

Nationale Demenzstrategie 2014-2017

Projekt 1.1. Information und Sensibilisierung

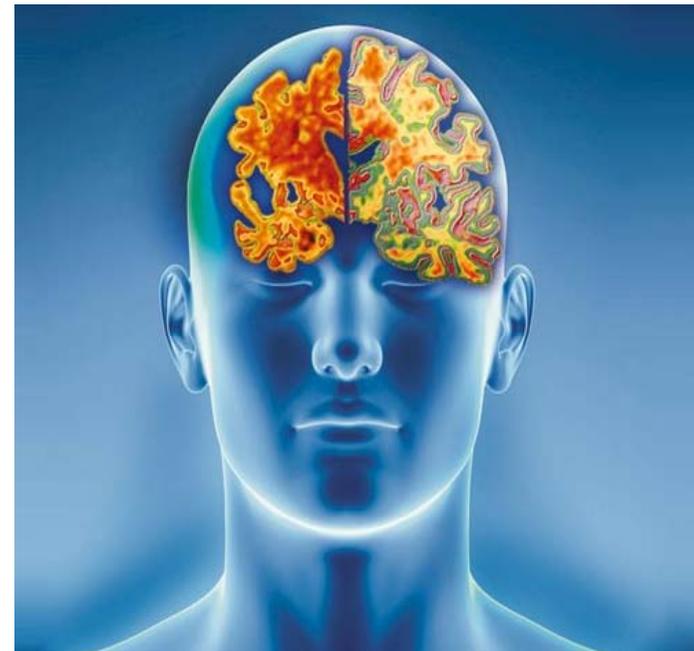
Schweizerische Alzheimervereinigung
Projekt 1.1. Bevölkerungsbezogene sowie gemeindenaher Informations- und
Sensibilisierungsaktivitäten

ZIELE - 1

Die Bevölkerung weiss mehr über Demenzkrankheiten

Wissen – Die Krankheit

Grundkenntnisse über die Alzheimerkrankheit und andere Demenzformen, Vorbeugung, Warnzeichen, Früherkennung, Diagnose, Behandlungen, klinischer Verlauf



ZIELE - 2

Die Bevölkerung versteht, was ein Leben mit Demenz für die Betroffenen bedeutet

Verstehen – Leben mit Demenz

Wie viele Menschen – Kranke und Angehörige – sind betroffen, wo und wie leben sie, welches sind ihre Bedürfnisse und Wünsche hinsichtlich Pflege, Betreuung und Unterstützung, welche Dienstleistungen stehen heute zur Verfügung



ZIELE - 3

Die Bevölkerung begegnet den Kranken und Betreuenden mit Verständnis und Solidarität

Handeln – Wie gehen wir mit den Kranken und den Betreuenden um im privaten Alltag und im beruflichen Umfeld



ZIELGRUPPEN

Die Bevölkerung

- wenig oder nicht informierte Kreise: Grundkenntnisse vermitteln
- bereits (teilweise) informierte Kreise: Kenntnisse vertiefen und Angesprochene zum konkreten Handeln und zur Solidarität aufrufen

Kantone, Gemeinden

- zur Mitwirkung motivieren u.a. in Zusammenarbeit mit den kantonalen Alzheimervereinigungen

RAHMENBEDINGUNGEN - 1

Lead:

Schweizerische Alzheimervereinigung



Partnerorganisationen:

Schweizerische Herzstiftung, Curaviva

weitere Partner in Abklärung

RAHMENBEDINGUNGEN - 2

zur Durchführung des Projekts:

- Finanzierbarkeit des nötigen Aufwands, um die breite Bevölkerung zu erreichen
- Mobilisierung von Partnerorganisationen, Kantonen, Gemeinden für das Projekt

RAHMENBEDINGUNGEN - 3

Sozial, gesellschaftlich, politisch:

- Einstellung der Bevölkerung zum Thema Demenz (Stigmatisierung, Isolierung, Scham, Ageism, Gender, Migration)
- Föderalismus im Gesundheitswesen (variierende Bedingungen je nach Kanton)

SCHNITTSTELLEN

Projekt 1.2. Branchenspezifische Informationsmaterialien

Projekt 2.1. Informations- und Sozialberatungsangebot für Betroffene

Projekt 3.2. Koordination von Leistungen

Projekt 7.2. Kompetenzstärkung für Angehörige und Freiwillige

Nationale Demenzstrategie 2014–2017



GEPLANTES VORGEHEN - 1

Nationale Web-Kampagne

- leicht verständlicher, attraktiv zu lesender Inhalt
- Erfahrungsberichte, Interviews
- Einbezug der Betroffenen als Akteurinnen und Akteure



The screenshot shows the website for the Fight Alzheimer's Save Australia campaign. At the top, it features the campaign logo, the National Dementia Helpline number (1800 100 500), and a 'DONATE HERE' button. Below this is a navigation menu with links for 'Understanding Dementia and Memory Loss', 'Services and Support', 'Get Involved', 'What's On', 'About Us', and 'Research & Publications'. The main banner area has a teal background with the text 'FIGHT DEMENTIA CAMPAIGN CREATING A DEMENTIA-FRIENDLY AUSTRALIA' and a 'FIND OUT MORE' button. Below the banner, there are three sections: a photo of an elderly couple and a young woman, a report titled 'THE USE OF RESTRAINTS & PSYCHOTROPIC MEDICATIONS IN PEOPLE WITH DEMENTIA' with a 'CLICK TO READ THE REPORT' link, and a 'NEWS' section with two articles dated 09 May 2014 and 29 April 2014, and an 'EVENTS' section with an article dated 17 April 2014.

GEPLANTES VORGEHEN - 2

Flankierende Massnahmen

- prominente Schirmherren
- öffentlichkeitswirksame Aktionen
- Medienarbeit
-

Werbemittel

- Inserate, Plakate
- Flyer
- Postkarten
- Give-Aways
- TV-Spots



Worried
someone
close
to you
is losing
their
memory?

Ich habe noch nie
so viel Zeit mit
meiner Mutter verbracht
wie in den letzten
zwei Jahren, versuche,
sie so viel wie möglich
zu sehen. Sie kriegt
das sicherlich irgendwie
emotional mit.
Anatole Taubmann



Kick-off: Die Umsetzung beginnt! 27. Mai 2014

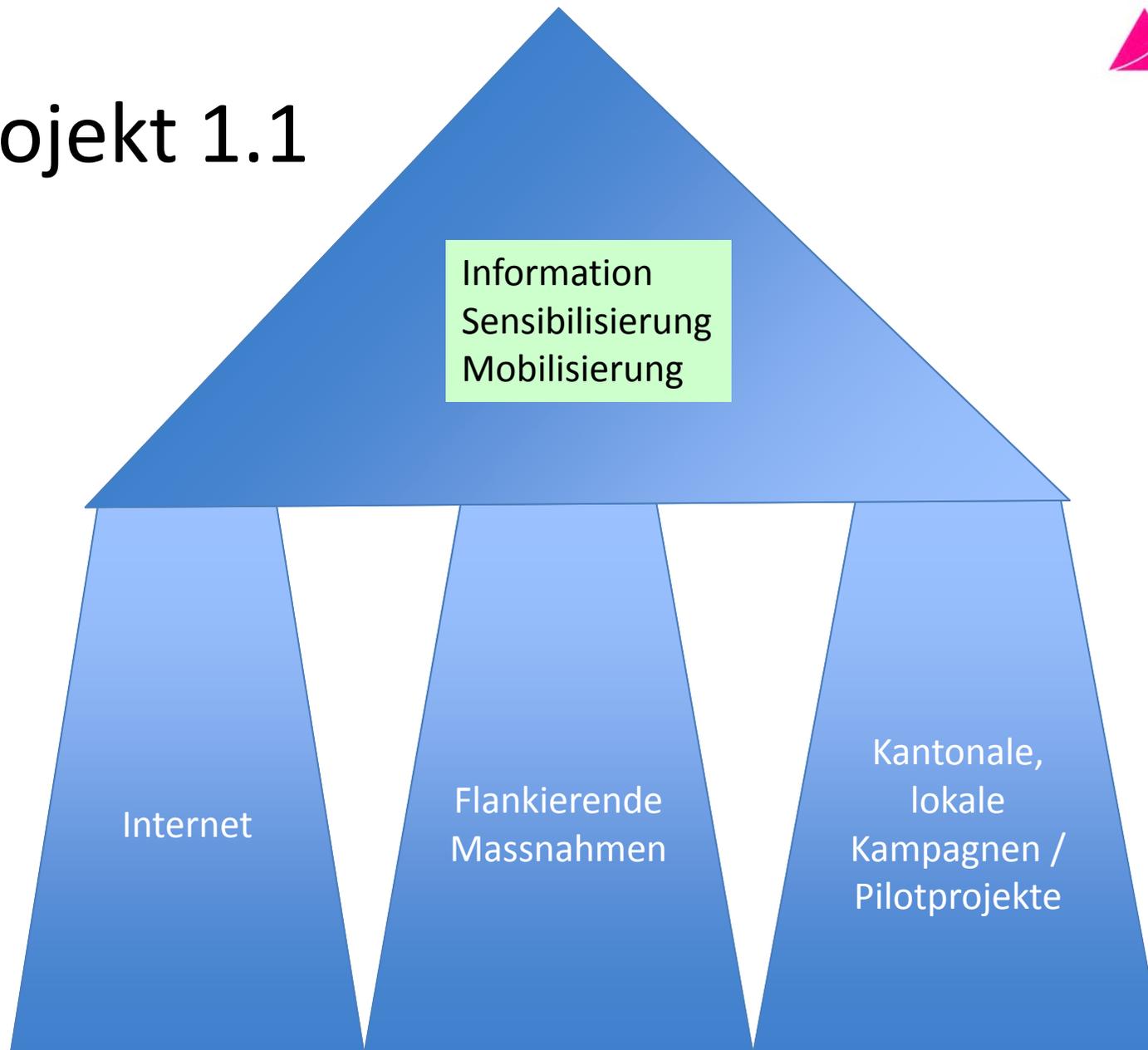
GEPLANTES VORGEHEN - 3

Auf kantonaler oder kommunaler Ebene

- Anknüpfung an nationale Kampagne in Zusammenarbeit mit kantonalen Alzheimervereinigungen und Partnern
- Start von Pilotprojekten (Kanton, Stadt, Gemeinde...)

- Veranstaltungen
- Konferenzen
- Diskussionsrunden
- Kontakte mit Behörden, anderen Players, Partnerorganisationen etc.

Projekt 1.1



GESCHÄTZTER RESSOURCENBEDARF

Lancierung 2015 – 2016

CHF 2 Mio. (wovon 0,5 Mio. von der Alzheimervereinigung)

100%-Stelle in der Geschäftsstelle der Alzheimervereinigung
(Eigenleistung)

ERGEBNISERWARTUNGEN

Nationale Webseite: 50'000 Besucher der nationalen Webseite im 1. Jahr nach Aufschaltung (nachher steigend)

Pilotprojekte in 2 Kantonen/Gemeinden bis Ende 2016 (3 weitere in 2017 usw.)

Demenzbarometer: Verbesserte Resultate beim 2. Einsatz des Demenzbarometers im 2018 (besseres Wissen über Demenz) ...

ERGEBNISERWARTUNGEN

... und natürlich direkt oder indirekt eine
Verbesserung der Situation der Kranken und
Angehörigen!



Kick-off: Die Umsetzung beginnt! 27. Mai 2014

MEILENSTEINE 2014 - 2015

- **Partnerschaften** sicherstellen
- **Webseite** operationell
- **Flankierende Werbemaßnahmen**
(z.B. Plakat- und Inserate-Kampagne) in Vorbereitung

**Worried
someone
close
to you
is losing
their
memory?**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

