



Begleitetes Wohnen e.V.
Zu Hause leben.



Mit(er)leben – Ein Handlungsleitfaden

zur Planung und Durchführung
von Veranstaltungen für die
Zielgruppe 55+





Mit(er)leben – Ein Handlungsleitfaden

zur Planung und Durchführung von Veranstaltungen für die Zielgruppe 55+

Der vorliegende Handlungsleitfaden wurde im Rahmen des Projektes „Chemnitz+ – Zukunftsregion lebenswert gestalten“ erstellt. In einer von fünf geförderten „Gesundheits- und Dienstleistungsregionen von morgen“ verfolgt das Projekt das Ziel einer integrierten gesundheitlichen Versorgung in der Modell-Region „Mittleres Sachsen“ mit unterstützen und aktivierenden, am individuellen Bedarf ausgerichteten Gesundheits- und Dienstleistungsangeboten für ein langes und selbstbestimmtes Leben in der eigenen Wohnung und im Wohnumfeld. Dazu gehören unter anderem auch

Maßnahmen zur Sensibilisierung, Information und Kompetenzförderung in Form von Veranstaltungen.

Ein großer Dank gilt den am Projekt beteiligten Partnern, insbesondere dem Sozialamt Chemnitz, dem Gesundheitsamt Chemnitz, der Chemnitzer Siedlungsgemeinschaft eG, der Wohnungsgenossenschaft „Fortschritt“ Döbeln eG, der SFZ Förderzentrum gGmbH und den Chemnitzer Begegnungsstätten, die diese Publikation durch ihre Mitwirkung möglich gemacht und durch ihr Praxiswissen bereichert haben.



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



PTKA
Projektträger Karlsruhe
Karlsruher Institut für Technologie

Diese Broschüre entstand im Rahmen des Projektes „Chemnitz+ - Zukunftsregion lebenswert gestalten“, gefördert mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 02K12B010. Über das Projekt Chemnitz+ erfolgt eine weitere Veröffentlichung zum Thema Demenz als „Demenzwegweiser“ mit regionalem Bezug und Unterstützungsangeboten. Diese und weitere interessante Informationen, Materialien und Veröffentlichungen finden Sie unter www.zukunftsregion-sachsen.de

Inhalt

EINLEITUNG	6
1 GRUNDLAGEN DER PLANUNG, DURCHFÜHRUNG UND BEWERBUNG VON VERANSTALTUNGEN	7
1.1 Veranstaltungsplanung	7
1.2 Zielgruppenanalyse für Veranstaltungsangebote	7
1.3 Ansprache der Zielgruppe und Kommunikation	9
1.4 Gestaltung von Informationsmaterialien	11
1.5 Übersicht über Werbemittel für Veranstaltungen	12
1.6 Das Internetportal „Sachsen-Senioren“	12
1.7 Methoden	14
1.8 Netzwerke nutzen und gezielt einsetzen	14
1.9 „Best practice“ – Anregungen	15
1.9.1 Veranstaltungsmarketingkonzepte der Wohnungsgenossenschaft „Fortschritt“ Döbeln eG	15
1.9.2 Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit der Chemnitzer Begegnungsstätten	16
1.9.3 Die Begegnungsstätten der Zukunft	17
2 INHALTLICHE ANREGUNGEN ZU VERANSTALTUNGEN	18
2.1 WOHNEN	18
2.1.1 Neue Wohnformen im Alter: Warum? – Wann? – Welche?	18
2.1.2 Die „Mitalternde Wohnung“ – technisch, baulich, sozial	18
2.1.3 Die Wohnung als Gesundheitsstandort	19
2.1.4 Wohnraumanpassung – kleine Anpassungen große Wirkung	19
2.2 TECHNIK und MEDIEN	20
2.2.1 Die Digitalisierung der Wohnung – technische Lösungen und deren Handhabung	20
2.2.2 Hausnotruf	20
2.2.3 Smartphone und Co	21
2.2.4 Laptop und Internetnutzung	21
2.2.5 Soziale Netzwerke und virtuelle Seniorentreffs	22
2.3 BEWEGUNG/MOBILITÄT	22
2.3.1 Bewegungsförderung	22
2.3.2 Sturzprävention	23
2.3.3 Mobil (auch) mit Rollator	23

2.4 PFLEGE	.24
2.4.1 Pflegefall – was nun – Leistungen/Beantragungen?	.24
2.4.2 Pflegeversicherung	.24
2.4.3 Hilfsmittel und Wohnraumanpassung bei Pflege	.25
2.5 VORSORGE	.25
2.5.1 Vorsorgemöglichkeiten: Vorsorgevollmacht, Patienten- und Betreuungsverfügung	.25
2.5.2 Vorsorge Krankenhausfall	.26
2.5.3 Unterstützungsangebote der Kommunen	.26
2.6 DEMENZ	.28
2.6.1 Überblick Demenz	.28
2.6.2 Kommunikation und Umgangsweisen	.28
2.6.3 Demenz und Wohnen	.29
2.6.4 Hilfsangebote/Unterstützungsangebote für Betroffene und Angehörige	.29
2.7 SONSTIGES	.30
2.7.1 Ehrenamt	.30
2.7.2 Notfallhilfe	.30
2.7.3 Ernährung im Alter	.31
2.7.4 Hören	.31
2.8 GET-TOGETHER	.32
2.8.1 Reiseplausch	.32
2.8.2 Themenwanderung	.32
2.8.3 Tanznachmittag	.33
2.8.4 Gedichte mit musikalischer Begleitung	.33
2.8.5 Gemeinsam und gesund Kochen	.34
 3 KOMPETENZVERMITTLUNG FÜR ORGANISATOREN	 .36
 4 ARBEITSVORLAGEN	 .38
 QUELLENVERZEICHNIS	 .48
 TABELLENVERZEICHNIS.	 .50



Einleitung



Der Handlungsleitfaden „Mit(er)leben“ bündelt verschiedene Aspekte rund um das Thema Veranstaltungen, auf welche Praxisakteure als Impuls- und Ideengeber zugreifen können. Wesentliche Informationen sind strukturiert bereitgestellt, um die Organisation von Veranstaltungen zu ausgewählten Themen zu vereinfachen. Die Veranstaltungen sind als Formate konzipiert, die je nach Standort und Zielgruppe abwandelbar sind.

Der Handlungsleitfaden gliedert sich in folgende Bereiche:

1. Grundlagen der Planung, Durchführung und Bewerbung von Veranstaltungen
2. Inhaltliche Anregungen zu Veranstaltungen
 - Anregungen zu thematischen Informationsveranstaltungen zu den Themen: Altern, Wohnen, Technik, Soziales, Pflege, Sturz, Vorsorge, Ernährung und Demenz
 - Anregungen zu Veranstaltungen zur Förderung der Gemeinschaft („Get-together“)
3. Kompetenzvermittlung für Organisatoren
4. Arbeitshilfen als Vorlagen im Anhang

Die Erarbeitung des Handlungsleitfadens erfolgte in interdisziplinärer Kooperation zwischen Projekt- und Transferpartnern des Projektes „Chemnitz+ – Zukunftsregion lebenswert gestalten“ unter Federführung des „Begleitetes Wohnen e. V.“. Dazu wurden Veranstaltungen erprobt sowie zahlreiche Quellen und vorhandene Materialien recherchiert.

1 Grundlagen der Planung, Durchführung und Bewerbung von Veranstaltungen

1.1 Veranstaltungsplanung

Vor jeder Veranstaltungsplanung ist zu prüfen, welche Zielgruppe erreicht sowie welches Ziel verfolgt werden soll und welche finanziellen Mittel zur Verfügung stehen. Soll zu einem Thema informiert oder sollen zudem vertiefend Kompetenzen vermittelt werden? Oder soll die Veranstaltung insbesondere dazu beitragen, Gemeinschaft zu erleben? Je nach Anliegen können dann der Rahmen abgesteckt und die Zielgruppe für entsprechende Öffentlichkeitsarbeit definiert werden. Daraus leitet sich auch der Finanzbedarf und dessen Deckung ab, beispielsweise durch Eintrittsgelder oder Teilnahmegebühren. Sind Ziel, Zielgruppe, Budget, Termin und Botschaft der Veranstaltung geklärt, sollten folgende Punkte abgearbeitet werden:

1. Veranstaltungsort
2. Gäste-/Einladungsmanagement
3. Technik
4. Bewirtung und Mobiliar
5. Personal
6. Versicherungen
7. Genehmigungen
8. Gebühren
9. Öffentlichkeitsarbeit
10. Budgetplanung
11. Bewertung

Zur Bewertung der Veranstaltung ist ein Fragebogen in den Arbeitsvorlagen (S. 39) zu finden.

1.2 Zielgruppenanalyse für Veranstaltungsangebote

Das Grundelement einer jeden guten Veranstaltungsplanung und Werbestrategie ist die Analyse der zu erreichenden Zielgruppe. Im Folgenden wird dies anhand der Zielgruppe 55plus beispielhaft beschrieben, da diese Hauptteilnehmer von Quartiersveranstaltungen sind. Die Zielgruppe 55plus ist sehr heterogen und daher in all ihren Elementen eher schwierig zu erfassen. Unterschiedliche Erfahrungen im Leben bedingen zunehmend differenzierte Interessen, Gewohnheiten und Lebensstile. Vergleicht man die heutige Generation der „Älteren“ mit den früheren, fallen weitere Charakterisierungen auf. Die heute älteren Menschen sind kompetenter, fitter, selbstbewusster und anspruchsvoller (vgl. Lehr, 2011) und haben ganz andere Werte und Vorstellungen vom Altern. Altern bedeutet für sie nicht zwingend einen Verlust bzw. Abbau von Fähigkeiten. Viele von ihnen erfahren, dass Kompetenzen lange erhalten und neue erworben werden können. Die Gruppe nur nach ihrem Alter zu differenzieren wäre demnach unzureichend. Zu berücksichtigen sind auch Faktoren wie Einkommen, Haushaltsgröße, Vermögen, Lebensstile, Verhaltensmerkmale und Einstellungen (vgl. Engel, 2011). Einige zentrale Merkmale zu Lebenssituation, Freizeitaktivitäten, Werten und relevanten Themen der über 55jährigen sind in Tabelle 1 zusammengefasst.

Eine weitere Unterscheidung kann hinsichtlich des Freizeitverhaltens von über 55jährigen vorgenommen werden. Dies kann sowohl bei der Konzeption von Angeboten als auch für die jeweiligen Marketingstrategien von Bedeutung sein. Dabei werden, differenziert nach Soziodemographie, den Werthaltungen, Lebensstilen und Produktaffinitäten, drei Gruppen gebildet. Diese werden unterteilt in die Gruppe der passiven Älteren, der kulturell Aktiven und in erlebnisorientiert Aktive (Tabelle 2) (vgl. Petras, 2006).

Lebenssituation (vgl. Wildner, 2011; Hunke & Reidl, 2011; Lehr, 2006)	Bevorzugte Freizeitaktivitäten (vgl. Hemme, 2011; Reidl, 2006b)	Werte (vgl. Schaumberger, 2011; Lehr, 2006; Joswig & Zühlsdorf, 2008; Muthers & Ronzal, 2012)	Themen (vgl. Keller, 2011; Muthers & Ronzal, 2012; Pflaum, 2017)
• bis 69 Jahre: meist als Paar lebend, nur 24 % Singles • ab 70 Jahren 44 % Single, davon 76 % Frauen • Großelternschaft • Frühstück und Kaffeegenuss sind besondere Elemente im Tagesverlauf • abnehmende PKW Nutzung • meist zu große Wohnung • gute finanzielle Lage (insb. im Vergleich zu jüngeren Generationen), außer Frauen, die vor 1925 geboren wurden • mehr als jeder Zweite verfügt über Wohneigentum • hohe Lebensqualität	• Reisen • Zeit mit Freunden/ Familie verbringen • Wandern • Spaziergehen • Fitness und Wellness • Internet • Fernsehen • Teilnahme am kulturellen Leben • Spielen • Einkaufen/ Shopping	• sich aktiv am Leben beteiligen (Partizipation und Teilhabe) • niemandem zur Last fallen • selbstbestimmt, individuell und unabhängig leben (in der eigenen Häuslichkeit) • finanzielle Sicherheit • Tage voll ausschöpfen • ausgesorgt haben • gesund und aktiv bleiben • Kommunikation und Beziehungsgestaltung • Abnahme der konservativen Werte bei den jüngeren Generationen • positives Selbstbild • Selbstverwirklichung • gepflegtes Äußeres • Genuss • Gesundheit • bei Produkten: Qualität und Umweltfreundlichkeit, ökologische Erzeugung, Bequemlichkeit	• Altersabsicherung (Pflegefall) • Beginn des Ruhestandes • Auszug der Kinder aus dem Elternhaus • Geburt der Enkel • Verlust des Partners • Einsamkeit • Freizeit • Gesundheit • Ernährung • Sicherheit • Lösung von Alltagsproblemen • (altersgerechtes) Wohnen • Mobilität • Steuern/Zuverdienst bei Rente

Tabelle 1: Zielgruppendefinition

Passive Ältere (37%)	Kulturell Aktive (33%)	Erlebnisorientiert Aktive (30%)
• führen ein zurückgezogenes Leben • wenige Freizeitaktivitäten • durchschnittlicher Medienkonsum • älteste der drei Gruppen • geringes Bildungsniveau • unterdurchschnittliches Einkommen • Werte: Tradition, Materialismus und Familie • keine speziellen Produktvorlieben	• überwiegend Frauen • Interessen: Theater, Kino, Ausstellungen • sportlich aktiv • enges soziales Netzwerk • hohe Bedeutung für Miteinander in Familie und im Freundeskreis • äußern nicht gern Kritik • starke Nachfrage nach modischer Bekleidung, dekorativer Kosmetik und Nahrungsergänzungsmitteln • Themen: Mode, Gesundheit, Kochen	• extrovertierter Lebensstil • hohe Technik-Affinität • stark vertreten: einkommensstarke, gut gebildete Männer • Werte: Lust- und Erlebnisorientierung, kritische Grundhaltung • Themen: Internet, Mobilfunk, Unterhaltungselektronik und Auto

Tabelle 2: Unterteilung der Zielgruppe 55plus in Untergruppen nach Soziodemographie, den Werthehaltungen, Lebensstilen und Produktaffinitäten (vgl. Petras, 2006).

1.3 Ansprache der Zielgruppe und Kommunikation

Eines ganz besonderen Feingefühls bedarf es bei der Ansprache der Zielgruppe. Das **Selbstverständnis** der heute über 55jährigen ist ein anderes als das der früheren Generationen. Heute finden wir unter den „Alten“ nur wenig an traditionellen Altersbildern und Gesellschaftsnormen orientierte, sondern vielmehr stark zukunftsorientierte, experimentierfreudige, kritische, kauferfahrene und anspruchsvolle Menschen. Sie erleben sich selbst als jung, aktiv und vital und wollen dabei unterstützt werden, ihr Leben so lange wie möglich „schön“ zu gestalten (vgl. Hirsch & Öztürk, 2011). Der überwiegende Teil dieser Gruppe möchte nicht als Senior angesprochen werden, auch weil das gefühlte Alter durchschnittlich 15 Jahre unter dem biologischen Alter liegt (vgl. Hemme, 2011) und sie sich durch die negative Besetzung des Begriffs „Senior“ stigmatisiert fühlen (vgl. Keller, 2011). Verschiedene Studien belegen, dass die über 55jährigen sich eher mit Begriffen wie „55+“ (vgl. Engel, 2011), „jung gebliebene“ oder „im besten Alter“ (vgl. Muthers & Ronzal, 2012) identifizieren. Die Bezeichnung „älter“ wird erst ab

Renteneintrittsalter akzeptiert und als „alt“ gilt man erst mit über 80 (vgl. Engel, 2011).

Schaumberger (2011) empfiehlt daher bei der **Ansprache der Zielgruppe** die Betonung von Stereotypen des Alters wie Hilflosigkeit, mangelnde Lernfähigkeit und Gebrechlichkeit zu vermeiden. Auch Bevormundung und individuell als unnötig empfundene Hilfestellungen (unabhängig vom realen Hilfebedarf) werden als negativ bewertet (vgl. Keller, 2011). Es sollte nicht mit dem Alter, sondern mit dem Nutzen für die Zielgruppe geworben werden. Der Zielgruppe muss mit Respekt, Wertschätzung und Anerkennung ihrer Lebensleistung begegnet werden (vgl. Engel, 2011). Gefordert werden zudem Ehrlichkeit, Echtheit, Akzeptanz, Ernstnehmen und Stärkung des Selbstbewusstseins (vgl. Hirsch & Öztürk, 2011), was wiederum unerlässlich für die Vertrauensbildung ist. Ist Vertrauen aufgebaut, werden Hinweise und Empfehlungen eher wahrgenommen. Diese wiederum haben durch die wachsende Informationsflut und die damit einhergehende

Verunsicherung einen zunehmend höheren Stellenwert. Besonders wirksam sind daher auch persönliche Erfahrungsberichte, speziell von Gleichaltrigen (vgl. Schaumberger, 2011). Die Kommunikationsstrategie ist ferner an den Werten der jeweiligen Untergruppe (siehe Tabelle 2) auszurichten. So lassen sich „passive Ältere“ beispielsweise eher durch traditionelle Inhalte erreichen, wogegen die gleiche Ansprache Ablehnung bei den „Erlebnisorientierten“ erzeugt.

Für die **Kommunikation im Seniorenmarketing** haben sich folgende vier Ansätze bewährt (vgl. Reidl, 2006a):

Altersansatz	Kompetenzansatz
• Zielgruppen mit sehr hohem Alter • Sensibilität zur Vermeidung von Stigmatisierung erforderlich	• Ansprache über Kompetenz • Darstellung eines positiven Altersbildes
Lifestyleansatz	Generationenansatz
• aktive und konsumfreudige ältere Menschen • vorteilhafte Aspekte des alt seins im Vordergrund • Betonung des positiven Lebensgefühls der Zielgruppe	• ältere und jüngere Konsumenten werden angesprochen • Darstellung mehrerer Generationen • Würdigung des Wissens und der Lebenserfahrung älterer Menschen

Tabelle 3: Kommunikationsansätze im Seniorenmarketing (vgl. Reidl, 2006a)

Abgeleitet aus Untersuchungen von Joswig & Zühlsdorf (2008) sowie Muthers & Ronzal (2012) zu Seniorenmarketing lassen sich für die Konzeption, Durchführung und Bewerbung von Veranstaltungen folgende Empfehlungen zusammenfassen:

- klare einfache Sprache
- Vermeidung von Anglizismen
- klare, produktbezogene Botschaften
- Authentizität und Informationsgehalt
- humorvolle Darstellungen
- Darsteller auf Werbeträgern sollten dem „gefühlten“ und nicht dem kalendarischen Alter der Zielgruppe entsprechen, d. h. 15 Jahre jünger aussehen
- Gewährleistung einer für den Kunden größtmöglichen Bequemlichkeit, z. B. klare eindeutige Information, die keine weitere Suche erforderlich macht
- wahrnehmbare Fachkompetenz von Beratern und Referenten
- positive Atmosphäre bei Veranstaltungen, wobei neben Beziehungsfaktoren auch Umgebungsfaktoren wie Räumlichkeit, Beleuchtung, Ausstattung und kleine Aufmerksamkeiten wie Getränkeangebote zu beachten sind
- Sensibilität und Einfühlungsvermögen im Gesprächsverhalten der Anbieter
- Raum für die Knüpfung und Pflege sozialer Beziehungen
- Zeit für individuelle Fragen und Beratungen sowie Gespräche im Anschluss an Veranstaltungen
- persönliche Begrüßungen und Verabschiedungen sowie Begleitung zum Ausgang
- positive Ausstrahlung und gepflegtes Äußeres der Referenten
- Pünktlichkeit bei Beginn und Abschluss
- persönliche Glückwünsche bei besonderen Anlässen
- kleine Geschenke und Aufmerksamkeiten
- Kontaktadressen für weitere Nachfragen
- besondere Beachtung wiederkehrender Teilnehmer
- Beteiligung der Besucher an der Organisation der Veranstaltungen und bei der Konzeption des Programms

Betrachtet man die **Mediennutzung** der älteren Erwachsenen, so ist festzustellen, dass das Fernsehen mit einer durchschnittlichen Nutzung von 279 Minuten pro Tag das am häufigsten genutzte Medium ist, gefolgt von Radio mit 199 Minuten. Das Internet schaffte es bereits 2011 mit einer Nutzung von 97 Minuten am Tag auf den dritten Platz, gefolgt von Tageszeitungen mit 29 Minuten. Genutzt werden die Medien eher zur Information als zur Unterhaltung. Auch Werbung wird als nützliche Informationsquelle wahrgenommen (vgl. Reidl, 2006b). Ältere Menschen sind interessiert an politischen Talkshows, Magazinen, regionalen Sendungen sowie Kultur- und Wirtschaftssendungen. Das Internet wird eher praktisch (z. B. Telefonbanking) oder zur Informationsbeschaffung genutzt (Nachrichten, Produktinformationen). Hemmschwellen zur Internetnutzung sind Misserfolge und die Angst, etwas falsch zu machen. Angst sich vor anderen Nutzern zu blamieren, hemmt zusätzlich den ersten Versuch (vgl. Hunke & Reidl, 2011).

1.4 Gestaltung von Informationsmaterialien

Die Gestaltung der Informationen ist entscheidend für Reichweite und Erfolg bei der Bewerbung von Veranstaltungen. Folgende Fragestellungen sollen dabei helfen, diese auf die Zielgruppe auszurichten (vgl. VSWG, 2013):

- Welcher Personenkreis soll erreicht werden? (z. B. Konkretisierung nach Alter, Geschlecht, Gesundheitszustand, Freizeitverhalten etc.)
- Wo halten sich diese Personen auf? (z. B. Arztpraxen, Nutzung Bus etc.)
- Wo und bei welchen Personen (z. B. Arzt, Apotheker, Kümmerer, Wohnservice....) werden gern Informationen eingeholt?
- Zu welchen Themen werden Informationen gesucht?
- Welche Rolle spielen Angehörige und Verwandte?
- Wer hat noch Zugang zur Zielgruppe? Können Partner involviert werden, um einen besseren Zugang zur Zielgruppe zu erreichen? Wer könnten Multiplikatoren sein?

Für die Gestaltung von Informationsmaterialien für ältere Menschen hat die Professur Arbeitswissenschaft und Innovationsmanagement der Technischen Universität

Chemnitz im Projekt Chemnitz+ folgende goldene Regeln ausgearbeitet (vgl. Börner, 2017):

1. Klare und einfache Sprache

- Subjekt und Prädikat nah beieinander
- klare Botschaften
- keine Nebensätze und eingebettete Sätze
- kurze, bildhafte Texte
- deutsche Sprache, keine englischen Begriffe
- möglichst keine Fachbegriffe und wenn, dann mit Erklärung

2. Textgestaltung

- große Schrift (mind. 12 pt) mit hohem Kontrast
- keine Schreibschrift oder dekorative Schriftarten
- auf Hintergründe mit Wasserzeichen/Bildern sowie graue Unterlegung relevanter Textstellen verzichten
- eindeutige, kurze und prägnante Überschriften (z. B. durch Fettdruck, Nutzung von Großbuchstaben)
- konsistente Informationsgestaltung (z. B. durch Nutzung der gleichen Schriftart und Schriftgröße)

3. Gezielter Einsatz von Farben

- Schrift und Hintergrund können farbig sein, sollten aber gut kontrastieren
- Farbkombination blau/grün vermeiden oder nur einen Farbton verwenden
- keine Farben zusammen verwenden, die im Farbspektrum nahe beieinander liegen (z. B. rote Schrift auf orangem Grund)
- hohe Farbsättigung nutzen
- optimale Kontraste durch schwarz-auf-weißem-Grund bzw. weiß-auf-schwarzem-Grund

4. Aufmerksamkeit erhalten!

- Auffälligkeit relevanter Informationen erhöhen
- Auffälligkeit irrelevanter Informationen, welche die Aufmerksamkeit auf sich ziehen könnten, verringern (z. B. blinkende, sich bewegende, helle, laute, unerwartete Stimuli)
- Rahmenlinien, Farben und fettgedruckte Überschriften, um relevante Informationen hervorzuheben
- Informationen gleichzeitig als Bild und Text darstellen (wird besser erinnert)
- bildhafte Informationen sollten selbsterklärend sein
- abgebildete Personen sollten die Zielgruppe glaubhaft repräsentieren, sympathisch und seriös wirken

1.5 Übersicht über Werbemittel für Veranstaltungen

Der folgende Überblick über mögliche Werbemittel wurde auf Basis der im Projekt durchgeführten Befragung der Chemnitzer Begegnungsstätten (vgl. Pflaum, 2017) erstellt und soll Anregungen zur Öffentlichkeitsarbeit bieten:

Druckerzeugnisse

- Flyer
- monatliche Veranstaltungspläne
- Aushänge, Schaukästen, Anschlagtafeln im Ort
- Aushänge in den umliegenden Kaufhallen und Geschäften
- Hausaushänge über den Vermieter
- Infos in der Regionalzeitung, Stadtteilzeitung, Mieterzeitung
- halbjährliches Veranstaltungsheft mit hoher Auflage
- Veröffentlichungen im Ortsblatt

Internet

- Facebook-Seite
- Homepage
- Sachsen-Senioren.de
- Newsletter
- eigener E-Mail Verteiler

Besucher

- Mund zu Mund Propaganda/Empfehlung
- Ausgabe von Veranstaltungsplänen
- persönliche Einladungen schriftlich und telefonisch

Veranstaltungen

- öffentliche Feste
- Bekanntmachung bei Netzwerktreffen

1.6 Das Internetportal „Sachsen-Senioren“

Über das Internetportal „Sachsen-Senioren.de“ (www.sachsen-senioren.de) hat man die Möglichkeit, Veranstaltungen in einen Veranstaltungskalender eintragen zu lassen. Die Plattform ist ein virtuelles Netzwerk, speziell für Senioren sowie für Menschen mit Einschränkungen und deren Familien, und bietet den Vorteil mit den Beiträgen vornehmlich die Zielgruppe 55plus zu erreichen, auch ohne dass die betreffenden Personen sich dort anmelden müssen. Geknüpft wird das Netzwerk durch Vereine und Verbände, Dienstleister, Institutionen, Firmen und Partner. Es soll älteren Bürgern sowie Bürgern mit Handicap helfen, lange selbstbestimmt in ihrer eigenen Wohnung leben zu können, ihnen viele Informationen und Angebote bereitstellen und zu einer virtuellen Begegnungsstätte werden. So wird eine bunte Auswahl an Servicedienstleistungen sozusagen „auf einen Klick“ zur Verfügung gestellt. Veranstaltungen und Ansprechpartner lassen sich regional zuordnen und geben einen Überblick. Lange Wege und Wartezeiten werden verhindert und wenn eine besondere Frage besteht, kann man die Service-Hotline anrufen. Dort ist ein „echter“ Ansprechpartner verfügbar.

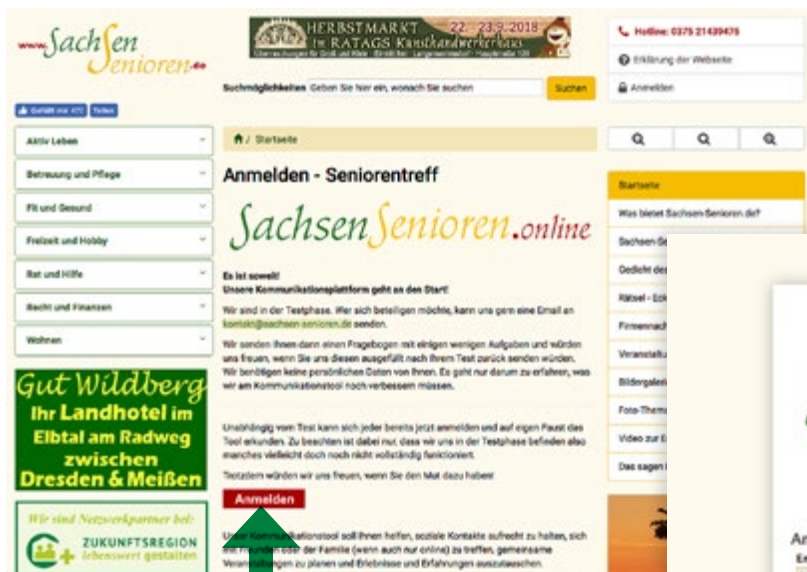
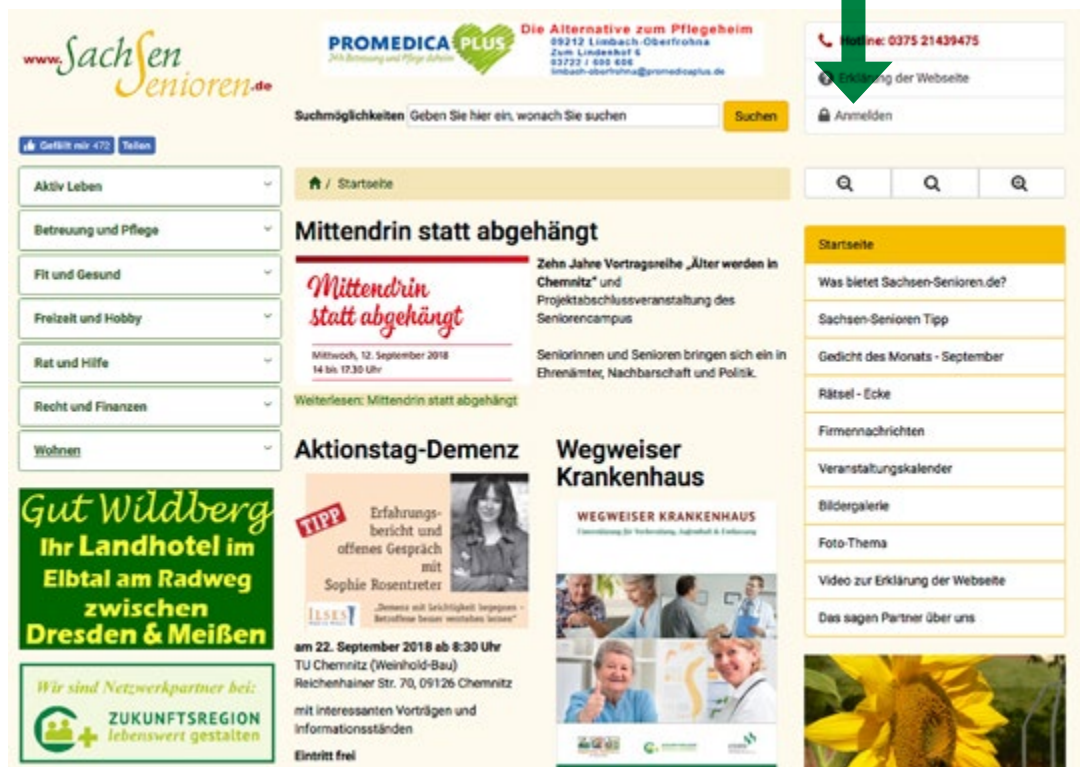
Die Webseite untergliedert sich in die Themenbereiche:

- Aktiv Leben
- Betreuung und Pflege
- Fit und gesund
- Freizeit und Hobby
- Rat und Hilfe
- Recht und Finanzen
- Wohnen

Die Eintragung der Veranstaltungen ist für Organisationen an eine gebührenpflichtige aber dennoch kostengünstige Mitgliedschaft gebunden. Andere Nutzer können im Kommunikationstool Sachsen-Senioren.online Gruppen bilden, einen eigenen Gruppenkalender erstellen und diesen für Nutzer freigeben. Dies ist vor allem für Vereinigungen oder Vereine sehr von Vorteil. Alle Leistungen im Kommunikationstool sind im Übrigen kostenfrei.

Der Zugang zur Kommunikationsplattform ist über den Link: <https://sachsen-senioren.online/> und auf der Startseite über „Anmelden“ (oben rechts) möglich:

1. Auf der Startseite auf „Anmelden“ klicken.



2. Danach noch einmal auf Anmelden gehen!

3. Es erscheint der Anmeldebildschirm, über den die Anmeldung erfolgt.



MIT(ER)LEBEN – EIN HANDLUNGSLEITFADEN

1 GRUNDLAGEN DER PLANUNG, DURCHFÜHRUNG UND BEWERBUNG VON VERANSTALTUNGEN

2 INHALTLICHE ANREGUNGEN ZU VERANSTALTUNGEN

3 KOMPETENZVERMITTLUNG FÜR ORGANISATOREN

4 ARBEITSVORLAGEN

1.7 Methoden

Ebenso vielfältig wie die Veranstaltungsthemen sind auch die jeweiligen Methoden, die bei der Umsetzung angewendet werden können. Bei einem klassischen Vortrag bietet es sich an, Zeit für Diskussionen einzuplanen, um in den Erfahrungsaustausch treten zu können. Je nach Thema sind Übungen, Rollenspiele und Workshops als Gestaltungsmittel denkbar. Als gewinnbringend werden ferner Veranstaltungen erlebt, bei denen Zuhörer eigene Erfahrungen einbringen und persönliche Problemlagen klären können. Themen wie Notfallhilfe, Bewegungsförderung und gesunde Ernährung verlangen außerdem nach praktischen Übungen. Auch Videobeispiele können den Vortrag bereichern. Eine multimediale Gestaltung der Veranstaltungen, bei denen ein Thema mit allen Sinnen erfahrbar wird, kommt besonders gut an.

Ergänzt werden sollten die vorgetragenen Inhalte mit Handouts zur Veranstaltung und Informationsmaterialien, die häufig kostenfrei bei verschiedenen Anbietern wie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, der BAGSO oder der Alzheimergesellschaft bezogen werden können.

Einige Links zum Anfordern von Broschüren und Infomaterialien:

www.bzga.de/infomaterialien/
www.bagso.de/publikationen.html
www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/
www.deutsche-seniorenliga.de/infomaterial.html
www.publikationen.sachsen.de
shop.deutsche-alzheimer.de/broschueren/

Die Vortragsdauer sollte einen zeitlichen Umfang von 60 Minuten nicht überschreiten. Ist eine längere Veranstaltung geplant, sind Pausen zu berücksichtigen. Veranstaltungen, bei denen der Zeitrahmen nicht eingehalten wird und die notwendigen Pausen übergangen werden, können trotz gelungenen Inhalts negativ wahrgenommen werden.

Bei Themen wie Pflege, Digitalisierung, Unterstützungsassistenz oder Wohnberatung bietet es sich an, Praxisakteure einzubeziehen, um einerseits Dienstleistungspartner vorzustellen, andererseits aber auch auf Beispielprodukte zugreifen zu können.

1.8 Netzwerke nutzen und gezielt einsetzen

Die Bildung und Nutzung von Netzwerken ist in vielen Bereichen sehr sinnvoll, so auch bei der Konzeption und Durchführung von Veranstaltungen. Grundsätzlich lassen sich formelle und informelle Netzwerke unterscheiden. Während informelle Netzwerke aus persönlichen Kontakten bestehen, die sich eine Person selbst aufgebaut hat, beziehen sich formelle Netzwerke auf Organisationen. Diese sind häufig an Kooperationsvereinbarungen oder an gemeinsame Leitlinien geknüpft, haben eine feste Struktur und unterliegen Regularien. In Bezug auf Veranstaltungen bringt die Nutzung von Netzwerken folgende Vorteile (vgl. Geukes, 2007; Mauch, 2009):

- neue Kontakte knüpfen, Kooperationen herstellen
- Umgehen von bürokratischen Hürden durch persönliche Kontakte
- neue Zielgruppen und Themenfelder erschließen
- Erfahrungsaustausch und Wissenspotenzierung
- gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit
- gemeinsames Vorgehen beim Erstellen von Infomaterialien durch Ergänzung der individuellen Stärken
- Motivation und Anerkennung durch gegenseitigen Zuspruch, Ansporn und gemeinsames Engagement
- Kostensenkung durch gegenseitiges Profitieren von Stärken und Ressourcen der Netzwerkpartner sowie durch eine Aufteilung der Kosten
- Unterstützung bei der Organisation von Finanzmitteln, Fahrdiensten, Räumlichkeiten, Sportgeräten und sonstigen Materialien
- gemeinsame Entwicklung von neuen Veranstaltungsangeboten
- Verhinderung von Terminüberschneidungen
- Rückenstärkung bei „Alleinkämpfern“

MIT(ER)LEBEN – EIN HANDLUNGSLEITFADEN

1 GRUNDLAGEN DER PLANUNG, DURCHFÜHRUNG UND BEWERBUNG VON VERANSTALTUNGEN

2 INHALTLICHE ANREGUNGEN ZU VERANSTALTUNGEN

3 KOMPETENZVERMITTLUNG FÜR ORGANISATOREN

4 ARBEITSVORLAGEN

1.9 „Best practice“ – Anregungen

Für den Aufbau eines **Netzwerkes im Quartier** ist die Durchführung einer **Sozialraumanalyse** sinnvoll. Hierbei handelt es sich um ein strukturiertes Vorgehen zur Erfassung möglicher Netzwerkpartner in einem Sozialraum bzw. Quartier. Dazu ist eine Arbeitshilfe auf Seite 41 dieser Publikation zu finden. Im Vorfeld festzulegen ist immer das Einzugsgebiet innerhalb dessen man ein Netzwerk aufbaut. Die Ansprache des jeweiligen Akteurs sollte persönlich erfolgen, wobei ein Einverständnis zur Verwendung des Kontaktes, zur Datenspeicherung und zur Zusendung von Informationen eingeholt werden muss. Die Arbeitshilfe bietet keine Garantie für Vollständigkeit und muss gegebenenfalls erweitert und angepasst werden. In der Arbeitshilfe sind folgende Kategorien zur Erfassung möglicher Partner aufgeführt:

- kommunale Einrichtungen
- Begegnungsstätten und Bürgertreffs
- Initiativen
- Beratung
- Bildung
- öffentliche Einrichtungen
- Sport- und Freizeit
- Gesundheitszentren/therapeutische Einrichtungen
- ambulante Hilfsangebote
- Dienstleister
- Seniorenwohnen
- Sonstige

Damit eine Vernetzung tatsächlich gelingt, sind folgende Faktoren ausschlaggebend (vgl. LaS NRW, 2016):

- persönlicher Einsatz
- viele persönliche Kontakte
- gegenseitiger Respekt, Vertrauen und Wertschätzung
- Verbindlichkeiten in der Zusammenarbeit
- offene Kommunikation
- gemeinsame Ziele
- ungestörter Informationsfluss
- Verschriftlichen von getroffenen Entscheidungen
- Zurückstellen von Eigeninteressen
- Erfolgserlebnisse

Wohnungsgenossenschaften aber auch Begegnungsstätten führen zahlreiche Veranstaltungen durch und verfügen über einen breiten Erfahrungsschatz, auf den im Projekt Chemnitz+ zugegriffen werden konnte. Gelungene Beispiele sind in den folgenden Abschnitten als Anregungen für die eigene Umsetzung beschrieben.

1.9.1 Veranstaltungsmarketingkonzepte der Wohnungsgenossenschaft „Fortschritt“ Döbeln eG

Bei der Wohnungsgenossenschaft „Fortschritt“ Döbeln eG werden vielfältige Veranstaltungen umgesetzt. Neben Festen wie zum Beispiel dem Parkfest, Sportturnieren, Märkten und der Beteiligung am Stadtfest gibt es drei herausragende Veranstaltungsmarketingkonzepte, die als Marken etabliert wurden und sehr gut besucht sind. Es handelt sich hierbei um den „WGF Promitreff“, das „WGF Spezial“ und die Veranstaltungsreihe „Die drei KKK's und viele Ah's". Der „**WGF Promitreff**“ ist eine Informations- und Kommunikationsreihe der WGF Döbeln. Sie verfolgt auf der einen Seite das Ziel, die Kommunikation zum Mieter und die Bindung an das Unternehmen zu fördern, auf der anderen Seite dient die Durchführung der Stärkung der sozialen Kontakte, Teilhabe und der Kommunikation innerhalb der Genossenschaft sowie der Darstellung des Unternehmens nach außen. Durch die Konzeption als offene Veranstaltung können zudem Interessenten für die Neuvermietung gewonnen werden. Unterschiedlichste Referenten, darunter meist Netzwerkpartner wie Ärzte, Notare, Politiker, Sportler aber auch Schauspieler und Buchautoren, referieren zu Themen aus Politik, Sport und Unterhaltung, wobei zu Beginn der Veranstaltung genossenschaftsrelevanten Themen Platz eingeräumt wird, über die der Vorstand selbst berichtet. Nach einem 60minütigen Vortrag gibt es Raum für Diskussion. Zentral sind jedoch der Kundenkontakt und die Kommunikation zum Mieter am Ende der Veranstaltung. Durch die Nutzung des eigenen Netzwerkes können Kontakte gepflegt und Kosten gespart werden. Viele Prominente referieren kostenfrei, erwarten nur eine Erstattung der Fahrtkosten oder werden wiederum durch Netzwerkpartner gesponsert. Auch Raumkosten entfallen, da genossenschaftseigene Räume zu Verfügung stehen. Im Rahmen des Formates wurden bereits mehr als 70 Veranstaltungen mit Rekordzahlen von über 100 Besuchern durchgeführt.

Einen anderen Ansatz verfolgt das Veranstaltungskonzept „**WGF-Spezial**“. Ziel ist hier die Sensibilisierung und Information bestimmter Mietergruppen zu Problemlagen, die eher ungern besprochen werden. Die Besonderheit liegt im Einladungsmanagement und beim Gruppen-setting. Zehn bis fünfzehn Teilnehmer erhalten eine schriftliche Veranstaltungseinladung durch den Vorstand. Es hat sich gezeigt, dass diese Form der Ansprache im Sinne der Wertschätzung des einzelnen Mieters besonders effektiv ist und dadurch die Schwelle zur Wahrnehmung des Angebotes sinkt. In einem einstündigen Vortrag stellen sich Kooperationspartner der WGF Döbeln und regionale Dienstleister vor und vermitteln kostenfrei Inhalte zu Themen wie Pflege, Demenz, Ernährung, Notrufsysteme, Gesundheit, „Tag-aktuelle-Themen“ und rechtliche Belange (z. B. Steuerrecht). Anschließend gibt es Zeit zur Klärung von Fragen und für Diskussion. Sensibilisierte Mieter sind nach den Veranstaltungen eher bereit, notwendige Hilfen und Unterstützungsangebote der Dienstleister in Anspruch zu nehmen. Das Veranstaltungskonzept findet in regelmäßigen Abständen in den Geschäfts- und Begegnungsräumen der WGF statt.

Partizipation und Erleben von Gemeinschaft ist das Ziel der Veranstaltungsreihe „**Die drei KKK's und viele Ah's**“. Auf humorvolle Weise werden kulturelle Themen mit regionalem Bezug zu früheren Gaststätten und Veranstaltungsorten, der städtischen Bücherei, Museen, zur sächsischen Mundart und Literatur, in einem Dialog oder Rollenspiel aufgearbeitet und dargeboten. Gestaltet wird das Angebot durch die Mieter selbst. Eingebunden werden regionale Partner vor Ort. Die WGF unterstützt die Veranstaltungsdurchführung mit Räumlichkeiten, einem Gastgeschenk für die geladenen Gäste und Wertschätzung in Form von Berichterstattungen in den eigenen Genossenschaftsmedien. Die Veranstaltung ist offen für alle Nachbarn im Quartier und wird mit bis zu 80 Besuchern pro Veranstaltung sehr gut angenommen und auch weiterempfohlen.

Die Bekanntmachung der Termine und die Berichte über die Veranstaltungen erfolgen über Genossenschaftsaus-hänge, im wöchentlichen Newsletter „**WGF-Ticker**“ so-wie im vierteljährlich erscheinenden Mitgliedermagazin „**WIR**“ der WGF. Darüber hinaus ergänzen thematisch fokussierte Flyer das Informationsangebot. In den letz-ten Jahren haben sich vor allem ältere Mitglieder für den Newsletter registrieren lassen. Bewohner, die keine E-Mail nutzen, finden den WGF-Ticker in den Schaukästen der Wohnungsgenossenschaft, welche in den Quartieren ver-teilt sind. Durch Aktualität und Kürze wird Nähe zur Be-wohnerschaft erreicht.

1.9.2 Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit der Chemnitzer Begegnungsstätten

Die Stadt Chemnitz hält für ältere Menschen zahlreiche Begegnungsmöglichkeiten in Form von Stadtteiltreffs, Begegnungsstätten und Seniorenclubs vor. Dementsprechend konnten in der Analyse der Technischen Universität Chem-nitz Angebote von 52 Begegnungsmöglichkeiten erfasst werden, wobei zum Untersuchungszeitpunkt 32 Begeg-nungsstätten Informationsveranstaltungen und/oder Vor-träge, 34 sportliche Betätigungen, 19 Kursreihen im Be-reich Bildung, 39 Beratungen und 20 Gedächtnistrainings anboten (vgl. Richert, 2017). Eine aktive Zusammenarbeit im Sinne einer Vernetzung war zwar erwünscht, lag jedoch nur vereinzelt vor (vgl. Pflaum, 2017). Angestoßen durch die Maßnahmen des Projektes Chemnitz+ wurde die Vernet-zung der Chemnitzer Begegnungsstätten gefördert und ein regelmäßiger Fachaustausch etabliert. Es wurde ferner ein gemeinsamer Imagefilm gestaltet, mit dem die Wahrneh-mung der Begegnungsstätten insbesondere bei den aktiven Senioren verbessert und für die vorhandenen Angebote ge-worfen werden sollte (siehe Link).

LINK zum Imagefilm:

www.zukunftsregion-sachsen.de/cms/information/veroeffentlichungen/video/

1.9.3 Die Begegnungsstätten der Zukunft

In der im Vorfeld der Vernetzung durchgeführten Befragung (vgl. Pflaum, 2017) wurden zudem gut laufende Angebote in den Begegnungsstätten identifiziert, aus denen Ideen für Veranstaltungsthemen und deren Gestaltung geschöpft werden können, da diese auch die Interessen der Besucher repräsentieren:

- **Kulinarisches:** Kaffeetrinken, Grillen, gemeinsames Mittagessen
- **Bewegungsförderung:** Angebote des Wandervereins, Gymnastik, Rückenschule, Sportangebote durch Physiotherapeuten (mit Kostenübernahme durch die Krankenkassen), Tanz
- **Bildungsangebote:** Englisch, Kräuterstammtisch, Gedächtnistraining
- **Kreativangebote:** Foto-AG, Kreativgruppe, textiles Gestalten, Malkurse, Holzwerkstatt
- **Intergenerationelle Angebote:** Kooperation mit Hort und Kindertageseinrichtungen: Wandern, Vorlesen, Picknick, Backen
- **Spiele:** Weihnachtsskat, Spielenachmittage
- **Feste:** Weihnachtsfeiern, Hoffeste
- **Kultur:** gemeinsamer Besuch der Oper



Der Fachausschuss „Soziales und Projekte“ des Verbandes Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V. beschäftigte sich mit der Frage der Zukunftsfähigkeit des bisher vorliegenden Konzeptes einer „Begegnungsstätte“. Vor dem Hintergrund erfasster Problemlagen wie des eher altmodischen Begriffes, der Wegentfernung und der oftmals gleichen Nutzergruppen wurden folgende Erfolgsfaktoren einer gut laufenden Begegnungsstätte herausgearbeitet:

- Wahl eines anderen attraktiven Begriffes (z. B. Lounge oder Treff)
- stetige Werbung in genossenschaftseigenen und bei Bedarf in externen Medien sowie digitale Verknüpfungen z. B. Haustafel
- attraktive, generationsübergreifende und ansprechende Ausstattung des Raumes
- Angebote zu geeigneten Zeiten für die Zielgruppen
- Verköstigung zur Schaffung einer angenehmen Atmosphäre („Essen und Trinken“) bei Veranstaltungen
- Bildung einer „Beiratsgruppe“ (Ehrenamtliche), die die Belebung der Begegnungsstätte mit Angeboten begleitet
- in der Veranstaltungsplanung zur Nutzung des Raumes Freiraum für die Ideen und Initiativen der Besucher lassen gegen unentgeltliche Nutzung
- gezielte Ansprache von Netzwerkpartnern, die man einbinden möchte, ohne den Eindruck eines Mehraufwandes zu hinterlassen
- Verständnis des Konzeptes der Begegnungsstätte der Zukunft als „Dienstleistungszentrum“ (z. B. Einkauf, Fahrdienst, Sport- und Spieleangebote, soziale Angebote)

Die ausgearbeiteten Faktoren können dabei helfen, die eigene Einrichtung neu auszurichten und diese für neue und jüngere Zielgruppen attraktiver zu machen. Gute nach diesen Kriterien bereits umgesetzte Beispiele sind der „WGF-Treff“ der Wohnungsgenossenschaft Döbeln und die „CSg Lounge“ der Chemnitzer Siedlungsgemeinschaft eG, die mit ihren offenen Angeboten nicht nur eigene Mieter, sondern auch andere Anwohner und Nachbarn aus dem Quartier anziehen.

2 Inhaltliche Anregungen zu Veranstaltungen

2.1 WOHNEN

Im Rahmen der Arbeit des Projektes Chemnitz+ wurden spezielle Themenbereiche herausgearbeitet, die im Folgenden aufgeführt werden und als Anregungen für Veranstaltungen dienen können.

2.1.1 Neue Wohnformen im Alter: Warum? – Wann? – Welche?

Inhalte

- Wohnformen im Alter und Vielfalt der Wohnkonzepte: Senioren WGs, Mehrgenerationenhäuser, Betreutes Wohnen, Wohnen mit Concierge...
- nützliche Hinweise zur Entscheidungsfindung und Kriterien zur Auswahl
- Möglichkeiten, den eigenen Wohnraum so zu gestalten, dass lange eine selbstständige Lebensführung in den eigenen vier Wänden möglich ist

Ziele der Veranstaltung

- Teilnehmer sollen sensibilisiert werden, sich selbst mit ihrer Wohnsituation kritisch auseinanderzusetzen, bevor es Andere (z. B. Angehörige) tun müssen

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Wohnberatungsstellen, Verbraucherzentrale, Seniorenberatungsstellen, Wohnberater, Sanitäts- und Reha-häuser

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Sozialamt Chemnitz
Abt. Senioren-, Behindertenhilfe,
Örtliche Betreuungsbehörde

2.1.2 Die „Mitalternde Wohnung“ – technisch, baulich, sozial

Inhalte

- Stand und Perspektiven der baulichen Wohnraum-anpassung
- Ausrüstung mit Elementen von Smart-Home zur erweiterten Teilhabe und Integration sozialer Dienstleistungen
- bewährte Lösungen sowie Handlungsempfehlungen

Ziele der Veranstaltung

- Wissensvermittlung über bauliche Wohnraumgestaltung
- Einbau von Assistenzsystemen
- Einbindung sozialer Netzwerke und Lösungsvorschläge aus Chemnitz+

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., Verbraucherzentrale, Wohnberater, Anbieter von Smart-Home Systemen, Sanitäts- und Reha Häuser

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V.



2.1.3 Die Wohnung als Gesundheitsstandort

Inhalte

- die Wohnung als Gesundheitsstandort
- Erkenntnisse, Erfahrungen und Lösungen im Wohnungsbau für den Bereich Gesundheit
- Digitalisierung als Hilfsmittel und soziale Netzwerke
- Vorbereitung der Nutzer auf Assistenzsysteme – Akzeptanzschaffung
- Auswirkungen auf die Miete

Ziele der Veranstaltung

- Information über Erfahrungen der Wohnraumanpassung und Vorbereitung der Nutzer darauf
- die moderne Gestaltung der Wohnung als Gesundheitsstandort

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., Verbraucherzentrale, Wohnberater, Anbieter von Smart-Home Systemen, Sanitäts- und Reha Häuser

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V.

2.1.4 Wohnraumanpassung – kleine Anpassungen große Wirkung

Inhalte

- Möglichkeiten der Wohnraumanpassung
- Vorstellung des Kataloges kleiner Anpassungsmaßnahmen (Publikation im Rahmen des Projektes Chemnitz+, abrufbar unter <https://www.vswg.de/publikationen/>)
- Erläuterungen der Empfehlungen und Vorstellung von Hilfsmitteln
- Finanzierung von wohnumfeldverbessernden Maßnahmen
- individuelle Beratung

Ziele der Veranstaltung

- Sensibilisierung für niedrigschwellige Anpassungsmaßnahmen in der Wohnung
- Information über Anpassungsmöglichkeiten und Hilfsmittel

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., Verbraucherzentrale, Wohnberater, Sanitäts- und Reha Häuser, Kranken- und Pflegekassen (wohnumfeldverbessernde Maßnahmen)

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Begleitetes Wohnen e. V.

2.2 TECHNIK und MEDIEN

2.2.1 Die Digitalisierung der Wohnung – technische Lösungen und deren Handhabung

Inhalte

- Teilhabeunterstützung insbesondere im Alter
- Grenzen und Verbesserung durch Digitalisierung
- Digitalisierung ist ein Hilfsmittel, der Mensch bleibt der Souveräne
- das Handwerk als Vermittler und Innovationsträger
- Gestaltung der Infrastruktur
- Beispiele und Produktmöglichkeiten

Ziele der Veranstaltung

- Vermittlung von Erfahrungen der Digitalisierung beim Wohnen
- Praxisbeispiele
- persönliche Vorbereitung auf die Digitalisierung
- das Handwerk als komplexer Dienstleister

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V.,
Verbraucherzentrale, Wohnberater, Anbieter von
Smart-Home Systemen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V.

2.2.2 Hausnotruf

Inhalte

- Anbieter
- Formen
- Finanzierung
- Praktisches Ausprobieren

Ziele der Veranstaltung

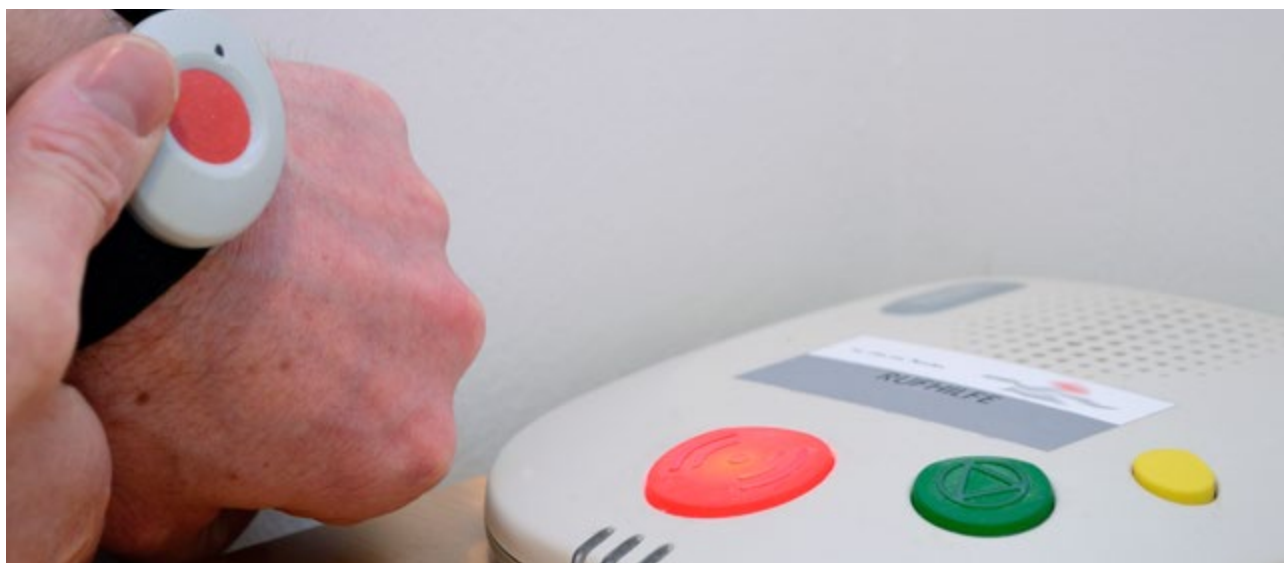
- Sensibilisierung für Möglichkeiten und Notwendigkeit eines Hausnotrufes
- Ausräumen von Vorbehalten

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Anbieter von Hausnotrufsystemen, Sanitäts- und
Rehahäuser

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Wohnungsgenossenschaft „Fortschritt“ Döbeln eG



2.2.3 Smartphone und Co

Inhalte

- Sicherheit der Geräte (dazu Handout)
- Hilfe zur Selbsthilfe anhand von Video-Anleitungen bei YouTube, insbesondere „LernKanal“
- Kontoeinstellung und App – Installation
- Informationssuche im Internet
- Einkaufen im Internet
- Kommunikation und Bildtelefonie
- Onlinebanking
- Möglichkeit Smartphones auszuprobieren, Vorführmodelle
- anschließende Beratung

Ziele der Veranstaltung

- Erweiterung der Kompetenzen hinsichtlich des Umgangs mit neuen Medien, Information, Interesse für neue Medien wecken
- Beratung und Lösungsangebote bei individuellen Problemlagen
- Abbau von Berührungsängsten mit neuen Medien

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Anbieter und Verkäufer von Smartphones, Personen mit Kenntnissen/Erfahrungen in dem Bereich

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch
ACX GmbH

2.2.4 Laptop und Internetnutzung

Inhalte

- Grundlagen beim Umgang mit Laptop: Bedienung der Tastatur, Maus, Mauspad, Desktop und Einstellungen
- Öffnen und Speichern von Dateien, Anlegen von Ordnern
- Informationsbeschaffung im Internet, Kennenlernen von Internetbrowsern und Suchmaschinen
- Einkaufen im Internet

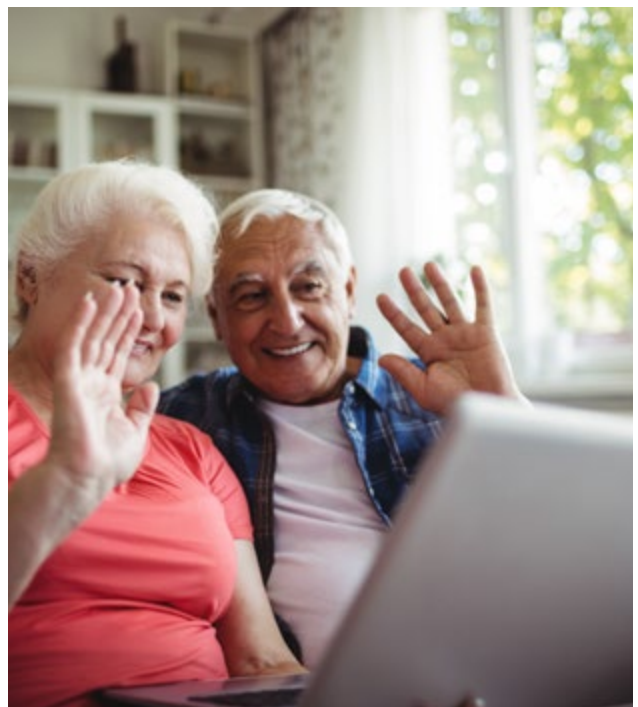
Ziele der Veranstaltung

- Aufbau von Kompetenzen im Umgang mit Laptop
- Abbau von Berührungsängsten mit neuen Medien

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Anbieter von PC Kursen, Informatiker im Ruhestand

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch
Begleitetes Wohnen e. V.



2.2.5 Soziale Netzwerke und virtuelle Seniorentreffs

Inhalte

- Facebook, Twitter, Instagram
- Vorstellung von Internetplattformen: z. B. Sachsen-Senioren.de und www.seniorenportal.de
- Orientierung auf den Startseiten
- Anmeldeoptionen
- Vor- und Nachteile
- Wie schütze ich meine Privatsphäre in sozialen Netzwerken
- Bildung und Nutzung von Gruppen in sozialen Medien

Ziele der Veranstaltung

- Kennenlernen von sozialen Netzwerken und virtuellen Seniorentreffs
- Informationen zum Schutz eigener Daten
- Abbau von Berührungängsten

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Anbieter von virtuellen Seniorentreffs

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Sachsen-Senioren.de

2.3 BEWEGUNG/MOBILITÄT

2.3.1 Bewegungsförderung

Inhalte

- Wirkpotentiale von Bewegung und Techniken zur Motivation
- Empfehlungen und Hinweise für Bewegung und Sport (im Alter)
- Sturzprävention (praktische Übungen)
- Vorstellung und Erprobung einzelner Übungen
- Selbsttest – Wie fit bin ich?

Ziele der Veranstaltung

- Aufklärung über positive Auswirkungen von Bewegungsförderung, Gesundheitseffekte
- Anleitung zur Motivation und Beseitigung von Barrieren
- Sturzprävention, Vermittlung von Kompetenzen zum Aufstehen nach einem Sturz bzw. Vorbeugung von Stürzen
- Bewegungsförderung

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., Übungsleiter Seniorensport, Physiotherapeuten, Gerontologen, Seniorenberater

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Begleitetes Wohnen e. V.



„FIT BIS INS HOHE ALTER“ – SPORTLICHE UND GESUNDHEITLICHE ANGEBOTE FÜR BEWOHNER IM WGF-WOHNGEbiet DöBELN OST II

2.3.2 Sturzprävention

Inhalte

- Statistiken zum Sturzrisiko und zur Sturzhäufigkeit
- eigene Risikoerkennung/Sturzanalyse und Fallbeispiele
- Maßnahmen zur Vorbeugung von Stürzen
- Vorstellung von Übungen für zu Hause als Sturzprophylaxe
- Empfehlungen zu Veränderungsmaßnahmen in Wohnungen zur Sicherheit
- Vorstellung von Hilfsmitteln (Antirutschsocken, Rollator, Haltegriffe...)
- angeschlossene Dienstleistungen (Assistenz, Hauswirtschaft, Pflege, Betreuung, Beratung)

Ziele der Veranstaltung

- Sturzprävention, Vermittlung von Kompetenzen zum Aufstehen nach einem Sturz bzw. Vorbeugung von Stürzen
- Bewegungsförderung

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., Übungsleiter Seniorensport, Physiotherapeuten, Gerontologen, Seniorenberater, Kommunale Seniorenberatungsstellen, Pflegedienste

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

SFZ Förderzentrum gGmbH und Begleitetes Wohnen e. V.

2.3.3 Mobil (auch) mit Rollator

Inhalte

- Rollatormodelle
- Zusatzausstattung
- Einstellung des Rollators
- Funktionen: Bremsen, Hindernisse überwinden, Transportkorb, Rollatorsitz, Zusammenlegen mit praktischen Übungen
- sicheres Setzen und leichteres Aufstehen
- Kraft und Gleichgewicht als Grundvoraussetzungen zur Nutzung: Übungen mit dem Rollator (praktisch)
- Verhalten in öffentlichen Verkehrsmitteln
- Stürzen vorbeugen

Ziele der Veranstaltung

- Information, Sensibilisierung und Kompetenzvermittlung hinsichtlich der Nutzung eines Rollators
- Sturzprävention

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., Übungsleiter Rollatortraining, Physiotherapeuten, Gerontologen, Sanitätshäuser, Pflegedienste

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Begleitetes Wohnen e. V.

2.4 PFLEGE

2.4.1 Pflegefall – was nun – Leistungen/Beantragungen?

Inhalte

- Hilfen und Leistungen im Pflegefall
- Antragstellung und Organisation der Hilfen
- Prävention: Maßnahmen vor dem möglichen Akutfall
- Pflege als Ist-Situation: Maßnahmen bei Akutfall
- Leben mit der Pflegesituation: begleitende Maßnahmen im Pflegefall
- Anschluss zu professionellen Dienstleistungsangeboten

Ziele der Veranstaltung

- Hilfestellung für Angehörige und Betroffene
- Stärkung der Selbstbestimmtheit (sowohl Betroffene als auch Helfer)
- Hilfe zur Selbsthilfe in der Praxis sowie Finanzierungsmöglichkeiten
- Förderung des Inklusionsgedankens (offensiver Umgang mit Einschränkungen)

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Pflegekoordinatoren, Gerontologen, Pflegedienste, Pflegeberater, Seniorenberatungsstellen, Träger der Altenhilfe und Pflege

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

SFZ Förderzentrum gGmbH

2.4.2 Pflegeversicherung

Inhalte

- Leistungen der Pflegeversicherung für Betroffene und Angehörige: Pflegezeit, Pflegehilfsmittel, Wohnraumanpassung
- Beantragung eines Pflegegrades
- Begutachtungsverfahren
- Widerspruchsverfahren

Ziele der Veranstaltung

- Hilfestellung für Angehörige und Betroffene
- Information über Leistungen der Pflegeversicherung

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Pflegedienste, Pflegeberater, Pflegekoordinatoren, Seniorenberatungsstellen, Träger der Altenhilfe und Pflege

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Begleitetes Wohnen e. V.

2.5 VORSORGE

2.4.3 Hilfsmittel und Wohnraumanpassung bei Pflege

Inhalte

- Notwendige Anpassungen in der Wohnung bei Eintreten des Pflegefalls, auch präventiv
- Pflege erleichternde Hilfsmittel entsprechend Einschränkungen
- Vorführung der Hilfsmittel
- Finanzierung

Ziele der Veranstaltung

- Hilfestellung für Angehörige und Betroffene
- Information über Hilfsmittel und Anpassungsmaßnahmen

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Pflegedienste, Pflegeberater, Pflegekoordinatoren, kommunale Seniorenberatungsstellen, Sanitäts- und Rehakäuser, Wohnberater, Träger der Altenhilfe und Pflege

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch
Begleitetes Wohnen e. V.

2.5.1 Vorsorgemöglichkeiten: Vorsorgevollmacht, Patienten- und Betreuungsverfügung

Inhalte

- Welche Vorsorgemöglichkeiten gibt es, was kann und sollte man für den Notfall tun?
- Vorsorgevollmacht
- Betreuungsverfügung
- Gerichtliche Betreuung
- Patientenverfügung
- Dienstleister

Ziele der Veranstaltung

- Sensibilisierung und Information

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Notare, Rechtsanwälte, Generationenberater, Betreuungsbehörde, kommunale Beratungsangebote, Seniorenberatungsstellen, Betreuungsvereine

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Sozialamt Chemnitz
Abt. Senioren-, Behindertenhilfe, Örtliche Betreuungsbehörde



2.5.2 Vorsorge Krankenhausfall

Inhalte

- Vorkehrungen für einen möglichen Krankenhausaufenthalt
- Vorstellung „Wegweiser Krankenhaus“ (Publikation im Rahmen des Projektes Chemnitz+, abrufbar unter <https://www.vswg.de/publikationen/>)
- Vorsorgevollmacht und Patientenverfügung
- Vorkehrungen in der Wohnung und hinsichtlich zu betreuender Personen und Haustiere
- Notfallkärtchen

Ziele der Veranstaltung

- Sensibilisierung und Information

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., Pflegedienste, kommunale Seniorenberatungsstellen, Kliniksozialdienst

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Begleitetes Wohnen e. V.

2.5.3 Unterstützungsangebote der Kommunen

Inhalte

- Vorstellung der sozialen Unterstützungsangebote der jeweiligen Kommune
- Woran erkenne ich, dass ein älterer Mensch Hilfe benötigt? Was kann oder sollte ich tun? Welche Hilfesysteme greifen? Wo finde ich Ansprechpartner für Beratung und Unterstützung?
- Beispiele für Lebenslagen, aus denen sich Schwierigkeiten entwickeln können

Ziele der Veranstaltung

- Information über kommunale Unterstützungsangebote
- Sensibilisierung und Früherkennung von Hilfebedarfen

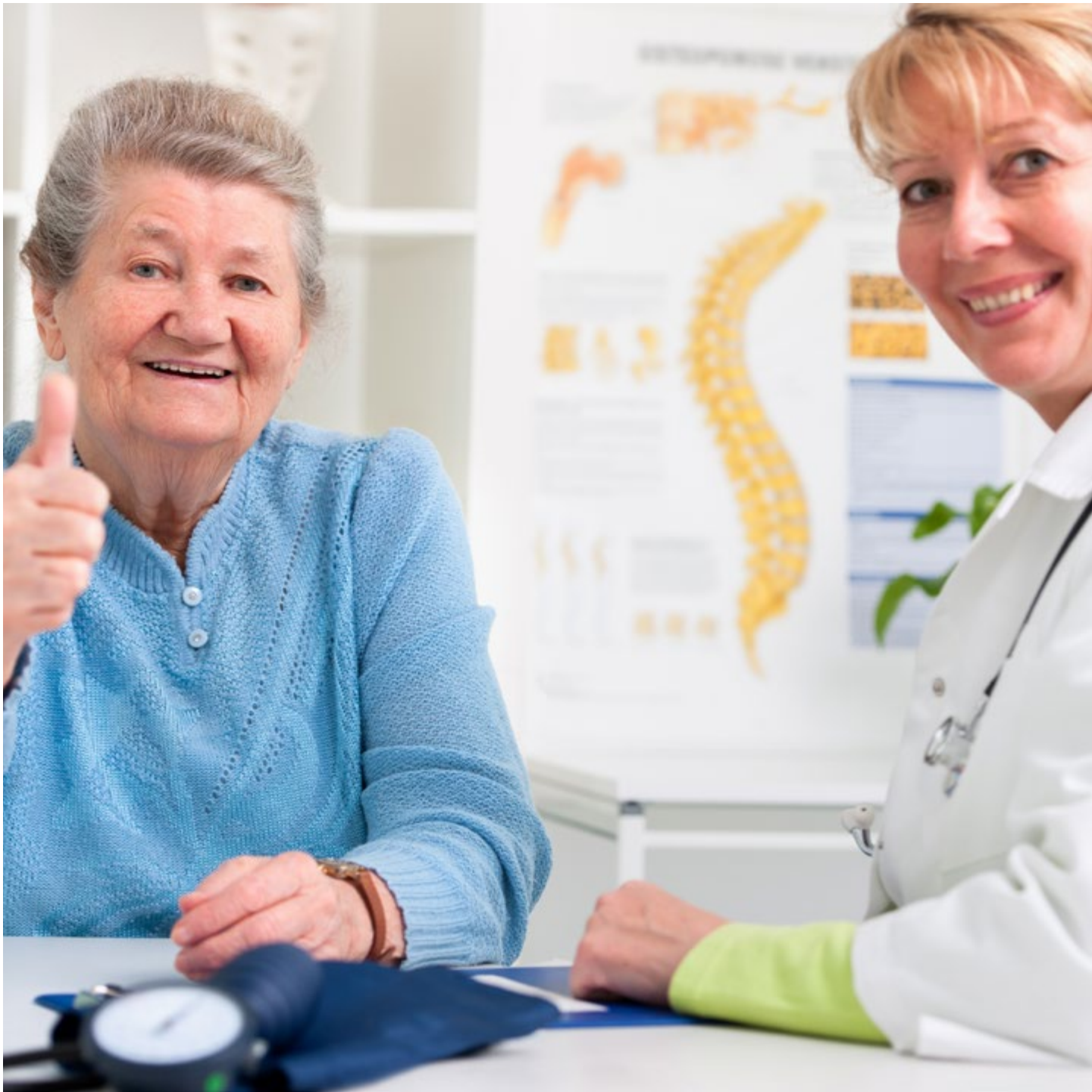
Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Kommunale Träger

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Sozialamt Chemnitz

Abt. Senioren-, Behindertenhilfe, Örtliche Betreuungsbehörde



MIT(ER)LEBEN – EIN HANDLUNGSLEITFADEN

1 GRUNDLAGEN DER PLANUNG, DURCHFÜHRUNG UND BEWERBUNG VON VERANSTALTUNGEN

2 INHALTLICHE ANREGUNGEN ZU VERANSTALTUNGEN

3 KOMPETENZVERMITTLUNG FÜR ORGANISATOREN

4 ARBEITSVORLAGEN

2.6 DEMENZ

2.6.1 Überblick Demenz

Inhalte

- Allgemeines zum Krankheitsbild und Anzeichen für eine Demenz
- Lebenswelt des Erkrankten
- Probleme und Reaktionen, Tipps im Umgang mit Problemsituationen
- Hilfsangebote regional/überregional sowie individuelle Beratung im Anschluss

Ziele der Veranstaltung

- Information und Aufklärung über die Erkrankung
- Sensibilisierung im Umgang mit an Demenz erkrankten Menschen
- Kompetenzvermittlung hinsichtlich Umgang mit schwierigen Situationen und der Alltagsbewältigung
- Vorstellung des vorhandenen regionalen Hilfesystems

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Örtliche Organisationen und Beratungsstellen im Themenbereich Demenz, Alzheimergesellschaften (www.demenz-partner.de), Landesinitiative Demenz Sachsen e. V., Gedächtnisambulanzen, Ärzte, Gerontologen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Begleitetes Wohnen e. V. / Mehrgenerationenhaus Chemnitz (Träger Lokale Allianzen für Menschen mit Demenz in Chemnitz, Mitglied im DemenzNetz_C und Demenz Partner)

2.6.2 Kommunikation und Umgangsweisen

Inhalte

- Allgemeines zum Krankheitsbild
- Besonderheiten bei der Kommunikation mit demenzerkrankten Menschen
- Veränderte Rollen in der Beziehung und Akzeptanz der Situation
- Validation
- Umgang mit herausforderndem Verhalten und individuelle Fallbesprechung

Ziele der Veranstaltung

- Information und Aufklärung über die Erkrankung
- Vermittlung von Kompetenzen im Umgang mit demenzerkrankten Menschen
- Erfahrungsaustausch

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Örtliche Organisationen und Beratungsstellen im Themenbereich Demenz, Alzheimergesellschaften (www.demenz-partner.de), Landesinitiative Demenz Sachsen e. V., Gedächtnisambulanzen, Ärzte, Gerontologen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Begleitetes Wohnen e. V. / Mehrgenerationenhaus Chemnitz (Träger Lokale Allianzen für Menschen mit Demenz in Chemnitz, Mitglied im DemenzNetz_C und Demenz Partner)



2.6.3 Demenz und Wohnen

Inhalte

- Vorteile des Verbleibs in der Häuslichkeit bei Demenz
- Einfluss der krankheitsbedingten Veränderungen auf das Wohnen
- Tipps und Tricks zur Verbesserung der Wohnsituation: Sicherheitssysteme, Wahrnehmungsunterstützung, Nachtruhe, haushaltsnahe Dienstleistungen und niedrigschwellige Betreuungsangebote
- Umgang mit Nachbarn
- Alternative Wohnformen: Pflegeheim vs. Demenz - WG

Ziele der Veranstaltung

- Vermittlung der Möglichkeiten Wohnraumanpassung bei Demenz und Unterstützungsmöglichkeiten

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., örtliche Organisationen und Beratungsstellen, Alzheimergesellschaften, Gedächtnisambulanzen, Ärzte, Gerontologen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch Begleitetes Wohnen e. V.

2.6.4 Hilfsangebote/Unterstützungsangebote für Betroffene und Angehörige

Inhalte

- Allgemeines über das Krankheitsbild
- Hilfsangebote für Betroffene: Gedächtnisaktivierung, Wohnraumanpassung, Biographiearbeit, Vorsorgeangebote, Selbsthilfegruppen, niedrigschwellige Betreuungsangebote, Psychotherapie, Gedächtnissprechstunde, Logopädie, Physiotherapie
- Hilfsangebote für Angehörige: (Pflege)Beratung, Psychotherapie und Krisenberatung, Selbsthilfegruppen, Leistungen der Pflegekasse für Angehörige, Entspannungsübungen
- Annahme von Hilfe
- Alternative Wohnformen

Ziele der Veranstaltung

- Aufklärung über Hilfs- und Unterstützungsangebote bei Demenz
- Motivation zur Organisation und Annahme der Hilfen

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Örtliche Organisationen und Beratungsstellen im Themenbereich Demenz, Alzheimergesellschaften (www.demenz-partner.de), Landesinitiative Demenz Sachsen e. V., Gedächtnisambulanzen, Ärzte, Gerontologen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch Begleitetes Wohnen e. V.

2.7 SONSTIGES

2.7.1 Ehrenamt

Inhalte

- Wie und wo kann man sich in meiner Stadt engagieren?
- Welche Einsatzfelder gibt es?
- je nach Verfügbarkeit von Kooperationspartnern wird als Modell ein Einsatzfeld ganz speziell vorgestellt

Ziele der Veranstaltung

- Interesse für Ehrenamt wecken
- Kenntnis von Anlaufstellen

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Organisationen, die Ehrenamt koordinieren, kommunale Träger

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Sozialamt Chemnitz
Senioren-, Behindertenhilfe, Örtliche
Betreuungsbehörde

2.7.2 Notfallhilfe

Inhalte

- erste Hilfe und präventive Maßnahmen zur Vermeidung von Notfallsituationen
- Maßnahmen im Notfall
- praktische Übungen
- offene Diskussions- und Fragerunde

Ziele der Veranstaltung

- Vermittlung von Sicherheitsgefühl durch Aufklärung und Information
- Vermittlung von Kompetenzen für einen Notfall

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Pflegedienste, Anbieter von Erste-Hilfe-Kursen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

SFZ Förderzentrum gGmbH



2.7.3 Ernährung im Alter

Inhalte

Essen und Trinken im Alter

- Ernährungssituation im Alter
- Empfehlungen für eine ausgewogene Ernährung
- Trinken im Alter
- Umgang mit Ernährungsproblemen

Ernährung des kranken Menschen

- Ess-Störungen (Magersucht, Ess-Brech-Sucht)
- Diabetes mellitus
- Herz- und Kreislauferkrankungen
- Gicht
- Tumorerkrankungen
- Erkrankungen des Magen-Darm-Traktes

Ernährungsempfehlungen bei Allergien und Unverträglichkeiten

- Lebensmittelintoleranzen (Zöliakie, Laktoseintoleranz)
- Lebensmittelallergien

Ziele der Veranstaltung

- Vitalität auf einem gleichbleibenden Niveau halten oder sogar wieder steigern
- eine mengenmäßig ausreichende und ausgewogene Ernährung
- Vorbeugung von Krankheiten
- Lebensqualität erhalten
- Veranstaltungen sollen dazu beitragen, dass es gelingt, eine ausgewogene Ernährung im Alltag umzusetzen bzw. bei verschiedenen Erkrankungen die richtige und geeignete Ernährungsweise zu finden

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Ernährungsberater, Gesundheitsamt

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Gesundheitsamt Chemnitz

2.7.4 Hören

Inhalte

- Anatomie und Physiologie des Hörorgans
- Unterscheidung zwischen Hören und Verstehen
- Wie entsteht ein Hörverlust?
- Welche Auswirkungen hat ein Hörverlust?
- Welche Risiken können auftreten?
- Wie kann man dem entgegenwirken?

Ziele der Veranstaltung

- Aufklärung
- Informationsaustausch
- Ängste und Vorurteile beseitigen
- Hilfemöglichkeiten aufzeigen

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Anbieter von Hörgeräten, Hörakustikzentren

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Hörgeräte ISMA GmbH & Co. KG
terzo-Zentrum Chemnitz

2.8 GET-TOGETHER

2.8.1 Reiseplausch

Inhalte

- Reiseberichte (Bilder, Filme) von Privatreisenden/Erfahrungsaustausch
- Informationsveranstaltungen durch spezialisierte Reiseanbieter und Begleitservices
- Unterstützungsangebote zu Reisen im Alter wie z. B. Zubuchung einer Begleitperson aus dem Pflegedienst, Assistenzleistungen, Wegebegleitung, Reisen mit pflegebedürftigen Angehörigen, Hilfsmittel etc.

Ziele der Veranstaltung

- Information sowie Aktivierung

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Reisebüros, Menschen, die viel reisen und über ihre Erfahrungen berichten wollen, Anbieter von Reisen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

SFZ Förderzentrum gGmbH &
CSg Chemnitzer Siedlungsgemeinschaft eG

2.8.2 Themenwanderung

Inhalte

- Jahreszeiten generell
- Frühjahrsblüte, Pilzzeit, Naturereignisse, ...
- Veranstaltungen in nahegelegenen Ortschaften
- Pilzwanderungen mit „Experten“
- Fledermausführung mit Naturfreunden
- Radwanderungen zu ausgewählten Zielen
- Dauer 3-4 Stunden, variabel

Ziele der Veranstaltung

- Ansprache neuer Teilnehmer durch offenen Charakter
- Bewegungsförderung
- Förderung der Teilhabe und Kommunikation im Quartier

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Wanderführer, ehrenamtliche Wanderfreunde, Naturschutzvereine

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Wohnungsgenossenschaft „Fortschritt“ Döbeln eG & ATB gGmbH



MIT(ER)LEBEN – EIN HANDLUNGSLEITFADEN

- 1 GRUNDLAGEN DER PLANUNG, DURCHFÜHRUNG UND BEWERBUNG VON VERANSTALTUNGEN
- 2 INHALTLICHE ANREGUNGEN ZU VERANSTALTUNGEN
- 3 KOMPETENZVERMITTLUNG FÜR ORGANISATOREN
- 4 ARBEITSVORLAGEN

2.8.3 Tanznachmittag

Inhalte

- Tanz zu Schlagermusik, 50er 60er 70er Jahre Hits, Oldies
- Musikdarbietung durch Musikanten/DJs aus der Region
- Kaffee und Kuchen
- gemeinsames Abendbrot

Ziele der Veranstaltung

- Unterhaltung
- Bewegungsförderung
- Förderung der Teilhabe und Kommunikation im Quartier

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Musiker und DJs aus der Region

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

AWO Begegnungsstätte „Mobil“ Chemnitz

2.8.4 Gedichte mit musikalischer Begleitung

Inhalte

- Lesung von Gedichten
- Thema kann vorab festgelegt werden (z. B. saisonal, anlassbezogen)
- Begleitung mit Klanginstrumenten
- Moderation und Rezitation

Ziele der Veranstaltung

- Unterhaltung
- kulturelle Umrahmung von Informationsveranstaltungen und Festen
- Auflockerung von Veranstaltungen
- Moderation von Veranstaltungen
- Vermittlung von positivem emotionalem Erleben
- geistige und sinnliche Anregung
- Aktivierung und Förderung der Teilhabe

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Lyrikvereine, Dichter, Freier Deutscher Autorenverband Landesverband Sachsen

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Margit Aurich & Rita Deuchler



2.8.5 Gemeinsam und gesund Kochen

Inhalte

- Vorstellung und ausprobieren gesunder Rezepte mit saisonalen und regionalen Produkten
- Salate
- Brotaufstriche
- schnelle Gerichte

Ziele der Veranstaltung

- Sensibilisierung für gesunde Ernährung
- Erleben von Gemeinschaft
- Förderung der Kommunikation und Teilhabe im Quartier

Mögliche Ansprechpartner zur Durchführung

Hobbyköche, Ernährungsberater

Im Projekt Chemnitz+ modellhaft umgesetzt durch

Gesundheitsamt Chemnitz &

CSg Chemnitzer Siedlungsgemeinschaft eG





MIT(ER)LEBEN – EIN HANDLUNGSLEITFADEN

1 GRUNDLAGEN DER PLANUNG, DURCHFÜHRUNG UND BEWERBUNG VON VERANSTALTUNGEN

2 INHALTLICHE ANREGUNGEN ZU VERANSTALTUNGEN

3 KOMPETENZVERMITTLUNG FÜR ORGANISATOREN

4 ARBEITSVORLAGEN

3 Kompetenzvermittlung für Organisatoren

Schulungen zur Kompetenzentwicklung bei professionellen Akteuren finden sich beim WohnXperium. Das WohnXperium ist ein Test- und Demonstrationszentrum mit angeschlossenem Schulungsbereich. In einer interaktiven, multimodalen Erlebniswelt können zu verschiedensten Themen des Wohnens und Arbeitens, insbesondere im Umfeld von Pflegesituationen oder älteren Personen, Kompetenzen erworben und gestärkt werden. Als eine

zentrale Anlaufstelle sowohl für verschiedene Akteure unterschiedlicher Disziplinen (wie z. B. Handwerker, Architekten, Wohnungsunternehmen, soziale und technische Dienstleister usw.), als auch für Bürgerinnen und Bürger, bietet es vielfältige Informationen und interaktive Testmöglichkeiten zum Thema Wohnen.

Unter www.wohnxperium.de können Sie sich zu aktuellen Schulungsformaten informieren.

Im Folgenden ist ein Auszug an Kompetenzentwicklungsmaßnahmen dargestellt:

Alter erleben

Inhalte

- demografische Entwicklung
- altersbedingte Veränderungen bei der Informationsaufnahme (Sehen, Hören, Fühlen), -verarbeitung (fluide und kristalline Intelligenz) und -umsetzung (Motorik, Ausdauer)
- Beispiele zu Unterstützungsmöglichkeiten älterer Menschen bei Fähigkeitseinschränkungen in den jeweiligen Bereichen in Bezug auf Wohnung/Wohnumfeld
- Vorstellung des modularen Alterssimulationsanzuges Extra (MAX)

Informationsgestaltung für Ältere

Inhalte

- Grundlagen zur Informationsgestaltung
- altersbedingte Veränderungen bei der Informationsaufnahme (Sehen, Hören) und -verarbeitung (fluide und kristalline Intelligenz) und ihr Einfluss auf die Informationsgestaltung für Ältere
- „Goldene Regeln“ zur Informationsgestaltung für Ältere

Kommunikation mit Älteren

Inhalte

- Grundlagen zur Kommunikation
- altersbedingte Veränderungen bei der Informationsaufnahme (Sehen, Hören) und -verarbeitung (fluide und kristalline Intelligenz) und ihr Einfluss auf die Kommunikation mit Älteren
- „Goldene Regeln“ für die Kommunikation mit Älteren

4 Arbeitsvorlagen



Datum:

Liebe Teilnehmer,

bitte lesen Sie die Aussagen aufmerksam durch und werten Sie diese auf der Skala. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten - wählen Sie die Antwort, die Ihre Meinung am besten widerspiegelt.

Markieren Sie so:

☐	☒	☐	☐	☐	☐
--------------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Korrigieren Sie so:

☐
☒
☐
☐
☐
☐

[illegible]

Ergänzende Fragen

Wie sind Sie auf die Veranstaltung aufmerksam geworden?

- ☐ durch Freunde, Bekannte, Nachbarn etc.
☐ durch Flyer oder Aushänge. > Wo?
☐ durch Zeitung/Zeitschrift. > Welche?
☐ durch
.....
.....
.....

Was ist der Grund für den Besuch der Veranstaltung?

- ☐ Ich habe allgemein Interesse am Thema.
☐ Das Thema betrifft mich persönlich/selbst.
☐ Das Thema betrifft Personen im Umfeld.
☐ Das Thema interessiert mich beruflich.
☐
.....
.....

Verraten Sie uns ...

... Ihr Alter: ☐ unter 30 ☐ 30+ ☐ 50+ ☐ 70+
☐ 40+ ☐ 60+ ☐ 80+

... Ihr Geschlecht:

☐ männlich
☐ weiblich

Wo kommen Sie her?

Bitte geben Sie Ihre **Postleitzahl** an:

Haben Sie Hinweise oder Anregungen?

Erwartungen an weitere Veranstaltungen:

Wünsche zu weiteren Veranstaltungsthemen:

Ergänzende Anmerkung und Kommentare:

Datenschutz: Die erhobenen Daten werden anonymisiert und ausschließlich für Forschungszwecke bzw. zur Verbesserung von Folgeveranstaltungen verwendet.
Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben!

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Vorlage zur Erstellung einer Sozialraumanalyse zur Vernetzung im Quartier:

- Bitte vorher Einzugsgebiet festlegen (Stadtteile etc.)
- Ansprache des Akteurs muss möglichst persönlich erfolgen >> dabei Einverständnis zu Verwendung des Kontaktes für die Verbreitung von Infos erbitten
- Keine Garantie für Vollständigkeit; Arbeitshilfe ggf. ergänzen

	Institution	Stadtteil (falls abweichend)	Kontaktdaten	Bestehender direkter Kontakt zu/oder Kontakt über	Form der bestehenden Kooperation/ denkbare Kooperationsformen
KOMMUNALE EINRICHTUNGEN	Seniorensozialdienst (zuständiger MA im Stadtteil)				Beispiele: • Beratung • Anbieter von Veranstaltungen/ Referent • gibt Flyer/Programm bei Beratungen aus
	Bürgerservicestellen im Einzugsgebiet				
BEGEGNUNGSSÄTTEN UND BÜRGERTREFFS	Stadtteiltreffs				
	Begegnungsstätten für Senioren (kommunale und kirchliche)				
	Begegnungsstätten für Menschen mit Behinderung				
	Begegnungsstätten/Treffs in Wohnungsgenossenschaften, Wohnungsgesellschaften				

	Institution	Stadtteil (falls abweichend)	Kontaktdaten	Bestehender direkter Kontakt zu/oder Kontakt über	Form der bestehenden Kooperation/ denkbare Kooperationsformen
INITIATIVEN	Bürgerinitiativen und Vereine				
	Beratungsstellen				
BILDUNG	Berufsschulen/Fachschulen/FH/UNI				
	Andere relevante Bildungseinrichtungen (z. B. Volkshochschule)				
	Seniorenakademien/Seniorencollege				
ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN	Öffentliche Einrichtungen (z. B. Bibliothek/Theater)				

Institution	Stadtteil (falls abweichend)	Kontaktdaten	Bestehender direkter Kontakt zu/oder Kontakt über	Form der bestehenden Kooperation/ denkbare Kooperationsformen
SPORT UND FREIZEIT	Sportvereine			
	Fitnessstudios (mit Angeboten für Senioren)			
GESUNDHEITSCENTREN/ THERAPEUTISCHE EINRICHTUNGEN	Rehaeinrichtungen			
	Physiotherapie			
	Ergotherapie			
	Logopädie			
	Massagen/Wellnessangebote			

	Institution	Stadtteil (falls abweichend)	Kontakt Daten	Bestehender direkter Kontakt zu/oder Kontakt über	Form der bestehenden Kooperation/ denkbare Kooperationsformen
GESUNDHEITSENZENTREN/ THERAPEUTISCHE EINRICHTUNGEN	Arztpraxen				
	Ärzteläger/medizinische Versorgungszentren				
	Apotheken				
	Krankenhäuser/Kliniken				
	Geschäftsstellen der Kranken- und Pflegekassen				
	Sanitäts- und Rehakäuser				
AMBULANTE HILFSANGEBOTE	Mobile Mahlzeitenlieferdienste (Essen auf Rädern)				
	Sozialstationen, Pflegedienste, weitere Pflegeangebote				
	Hausnotrufdienste				

ALLTAGSVERSORGUNG UND DIENSTLEISTER					Institution	Stadtteil (falls abweichend)	Kontaktdaten	Bestehender direkter Kontakt zu/oder Kontakt über	Form der bestehenden Kooperation/ denkbare Kooperationsformen
					Banken/Sparkasse				
					Frisöre				
					Kosmetiker				
					Fußpflegepraxen				
					Post				
					Wäschereien				
					Bäckereien				

	Institution	Stadtteil (falls abweichend)	Kontaktdaten	Bestehender direkter Kontakt zu/oder Kontakt über	Form der bestehenden Kooperation/ denkbare Kooperationsformen
DIENSTLEISTER	Fleischereien				
	Lebensmittelfachgeschäfte				
	Drogerien				
	Floristikunternehmen				
	Bekleidungsgeschäfte				
	Schuhgeschäfte				
	Cafés, Restaurants, Gaststätten				

	Institution	Stadtteil (falls abweichend)	Kontakt daten	Bestehender direkter Kontakt zu/oder Kontakt über	Form der bestehenden Kooperation/ denkbare Kooperationsformen
SENIORENWOHNEN	Kurzzeitpflegeeinrichtungen sowie Alten- und Pflegeheime				
	Betreutes Wohnen, Servicewohnen, Wohnen mit Concierge				
	Tagespflege				
SONSTIGE					

Quellenverzeichnis

Börner, K. (2017): Goldene Regeln für die Informationsgestaltung für Ältere. TU Chemnitz Professur für Arbeitswissenschaft und Innovationsmanagement.

Engel, E. (2011): Herausforderung Demografischer Wandel - Marketingmaßnahmen für die Zielgruppe „50plus “ bei der Deutschen Bahn AG. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 79-90.

Geukes, J. (2007): Kommunale Vernetzung als zentrale Aufgabe der Seniorenarbeit. Abruf am 16.07.2017 unter: <https://www.herten.de/presse/p/news/kommunale-vernetzung-als-zentrale-aufgabe-der-seniorenarbeit.html>

Hemme, L. (2011): Senioren und Gesellschaftsspiele - Versuch einer Standortbestimmung. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 91-105.

Hunke, G. & Reidl, A. (2011): Quo Vadis 55plus Marketing? In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 32-38.

Hirsch, A., & Öztürk, M. (2011): Mikro oder Makro? Erfolgreiche Kundenbindung in der Zielgruppe 55plus–Sparkassen im Fokus. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 139-152.

Joswig, A. & Zühlsdorf, A. (2008): Marketing für Reformhäuser: Senioren als Zielgruppe, Diskussionspapiere // Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, No. 0801. Abruf am 12.01.2018 unter: https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjpvZuOruHYAhWNYIAKHVwZB8wQFggo-MAA&url=https%3A%2F%2Fwww.uni-goettingen.de%2Fde%2Fdocument%2Fdownload%2Fbc50e-67f3e43d35c5528293b48bcd1e3.pdf%2FDiskussionsbeitrag_Endversion%252018%252003%25202008.pdf&usq=AOv-Vaw2WjXvGwYCT7tiVSu3lbwQp

Keller, B. (2011): Senioren und Finanzen. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 123-138.

Landesarbeitsgemeinschaft Seniorenbüros NRW (LaS NRW, Hrsg.) (2016): Arbeitshilfen zur Vernetzung. Seniorenbüro Ahlen, Onlinepublikation. Abruf am 14.06.2017 unter: <http://www.las-nrw.de/wp-content/uploads/2016/07/Vernetzung.pdf>

Lehr, U. (2011): Demografischer Wandel–Herausforderung auch für Kommune, Wirtschaft und Handel. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 13-30.

Mauch, S. (2009): Was bringen Netzwerke? Abruf am 16.07.2017 unter: https://www.bw21.de/Bildung21_Aktuell/Managementwissen/Moderne%20Verwaltung/Seiten/Was-bringen-Netzwerke.aspx

Muthers, H., & Ronzal, W. (2012): Minuten Marketing 50+. Offenbach: GABAL Verlag GmbH.

Petras, A. (2006): Wertorientiertes Finanzmarketing der Best Ager-Zielgruppe. In: Hunke, R.; Gerstner, G. (Hrsg.): 55plus Marketing, Wiesbaden, S. 67-81.

Pflaum, M. (2007): Befragungsergebnisse zur Situation der Chemnitzer Begegnungsstätten im Rahmen des Projektes „Chemnitz+ Zukunftsregion lebenswert gestalten“. Unveröffentlichtes Manuskript.

Reidl, A. (2006a): Werte und Wertschöpfung durch die Zielgruppe 50plus. In: Hunke, R.; Gerstner, G. (Hrsg.): 55plus Marketing, Wiesbaden, S. 83-93.

Reidl, A. (2006b): Megatrend Alter – grau, rüstig, kaufkräftig. In: Hunke, R.; Gerstner, G. (Hrsg.): 55plus Marketing, Wiesbaden, S. 201- 215.

Richert, E. (2017): Befragung der Chemnitzer Begegnungsstätten zu ihren Angeboten. TU Chemnitz. Professur für Angewandte Gerontopsychologie. Unveröffentlichtes Manuskript.

Schaumberger, K. (2011): emporia Telecom– „Vom Produkt über die Kommunikation “. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 106-119.

Strauch, H. J. (2011): „Und sie konsumieren doch...!“ Die Alten von heute sind die Verbraucher von morgen. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, 179-192.

Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V. (VSWG) (2013): MarketingNews 01-2013: Wie plane ich eine Veranstaltung? Von der Konzeption bis zur Umsetzung. Dresden.

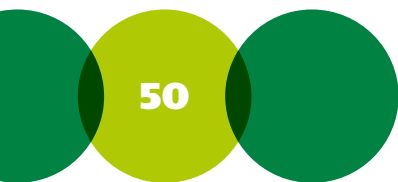
Wildner, R. (2011): Generation Silber–eine Zielgruppe mit Potenzial. In: Hunke, G. (Hrsg.): Best Practice Modelle im 55plus Marketing, Springer, S. 39-53.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Zielgruppendefinition **8**

Tabelle 2: Unterteilung der Zielgruppe 55plus in Untergruppen nach Soziodemographie,
den Wertehaltungen, Lebensstilen und Produktaffinitäten (vgl. Petras, 2006). **9**

Tabelle 3: Kommunikationsansätze im Seniorenmarketing **10**



IMPRESSUM

Herausgeber:

Begleitetes Wohnen e. V.

Elsa-Brändström-Straße 1, 01219 Dresden

Telefon: 0351 3172323

Telefax: 0351 3172320

E-Mail: info@begleiteteswohnen.de

Internet: www.begleiteteswohnen.de

Verband Sächsischer

Wohnungsgenossenschaften e. V.

Antonstraße 37, 01097 Dresden

Telefon: 0351 80701-0

Telefax: 0351 80701-60

E-Mail: verband@vswg.de

Internet: www.vswg.de

Redaktion:

Marina Pflaum, Steffi Bartsch,

Antje Nowak, Alexandra Brylok

Bildnachweis:

Titel: © ClipDealer - stockbroker, © ClipDealer - denyskuvaiev, © ClipDealer - highwaystarz, © ClipDealer - wavebreakmediamicro, Seite 2: CSg, Seite 6: © ClipDealer - kasto, Seite 17: © ClipDealer - designpics, Seite 19: © ClipDealer - scyther5, Seite 20: © ClipDealer - alho007, Seite 21: © ClipDealer - SeanPrior, Seite 22: WGF, Seite 25: © fotilia - Robert Kneschke, Seite 27: © ClipDealer - alexraths, Seite 28: © ClipDealer - alexraths, Seite 30: © ClipDealer - alexraths, Seite 32: © ClipDealer - rklfo123, Seite 35: © ClipDealer - annajacek, Seite 38: © ClipDealer - pressmaster

Redaktionsschluss:

September 2018

ISBN

978-3-00-060933-6

HINWEISE

Aus Gründen der Vereinfachung und besseren Lesbarkeit wird die männliche oder weibliche Form verwendet. Darin ist das jeweils andere Geschlecht mit einbezogen.

Quellen und weiterführende Hinweise wurden sorgfältig geprüft. Dennoch handelt es sich um den aktuellen Bearbeitungsstand zum Redaktionsschluss August 2018, beispielsweise können Links nach Veränderungen der angegebenen Internetseiten an Aktualität verlieren.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Das Werk inklusive aller Inhalte wurde unter größter Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Druckfehler oder Falschinformationen nicht ausgeschlossen werden. Die Herausgeber übernehmen keine Haftung für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte dieser Veröffentlichung, ebenso nicht für Druckfehler. Es können keine juristische Verantwortung sowie Haftung in irgendeiner Form für fehlerhafte Angaben und daraus entstandene Folgen von den Herausgebern übernommen werden.

