wird die Woche der Demenz eingeläutet und alle werden zur Auftakt- und Abschlussveranstaltung eingeladen. Das vierte Anschreiben richtet sich erneut an die Veranstalter:innen und bringt Dankbarkeit und den gemeinsamen Erfolg zum Ausdruck.



Durchführung der Woche(n) der Demenz

Auftakt

Eine Auftaktveranstaltung erfordert etwas Aufwand: einen großen Raum, Catering (In Hannover haben sich Brezel und Getränke bewährt.), ein oder mehrere Referierende, Einbindung von wichtigen Player:innen.

Doch viele Vorteile liegen auf der Hand:

- Erreichen einer großen Zielgruppe
- Interessen bei einflussreichen Personen können geweckt werden
- Ggf. Gewinnung weiterer Teilnehmenden
- Lokale Presse wird hier aufmerksam
- Öffentliche Sensibilisierung für das Thema Demenz

Ein möglicher Ablauf könnte sein:

- Stehcafé / Ankommen
- Grußworte (von einer bekannten Persönlichkeit, von wichtigen Player:innen aus der kommunalen Verwaltung/ Organisator:innen, von jemandem aus dem Nds. Sozialministerium?)
- Impulsvortrag zum Thema Demenz/ Schwerpunktthema
- Pflegende Angehörige (ggf. Betroffene) zu Wort kommen lassen
- Vorstellung und Bericht der Steuerungsgruppe
- Ausklang bei Gesprächen und Kaffee

Der Auftakt kann gut durch einen geselligen Beitrag begleitet werden, z.B. musikalische Einlagen, Walkact, Clown, Poetry Slam o.ä.

Als Auftakt ist es auch möglich, ein größeres Event zu planen mit einer Eröffnungsrede, z.B. Autorenlesung, ein Konzert, ein Poetry Slam-Abend oder ein Theaterstück.

Abschluss

Eine Abschlussveranstaltung kann auch als ein Reflexions- und Dankestreffen für Veranstaltende genutzt werden. Falls ein Feedbackbogen verschickt wurde, können hier die Ergebnisse präsentiert werden. Ansonsten kann es sich einfach um einen gemeinsamen Austausch beim Frühstück oder Kuchen über die Erfahrungen und Wünsche für das nächste Jahr handeln.

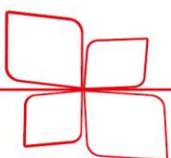
Auch hier ist es möglich, wie beim Auftakt mit einem großen öffentlichen Event abzuschließen.

Reflexionstreffen der Steuerungsgruppe

Zuerst sollte die SG ihren Erfolg feiern! Ein gemeinsames Essen oder ein geselliger Ausflug motiviert und verbindet.

Zudem sollten die Ergebnisse aus der Abschlussveranstaltung sowie ein konstruktiver Rückblick in der SG unbedingt vorgenommen werden. Konkrete Fragen sind hier:

- Welche Erfolge können wir verzeichnen?
- Was war gut und sollte beibehalten werden?
- Was war nicht gut und muss anders laufen?
- Was konkret wollen wir im kommenden Jahr verändern?



Stolpersteine

In den Wochen der Demenz in und um Hannover haben sich folgende Stolpersteine herauskristallisiert, die man von Anfang an im Auge behalten sollte:

Werbung

Das Thema Demenz braucht viel Werbung und Sensibilisierung. Wir machen großartige, kreative Veranstaltungen und es kommen wenige oder immer „dieselben“ Personen, die Presse scheint nicht interessiert und es entsteht Frust. Erstmal ist es wichtig, die Veranstaltenden dazu anzuhalten, selbst Werbung für ihre Aktion zu machen. Wir müssen uns aber im Klaren sein, dass Demenz kein angenehmes Thema ist und erst wichtig wird, wenn eine persönliche Betroffenheit vorliegt. Ein möglicher Weg kann es auch sein, Aktionen anzubieten, die nicht auf den ersten Blick das Thema Demenz benennen, z.B. Tanzveranstaltung für alle Senior:innen, Autorenlesung, Vortrag zum Thema „Vorsorgevollmacht“ o.ä. Und „steter Tropfen höhlt den Stein“ – es braucht Zeit und Muße, damit manche Themen die notwendige Aufmerksamkeit erhalten.

Neutralität

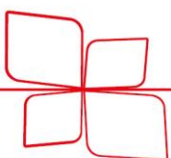
Als neutrale SG können wir niemanden bevorzugen und niemanden vergessen. Das ist eine besondere Herausforderung. Zudem sollte die Woche der Demenz auf keinen Fall zu einer Werbeveranstaltung von verschiedenen Trägern werden. Den Veranstalter:innen muss deutlich kommuniziert werden, dass es hier um die Sache geht, dass wir hier gemeinsam für ein Thema einstehen.

Kosten

Eine gebündelte Woche der Demenz kostet Geld. Abgesehen von den Personalkosten, die ja indirekt in der SG entstehen, müssen folgende Kosten bedacht werden:

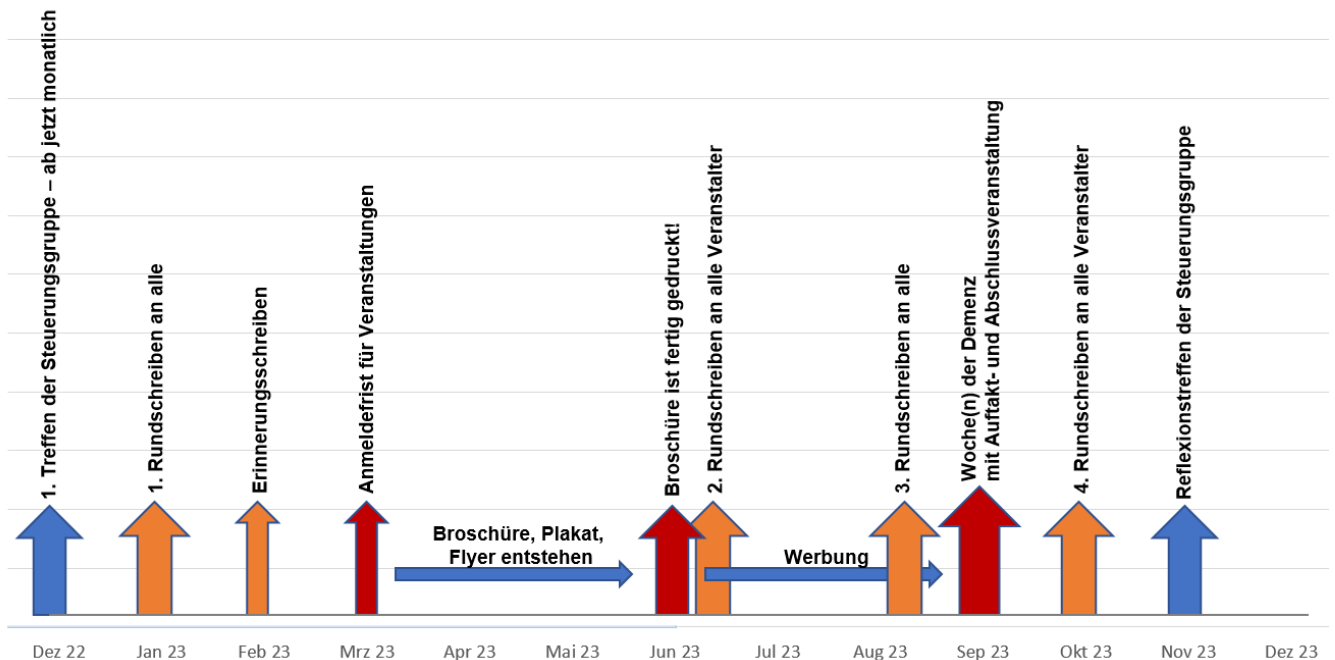
- Broschüre/ Flyer
- Auftaktveranstaltung
- Abschlussveranstaltung

Für eine gute Zusammenarbeit in der SG muss dieses Thema transparent kommuniziert werden. Wahrscheinlich wird es nicht möglich sein, dass sich jeder in gleicher Höhe beteiligt. Auch darüber muss offen gesprochen werden.



Zeitstrahl

So könnte das zeitliche Vorgehen gestaltet werden:



Fazit

Wir hoffen, dass Ihnen diese Handreichung eine Hilfe in der Umsetzung der Woche der Demenz in Ihrer Kommune sein kann. Gerne können Sie bei Fragen auf uns zukommen! Die Landesfachstellen Caritas Forum Demenz in den ehemaligen Regierungsbezirken Hannover, Lüneburg und Weser-Ems und ambet KoGeBe im eRBZ Braunschweig unterstützen und beraten Sie gerne!

Es würde uns sehr freuen, wenn Sie uns von Ihren Erfahrungen berichten würden. Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns! Wir freuen uns auch sehr, wenn Sie uns Ihre Broschüre/ Ihren gebündelten Flyer zukommen lassen!

Caritas Forum Demenz

Karoline Adamski und Team
In Hannover

Tel.: 0511 700 207 33

karoline.adamski@caritas-hannover.de

forumdemenz@caritas-hannover.de

www.caritasforumdemenz.de

ambet Kompetenzzentrum

Gerontopsychiatrische Beratung

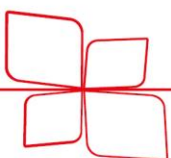
Melissa Braun und Team
In Braunschweig

Tel.: 0531 25657 43

melissa.braun@ambet.de

kogebe@ambet.de

www.ambet-kompetenzzentrum.de



Checkliste – Vorgehen zum Abhaken

Steuerungsgruppe akquirieren

- ☐ neutrale Akteure
- ☐ begeistert für das Thema
- ☐ Senioren- und Pflegestützpunkt
- ☐ Alzheimer Gesellschaft
- ☐ Koordinatoren von Netzwerken (Lokale Allianz für Menschen mit Demenz, Demenz-Netzwerke, Fachgruppe Gerontopsychiatrie o.ä.)
- ☐ Ehrenamtliche
- ☐ Angehörige/ Betroffene
- ☐ Steuerungsgruppe steht!
- ☐ Sonstige neutrale Akteure: _____

Rahmen festlegen in der Steuerungsgruppe (SG)

Allgemein für die SG

- ☐ Sprecherfunktion
- ☐ ggf. weitere Aufgaben verteilen
- ☐ Häufigkeit der Treffen
- ☐ Online/ in Präsenz
- ☐ Ressourcen der TN
- ☐ finanzielle Mittel
- ☐ _____

Konkret für die Woche der Demenz

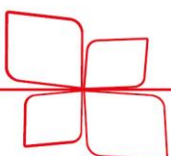
- ☐ zeitlicher Umfang
- ☐ Schwerpunktthema
- ☐ Broschüre/ Flyer/ Plakate...
- ☐ Termine: Auftakt und Abschluss
- ☐ Wichtige Player/ Unterstützer
- ☐ Kosten
- ☐ _____

Wer wird als potentieller Veranstalter angeschrieben

- ☐ Pflegeheime
- ☐ Kliniken
- ☐ Tagespflegen
- ☐ Ambulante (psychiatrische) Pflegedienste
- ☐ Angebote zur Unterstützung im Alltag
- ☐ Beratungsstellen
- ☐ _____
- ☐ Städte, Gemeinden, Stadtbezirke
- ☐ Kinos
- ☐ Theater
- ☐ Museen
- ☐ Sportvereine
- ☐ Kirchenverbände
- ☐ Verbände
- ☐ Liste zum Anschreiben steht!

Rundschreiben verschicken

- ☐ 1. Rundschreiben mit Anmeldeformular + Ideensammlung (Januar) an alle
- ☐ Erinnerungsschreiben (Februar) an alle
- ☐ Broschüre/ Flyer ist fertig (s.u.)
- ☐ 2. Rundschreiben per Post mit Broschüre/ Flyer (Juni) an Veranstalter
- ☐ 3. Rundschreiben mit Einladung zum Auftakt und Abschluss (August) an alle
- ☐ 4. Rundschreiben mit Dank und Ausblick (Oktober) an Veranstalter



Broschüre/ Flyer entsteht

- ☐ Layout + Titelbild
- ☐ Vorwort
- ☐ Motto
- ☐ Druckauftrag
- ☐ Digitale Darstellung
- ☐ zusätzliche Medien: Plakat, Postkarte
- ☐ Wo auslegen? Wo bewerben?
- ☐ _____
- ☐ Broschüre/ Flyer ist gedruckt!

Auftakt/ Abschluss

- ☐ Ablauf
- ☐ Moderation
- ☐ Grußworte
- ☐ Referierende
- ☐ Geselliger Beitrag
- ☐ Einladung und Bewerbung
- ☐ Raum
- ☐ Verpflegung
- ☐ Kosten
- ☐ Presse einladen

Reflexion

- ☐ Gutes erkennen
- ☐ Dankbarkeit miteinander leben
- ☐ Verbesserungen suchen
- ☐ Stolpersteine beseitigen
- ☐ Erfolg wurde gefeiert!

