



# Auf gute Nachbarschaft



**Menschen mit Demenz  
in unseren Kommunen  
an der Rheinschiene**





# Inhalt

- **Ziele der Kampagne**
  - **Botschaft**
  - **Zielgruppen**
  - **Mögliche Aktionen**
  - **Öffentlichkeitsarbeit**
  - **Umsetzung**
  - **Kosten- und Finanzierungsplan**
  - **KooperationspartnerInnen**
  - **Mögliche Unterstützung durch die politische Gemeinde**
-



# Ziele der Kampagne

## **Vorrangiges Ziel:**

**Sensibilisierung der Gesamtbevölkerung  
für die Bedürfnisse demenzkranker  
Menschen und ihrer Angehörigen**

---



# Weitere Ziele

- **„Positive“ Bilder zum Thema Demenz in die Öffentlichkeit tragen**
  - **Soziale Teilhabe und Integration von Menschen mit Demenz und ihren Familien ermöglichen**
  - **Ehrenamtliches/bürgerschaftliches Engagement fördern**
-



# Botschaft der Kampagne

## Demenz geht alle an!

---



# Zielgruppen

- **alle Bevölkerungsgruppen**
  - **Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in bürgernahen Bereichen (Ämter, Geschäfte, Polizei und Banken)**
  - **Angehörige**
-



# Mögliche Aktionen

---



# Mit Musik geht alles besser

- **Wunschkonzert für Menschen mit und ohne Demenz (evtl. Generationen übergreifend)**
- **Offenes Singen**
- **Darf ich bitten -Tanztee**





# Erste-Hilfe-Kurse für

- **Banken**
  - **Einzelhandel**
  - **Behörden**
  - **Polizei**
  - **Vereine (Turn- und Sportvereine, Brauchtumpflege etc.)**
-



# **Gefahrenabwehr bei Menschen mit Demenz**

**Zum Beispiel Veranstaltung**

**„Umgang mit Geld“**

**gemeinsam mit VertreterInnen der  
Banken und Sparkassen**

---



# Weitere Aktionen

- **Informationen und Tipps zum Umgang mit demenzkranken Menschen**
- **Gottesdienste und Begegnung**
- **Ausstellungen**
- **Vorstellen von Betreuungs- und Entlastungsangeboten für Familien**





# **Auf gute Nachbarschaft – was können wir tun?**

## **Podiumsdiskussion**

**mit Angehörigen, Experten und  
VertreterInnen der Politik zum  
Abschluss der Kampagne**

---



# Öffentlichkeitsarbeit

- **Pressegespräch zur Vorbereitung der Kampagne**
  - **Fortlaufende Berichterstattung in der Tagespresse und den Mitteilungsblättern**
  - **Interviews**
  - **Plakate und Flyer zur Kampagne**
  - **Evtl. Gestaltung einer eigenen Plakatreihe für Arztpraxen, Apotheken, öffentliche Gebäude und Geschäfte**
-



# Umsetzung der Kampagne

**8 – 10 Aktionen 2011  
verteilt auf 12 Monate  
in Bad Breisig, Sinzig und Remagen**

---



# Kosten- und Finanzierungsplan

## Kosten:

Werbe- und Öffentlichkeitsarbeit	2.000 EUR
Honorare	3.000 EUR
Gebühren für Filmvorführungen	1.000 EUR
Büromaterial etc.	1.000 EUR
<b>Zwischensumme</b>	<b>7.000 EUR</b>
Eigene Plakatreihe	3.000 EUR
Neuaufgabe des Beratungsführers Demenz	2.000 EUR
<b>insgesamt</b>	<b>12.000 EUR</b>



# Gegenfinanzierung

- **Eintrittsgelder und Teilnehmerbeiträge**
  - **Zuschuss der Kommunen**
  - **Firmen- und Einzelspenden**
  - **Fördergelder**
  - **Sachspenden**
  - **Kostenfreie Raumnutzung**
-



# KooperationspartnerInnen

- **Stadt- und Gemeindeverwaltungen**
  - **TeilnehmerInnen der Workshops**
  - **Kirchengemeinden in Bad Breisig, Sinzig und Remagen**
  - **Volkshochschulen**
  - **Vereine (z. B. Sportvereine)**
  - **Dienste und Einrichtungen der Altenhilfe**
-



# **Projektgruppe zur Planung und Vorbereitung der Kampagne**

**mit VertreterInnen**

- **der Pflegestützpunkte**
- **der Kommunen**
- **ExpertInnen für spezielle Themen**

**Vorbereitende Sitzung am 1. Juli 2010**

---



## **Mögliche Unterstützung durch die politische Gemeinde**

- 1. Diskussion der Kampagne in den Stadt- und Gemeinderäten**
  - 2. Entsendung von VertreterInnen in die Projektgruppe**
  - 3. Finanzielle, personelle und organisatorische Unterstützung der Kampagne**
  - 4. Bitte Rückmeldung bis zum 30.09.2010 an die Leitstelle Demenz**
-