

Cultural Engagement Instead of Social Isolation

Creative Ageing

Resümee

5 / 2022



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



City of Munich
Department of
Arts and Culture



BERLIN



Brighton & Hove
City Council



City of
Gothenburg

Gemeente Leeuwarden



Creative Ageing

Cultural Engagement Instead of Social Isolation

Nachfolgend werden die Erkenntnisse der strategischen Partnerschaft *Creative Ageing – Cultural Engagement Instead of Social Isolation* vorgestellt, die im Rahmen des EU Erasmus+ Programms mit Laufzeit von September 2019 bis Mai 2022 entstanden sind.¹ Sie wurden von den Projektkoordinator*innen der Landesverwaltung Berlin, sowie der Stadtverwaltungen Brighton & Hove, Göteborg, Leeuwarden, München und Ostende verfasst. *Creative Ageing* beschäftigte sich mit der Frage, wie die kulturelle Teilhabe von Senior*innen gefördert werden kann, die mit gesundheitlichen oder finanziellen Problemen zu kämpfen haben, die isoliert leben oder die bislang nur begrenzt Zugang zu kulturellen Angeboten fanden.

Grundlegendes

- ➔ Nach Artikel 27 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte hat jeder Mensch das Recht, ein Leben lang am kulturellen Leben der Gemeinschaft teilzuhaben.²
- ➔ Kulturelle Teilhabe ist ein unverzichtbarer Teil allgemeiner Bildung und lebenslangen Lernens. Die Kulturelle Bildung vermittelt dabei grundlegende künstlerische Kompetenzen im Sinne einer „Alphabetisierung“ in den Künsten und durch die Künste.
- ➔ Kulturelle und soziale Teilhabe fördern auch die Umsetzung der globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)³, darunter Gesundheit und Wohlergehen (Ziel 3), hochwertige Bildung (Ziel 4), weniger Ungleichheiten (Ziel 10) sowie nachhaltige Städte und Gemeinden (Ziel 11).
- ➔ Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat in über 3.000 evidenzbasierten Studien nachgewiesen, dass sich die kulturelle Teilhabe auf Gesundheit, Wohlergehen und Lebensqualität der Menschen förderlich auswirkt.⁴

„Jeder hat das Recht, am kulturellen Leben der Gemeinschaft frei teilzunehmen, sich an den Künsten zu erfreuen und am wissenschaftlichen Fortschritt und dessen Errungenschaften teilzuhaben.“ Art. 27, Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (1948)

Die Globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs – Sustainable Development Goals) wurden 2015 von den Vereinten Nationen als weltweiter Aktionsplan verabschiedet, mit dem Ziel, die Armut zu beseitigen, den Planeten zu schützen und Frieden und Wohlstand für alle Menschen bis 2030 sicherzustellen.

¹ Siehe: <https://stadt.muenchen.de/creativeageing> (24.04.2022)

² Siehe: <https://www.un.org/depts/german/menschenrechte/aemr.pdf> (24.04.2022)

³ Siehe: <https://www.un.org/Depts/german.pdf> (24.04.2022)

⁴ Weltgesundheitsorganisation (WHO), Regionalbüro für Europa, Daisy Fancourt, Saoirse Finn: HEALTH EVIDENCE NETWORK SYNTHESIS REPORT 67: *What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review.*

Siehe: <https://www.euro.who.int/en/publications> (24.04.2022)

- Eine Umfrage im Netzwerk EUROCITIES⁵ ergab, dass die Stadtverwaltungen die größten Zugangsbarrieren zu kultureller Teilhabe für ältere Menschen in sozialer Isolation, Altersarmut und mangelnder digitaler Kompetenz sehen. Doch auch andere Hindernisse spielen eine Rolle, wie z.B. fehlende Barrierefreiheit, Kommunikationsbarrieren oder mangelndes Selbstvertrauen.
- Ältere Menschen sind eine sehr diverse Bevölkerungsgruppe. Auch und gerade die nachberufliche Lebensphase kennt viele verschiedene und sehr unterschiedlich erlebte Rahmenbedingungen, Fähigkeiten und Bedürfnisse. Dennoch lässt sich feststellen, dass ältere Erwachsene kulturelle Bildungsprozesse anders erleben als Kinder und Jugendliche. So bringen sie ihre gesamte Biografie mit all ihren Kompetenzen und positiven wie negativen Lernerfahrungen mit. Zu ihrer Motivation zur Teilnahme trägt bei, wenn das Bildungsangebot als nützlich und qualitativ hochwertig eingeschätzt wird. Die relativ junge Disziplin der Kulturgeragogik beschäftigt sich unter anderem mit diesen Lernprozessen.⁶
- Es wird prognostiziert, dass der Anteil der über 65-jährigen bis 2050 auf knapp 30 % der europäischen Gesamtbevölkerung ansteigt.⁷ Angesichts dieser demografischen Veränderungen und der überalternden Bevölkerung in der Euro-päischen Union braucht es mehr kulturelle Angebote, die auch für ältere Menschen zugänglich und ansprechend sind⁸ – in diesem Bericht kurz als „creative ageing“ bezeichnet.

In Deutschland wird beispielsweise im Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter und Inklusion eine Fortbildung in Kulturgeragogik angeboten.

In den *Politischen Leitlinien für die künftige Europäische Kommission* bezeichnete Präsidentin von der Leyen den Wandel in der Demografie - neben dem des Klimas und der Digitalisierung - als eine der „Megatrends“, der die europäischen Gesellschaften verändert. Im Mandats-schreiben an Vizepräsidentin Dubravka Šuica beauftragte die Präsidentin diese, ein Grünbuch zum Thema Altern vorzulegen und eine Debatte über die langfristigen Auswirkungen, insbesondere auf Pflege und Rente, sowie über die Möglichkeiten zur Förderung des aktiven Alterns anzustoßen.

Mehr Interesse am Projekt? Sprechen Sie uns an!

www.muenchen.de/creativeageing

Kulturreferat der Landeshauptstadt München
Koordinierungsstelle Kulturelle Bildung

_____@muenchen.de, 089 233 211 07

⁵ Siehe: <https://eurocities.eu/>; <https://www.berlin.de/sen/kultur/kulturpolitik/europa/creative-ageing-1160974.php>

⁶ Siehe: <https://ibk-kubia.de>

⁷ Siehe: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/impact-demographic-change-europe_en#demographictrends (24.04.2022)

⁸ Siehe Europäische Kommission: Grünbuch über das Altern.

Creative Ageing

Cultural Engagement Instead of Social Isolation

Empfehlungen an die Politik

Diversität in Alter, Kunst und Kultur

Es gilt anzuerkennen, dass ältere Menschen eine sehr vielfältige Bevölkerungsgruppe sind, deren Lebensumstände sich im Laufe der Jahre vollständig ändern können. Entsprechend unterschiedlich und wandelbar sind die Bedürfnisse, die sie für die kulturelle Teilhabe mitbringen, genau wie ihre biografischen Hintergründe und Voraussetzungen. Stellen Sie daher sicher, dass kulturell vielfältige Angebote für Senior*innen verfügbar und zugänglich sind – für die sog. Silver Surfer genauso wie für Hochbetagte. Vergessen Sie dabei nicht diejenigen, die Unterstützung benötigen, um finanzielle, gesundheitliche, biografische oder soziale Barrieren zu kultureller Teilhabe zu überwinden.

Inklusive Öffnung der Kultureinrichtungen und -angebote

Ermutigen Sie Kultureinrichtungen und Anbieter kultureller Bildung, sich strategisch für ältere Menschen zu öffnen und dies besonders für diejenigen, die nicht bereits zu den routinierten „Kulturgänger*innen“ gehören. Hinterfragen Sie die Zugänglichkeit der Kulturinstitutionen und -angebote und helfen Sie, Hindernisse abzubauen, z. B. in puncto Eintrittspreise, Vermittlungsstrategien, Barrierefreiheit, Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation etc.

Veränderte Altersbilder

Beachten Sie, dass die Bevölkerungsgruppe der Senior*innen Generationswechselln unterliegt wie jede andere Altersgruppe auch. Diejenigen, die heute in Rente gehen, sind von anderen Lebensbedingungen und Erfahrungen geprägt als diejenigen, die vor 25 Jahren in Rente gingen. Prüfen Sie, ob die kulturellen Angebote, Orte oder Vermittlungsstrategien in Ihrer Stadt mit den Generationswechselln Schritt halten.

Sichtbarkeit von creative ageing

Würdigen Sie die Kreativität älterer Menschen, egal ob Profis oder Laien, indem Sie sie in der Stadt sichtbar machen, z. B. mit Ausstellungen, Aufführungen oder Konzerten in

etablierten Kultureinrichtungen, im öffentlichen Raum oder in der Stadtteilkultur. Ein creative ageing Festival kann in diesem Zusammenhang Strahlkraft entwickeln wie beispielsweise das Luminare Festival in Schottland, Bealtaine Festival in Irland oder das Ageing Well Festival in England.¹

Generationsübergreifender Austausch

Fördern Sie Angebote, die Menschen verschiedener Generationen zusammenbringen. Viele Kinder und Jugendliche haben nur mehr selten Kontakt zu älteren Erwachsenen und umgekehrt z. B. weil Familienmitglieder in verschiedenen Städten leben oder sich die Generationen nicht mehr so häufig im öffentlichen Raum oder bei Freizeitaktivitäten begegnen. Das schwächt den sozialen Zusammenhalt und begünstigt Vorurteile. Der Austausch zwischen den Generationen ist jedoch wichtig, um die demografischen Herausforderungen zu bewältigen und gesellschaftlichen Wandel zu reflektieren. Das Projekt Creative Ageing hat gezeigt, dass die meisten Städte die Notwendigkeit sehen, die Entwicklung generationenübergreifender Kulturprojekte stärker zu fördern.

Digitale Teilhabe

Fördern Sie die digitale Teilhabe von Senior*innen bedarfsgerecht und führen Sie digitale Kulturangebote, die in der Pandemie erfolgreich eingeführt wurden, fort. Sie haben sich gerade für mobilitätseingeschränkte Menschen zu Hause oder in der Pflege als gute zusätzliche Teilhabemöglichkeit erwiesen. Die Coronapandemie hat schlaglichtartig gezeigt, wie wichtig digitale Kompetenzen für die soziale und kulturelle Teilhabe sein können, aber auch, wie viele Menschen – und darunter vor allem die über 70-jährigen – noch keinen Zugang zum Internet haben.²

Immer mehr Menschen in Europa haben Zugang zum Internet, allerdings sinkt der Anteil bei den über 70-jährigen im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung deutlich. Hier besteht ein Zusammenhang mit dem Bildungsgrad. Ältere Menschen mit hoher Bildung haben etwa doppelt so häufig Zugang zu digitalen Technologien wie Senior*innen aus bildungsfernen Schichten.

Forschung

Unterstützen Sie Forschung und Evaluierung von Pilotprojekten im Bereich creative ageing und arbeiten Sie dabei mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen zusammen, damit die Erkenntnislage ähnlich gut wird wie im Feld der kulturellen Bildung für Kinder und Jugendliche.³

Die Stadt Göteborg arbeitet z. B. mit Age Cap, einem Zentrum für Alter und Gesundheit an der Universität Göteborg, zusammen.

Nationaler, europäischer und internationaler Austausch

Tauschen Sie Erfahrungen, Strategien und gute Praxis mit anderen Städten und Gemeinden aus. Das Creative Ageing

¹ Siehe: <https://luminatescotland.org/>; <https://bealtaine.ie/>; <https://ageingwellfestival.org>

² Vgl. *Achter Altersbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/ministerium/berichte-der-bundesregierung/achter-altersbericht> (24.04.2022)

³ Siehe: <https://www.gu.se/en/agecap> (24.04.2022)

Projekt hat gezeigt, dass es wertvoll ist, dabei beiden Ebenen einzubeziehen – die städtische Verwaltung und das praktische Feld. Auf europäischer Ebene kann z. B. das Netzwerk EUROCITIES⁴ ein guter Ausgangspunkt sein.

Sektorübergreifende Zusammenarbeit

Fördern Sie den fachlichen Austausch zwischen den Bereichen Kultur, Soziales, Bildung und Gesundheit, stärken Sie Strukturen für ein kooperatives Arbeiten und Lernen. Damit bereichsübergreifend ein gemeinsames Verständnis von creative ageing und dem Mehrwert entwickelt werden kann, den es für kulturelle und soziale Teilhabe, Gesundheit, Wohlbefinden und den sozialen Zusammenhalt bietet.

Qualifizierende Maßnahmen

Unterstützen Sie Pflege- und Sozialeinrichtungen dabei, creative ageing als integralen Bestandteil ihrer Arbeit anzubieten, z. B. indem kulturelle Bildung in die Aus- und Weiterbildung von deren Fachkräften integriert wird. Qualifizieren Sie auch professionelle Künstler*innen, die mit älteren Menschen arbeiten wollen und ermöglichen Sie ihnen den Zugang zu Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich Kulturgeragogik.⁵ Unterstützen Sie das Akteursfeld der kulturellen Bildung dabei, innovative Ansätze und Strategien im Bereich creative ageing zu entwickeln.

In Deutschland gibt es beispielsweise das *Kompetenzzentrum für kulturelle Bildung im Alter und Inklusion – kubia*

Kultur auf Rezept

Stärken Sie Verbindungswege von Gesundheits- und Sozialfürsorge zu künstlerischen und kulturellen Angeboten durch ein ärztliches Verschreibungssystem. Vielerorts können Ärzt*innen bereits Kultur auf Rezept verschreiben, z. B. Tanzen auf Rezept, Museumsbesuch auf Rezept für demenziell erkrankte Menschen usw.⁶ Dies wird teilweise auf kommunaler Ebene mit Krankenkassen vereinbart, teilweise auf regionaler oder nationaler.

In Großbritannien wurde in einer Studie erhoben, dass über ein Drittel aller Besuche bei Hausärzt*innen nicht medizinisch veranlasst sind. Vielmehr gehen die Patient*innen in die Sprechstunde, weil sie menschlichen Kontakt, Zuwendung und Aufmerksamkeit suchen. Viele Städte und Länder haben daher Initiativen angestoßen, um soziale und kulturelle Teilhabe auf Rezept verschreiben zu können. Die Modelle sind von Land zu Land, von Stadt zu Stadt unterschiedlich, die Erfahrungen aber durchweg positiv. Die Grafschaft Gloucestershire etwa rechnet vor, dass es dank Kultur auf Rezept 37 % weniger Arztbesuche gibt und 27 % weniger Krankenhaus-einweisungen.

Förderung als Querschnittsaufgabe

Führen Sie creative ageing Programme ein, die aus Kultur-, Gesundheits- und Sozialbudgets kofinanziert werden. Gestalten Sie dabei die Förderstrukturen durchlässiger, sodass Antragsteller*innen nicht definieren müssen, welcher Teil eines Projekts Kultur, Sozialarbeit oder Gesundheitsförderung ist, da creative ageing alle diese Bereiche abdecken kann.

Das Programm Speldags in Göteborg beispielsweise schickt darstellende Künstler*innen in Seniorenheime und Begegnungsstätten und wird im Verhältnis 80/20 von der Kultur- und der Gesundheitsabteilung mitfinanziert.

⁴ Siehe: <https://eurocities.eu/>

⁵ Siehe: <https://ibk-kubia.de/>

⁶ Eine gute Übersicht über Kultur auf Rezept in Großbritannien bietet die Culture, Health & Wellbeing Alliance, siehe: <https://culturehealthandwellbeing.org/social-prescribing>

Inklusion als langfristige Investition

Projekte und Programme für Menschen mit hohen Teilhabebarrrieren sind zeit- und kostenintensiv und erfordern einen langen Atem. Sie müssen unentgeltlich angeboten werden oder zumindest gut erschwinglich sein. Daher braucht creative ageing die Unterstützung durch die öffentliche Hand. Erfolgreiche Projekte und Programme müssen nachhaltig finanziert werden. Dies gelingt besonders dann gut, wenn Förderprogramme auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebene greifen.⁷

Darunter fällt das niederländische Programm Age Friendly Cultural Cities (altersfreundliche Kulturstädte), an dem die Stadt Leeuwarden teilgenommen hat. Dieses Programm wird gemeinsam von Stadt, Region und Staat finanziert.

Politische Leitlinien

Entwickeln Sie kommunale Leitlinien für die Förderung kultureller Teilhabe im Alter und verankern Sie diese in Ihren Strategiepapieren. Wie das Erasmus+ Projekt gezeigt hat, entwickelt sich creative ageing am besten in den Regionen und Städten, die hierfür politische Zielvorgaben haben.

Ein Beispiel ist die Stadt Göteborg (SE), die sich der Initiative *Age-Friendly Cities* (AfC) der Weltgesundheitsorganisation angeschlossen hat und bereits seit 2010 entsprechende strategische Fragen auf die politische Agenda bringt.

⁷ Siehe: <https://cultuurparticipatie.nl/subsidie-aanvragen/20/age-friendly-cultural-cities> (24.04.2022)

Creative Ageing

Cultural Engagement Instead of Social Isolation

Übergreifende Erkenntnisse

Creative ageing wirkt

Die Ausübung von Kunst und Kultur kann sowohl der Therapie als auch der Rehabilitation dienen. Krankenhäuser setzen bereits kulturelle Bildungsangebote zur Behandlung von Patient*innen aller Altersgruppen ein. Die WHO hat in über 3.000 evidenzbasierten Studien die Wirkung kultureller Bildung auf die Gesundheit belegt (z. B. von Chorgesang bei chronisch obstruktiver Lungenerkrankung).¹ Dies stößt derzeit in ganz Europa auf wachsendes Interesse, wobei die skandinavischen Länder eine Vorreiterrolle in Ansätzen der Gesundheitsförderung durch Kultur einnehmen.

Kultur auf Rezept

In Großbritannien wurde in einer Studie erhoben, dass über ein Drittel aller Besuche bei Hausärzt*innen nicht medizinisch veranlasst sind. Vielmehr gehen die Patient*innen in die Sprechstunde, weil sie menschlichen Kontakt, Zuwendung und Aufmerksamkeit suchen. Viele Städte und Länder haben daher Initiativen angestoßen, um soziale und kulturelle Teilhabe auf Rezept verschreiben zu können. Die Modelle sind von Land zu Land, von Stadt zu Stadt unterschiedlich, die Erfahrungen aber durchweg positiv. Die Grafschaft Gloucestershire etwa rechnet vor, dass es dank Kultur auf Rezept 37 % weniger Arztbesuche gibt und 27 % weniger Krankenhauseinweisungen.²

Kultureller Freiraum statt Therapie

Kunst und Kultur bieten Raum für Begegnung und kreativen Ausdruck. Die Menschen kommen, um Spaß zu haben, sich mit ihren Fähigkeiten und mit gesellschaftlichen Fragestellungen auseinanderzusetzen. Creative ageing geht von den Potenzialen des Menschen aus, nicht von seinen Problemen. Freizeit statt Therapie – gerade das kann der Gesundheit und dem Wohlergehen zuträglich sein.

¹ Weltgesundheitsorganisation (WHO), Regionalbüro für Europa, Daisy Fancourt, Saoirse Finn: HEALTH EVIDENCE NETWORK SYNTHESIS REPORT 67: *What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review*. Siehe: <https://www.euro.who.int/en/publications> (24.04.2022)

² Eine gute Übersicht über Kultur auf Rezept in Großbritannien bietet die Culture, Health & Wellbeing Alliance: <https://culturehealthandwellbeing.org/social-prescribing> (24.04.2022)

Sektorübergreifende Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Kultur, Gesundheit und Soziales ist ein Schlüsselfaktor, um (isoliert lebende) Senior*innen mit kulturellen Bildungsangeboten zu erreichen. Kommunen können einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die erforderliche Kooperation zwischen diesen drei Sektoren zum Wohl ihrer Bürger*innen zu ermöglichen.

Politische Leitlinien

Creative ageing entwickelt sich dort am besten, wo Städte die Förderung kultureller Teilhabe im Alter in ihren kommunalen Leitlinien verankert haben. Auch hierfür ist eine stabile sektorübergreifende Zusammenarbeit und Vernetzung erforderlich.

Starke lokale Akteur*innen

Es sind die Künstler*innen, Kulturvermittler*innen, engagierten ehrenamtlichen Helfer*innen, Fachkräfte der Sozialen Arbeit und Pflegende vor Ort, die creative ageing ermöglichen und umsetzen. Sie müssen durch sektorübergreifende Strukturen, Strategien, Netzwerke, Finanzmittel und Qualifizierung unterstützt werden.

Breit angelegte Förderprogramme

Inklusive Projekte und Programme für Menschen mit hohen Teilhabebarrrieren sind zeit- und kostenintensiv und erfordern einen langen Atem. Sie müssen unentgeltlich für die Teilnehmenden angeboten werden oder zumindest gut erschwinglich sein. Daher braucht creative ageing die Unterstützung durch die öffentliche Hand. Erfolgreiche Projekte und Programme müssen nachhaltig finanziert werden. Dies gelingt besonders dann gut, wenn Förderprogramme auf kommunaler, regionaler und nationaler Ebene ineinandergreifen.

Digitale Teilhabe

Immer mehr Menschen in Europa haben Zugang zum Internet, allerdings sinkt der Anteil bei den über 70-jährigen im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung deutlich. Hier besteht ein Zusammenhang mit dem Bildungsgrad. Ältere Menschen mit hoher Bildung haben etwa doppelt so häufig Zugang zu digitalen Technologien wie Senior*innen aus bildungsfernen Schichten.³ Die Coronapandemie hat schlaglichtartig gezeigt, wie wichtig digitale Kompetenz für die soziale und kulturelle Teilhabe sein kann. Sie muss daher mit altersgerechten Angeboten gefördert werden. Es sollten erfolgreich

³ Vgl. *Achter Altersbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend*: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/ministerium/berichte-der-bundesregierung/achter-altersbericht> (24.04.2022)

eingeführte digitale Kulturangebote nach der Pandemie weitergeführt werden, da sie sich gerade für mobilitätseingeschränkte Menschen als gute zusätzliche Teilhabemöglichkeit erwiesen haben.

Internationaler Austausch

Austausch und Zusammenarbeit auf internationaler Ebene lohnen sich sehr, um Wissen, Strategien und gute Praxis zu entwickeln.

Empfehlungen an die Praxis

Projektkonzeption

Bedarfe ermitteln

Führen Sie Umfragen, Evaluierungen und Studien innerhalb Ihrer Zielgruppe durch, um die richtigen Konzepte und Inhalte zu ermitteln. Besonders geeignet sind Peer-to-Peer Umfragen: Senior*innen befragen Senior*innen. Dabei ist eine gute Vorbereitung der Fragenden zentral.

Zum Beispiel dokumentierten Pflegekräfte in Helsinki die Interessen und kulturellen Wünsche der Bewohner*innen, um geeignete Aktivitäten anbieten zu können.

Teilnehmende empowern

Entwickeln Sie Projekte gemeinsam mit Ihrer Zielgruppe und seien Sie offen dafür, dass Ihr ursprüngliches Konzept vollständig auf den Kopf gestellt werden könnte – dafür aber den Wünschen der Teilnehmenden entspricht.

Team entwickeln

Eine enge Zusammenarbeit Ihrer Mitarbeiter*innen mit der Zielgruppe kann als Personalentwicklung erlebt werden. Durch das gemeinsame Erforschen entsteht mehr Offenheit für Inklusion und Diversität.

Zusammenarbeiten

Beziehen Sie soziale, kulturelle und gesundheitliche Einrichtungen aus dem Lebensumfeld Ihrer Zielgruppe mit ein und setzen Sie Ihr Vorhaben kooperativ auf.

Qualität sichern

Sorgen Sie für eine qualitativ hochwertige Öffentlichkeitsarbeit, engagieren Sie erfahrene und sachkundige Workshopleiter*innen und achten Sie auf attraktive Veranstaltungsorte – ältere Menschen sind aufgrund ihrer Lebenserfahrung oftmals und zu Recht besonders anspruchsvoll.

Zeitfenster berücksichtigen

Bieten Sie Ihr Vorhaben vor- oder nachmittags an, nicht jedoch abends. Viele ältere Menschen gehen nicht gerne bei Dunkelheit aus dem Haus und haben abends nicht mehr so viel Energie wie tagsüber.

Zielgruppenerreichung

Vertrauen bilden

Direkte persönliche Kontakte sind unerlässlich, um Projekt-Teilnehmende oder ehrenamtliche Unterstützende zu gewinnen. Zeitungsannoncen oder Flugblätter allein reichen nicht mehr aus. Setzen Sie auf direkte Ansprache durch Bezugspersonen wie Pflegekräfte, Ärzt*innen, Apotheker*innen oder Familienmitglieder, die ihr Projekt empfehlen.

Viel kommunizieren

Planen Sie einen hohen Kommunikationsaufwand ein. Rufen Sie die Teilnehmenden vor den Veranstaltungen an, erinnern Sie an Termine, nehmen Sie gezielt Kontakt zu denjenigen auf, die isoliert leben oder antriebslos wirken und versuchen Sie behutsam, sie zur Teilnahme zu bewegen.

Ressourcen planen

Oft dauert der Aufbau des Kontakts zur Zielgruppe genauso lange wie die Projektdurchführung selbst. Da es ohne diese Ansprache im Vorfeld aber nicht geht, braucht auch dieser Teil der Projektarbeit Zeit und Finanzmittel.

Angebote mitbringen

Die Kulturangebote können dahin kommen, wo sich die Menschen aufhalten. Im Bereich creative ageing z. B. in Pflegeheime, Wohnviertel, Arztpraxen usw. Andersherum können immobile Menschen zu auswärtigen Veranstaltungen gebracht und begleitet werden. In beiden Fällen ist wichtig, dass alle Beteiligten ein gemeinsames Verständnis für die Voraussetzungen und Rahmenbedingungen des jeweils anderen Bereichs entwickeln.

Flexibilität ermöglichen

Verzichten Sie nach Möglichkeit auf Monatsabonnements oder Angebote mit langfristiger Bindung. Viele Senior*innen legen sich ungern zu weit im Voraus fest, sie möchten lieber spontan teilnehmen oder zu Hause bleiben, wenn sie sich nicht wohlfühlen. Machen Sie daher, wann

immer möglich, offene Angebote und bieten Sie kurzfristige Anmeldemöglichkeiten an.

Lokal denken

Bieten Sie Projekte im nahen Wohnumfeld der Zielgruppe an, um den Zugang zu erleichtern.

Hol- und Bringdienste anbieten

Bieten Sie bereits bei der Anmeldung Transportmöglichkeiten für die Hin- und Rückfahrt an (z. B. per Fahrradrickscha, Taxi, Begleitung durch Projektpat*innen) oder sorgen Sie dafür, dass die Veranstaltungen zu Fuß erreichbar sind.

Digitale Teilhabe ermöglichen

Die Coronapandemie hat gezeigt, dass auch ältere Menschen für digitale Kulturangebote offen sind. Mit entsprechender Unterstützung finden Sie Zugang dazu und haben dann, selbst wenn sie das Haus nicht mehr verlassen können, eine Möglichkeit der kulturellen Teilhabe.

Nachhaltigkeit

Langfristig planen

Haben sich isoliert lebende Menschen erst einmal für die Teilnahme an einem Projekt entschieden und Beziehungen aufgebaut, kommt es darauf an, den Kontakt nicht wieder abreißen zu lassen. Sonst könnte das Gefühl der Einsamkeit anschließend noch größer sein als vorher. Planen Sie daher mit, wie es nach Projektende weiter gehen kann.

Sichtbar machen

Stellen Sie Ihre creative ageing Angebote in der Öffentlichkeit und auf Festivals vor, nehmen Sie an Wettbewerben teil oder, falls Sie die Möglichkeit haben, schreiben Sie Förderprogramme aus.

Partnerschaften aufbauen

Etablieren Sie langfristige, sektorübergreifende Partnerschaften in den drei Bereichen Kultur, Gesundheit und Soziales. Fördern Sie die Entwicklung eines gemeinsamen Verständnisses von creative ageing. Hospitationen von Kulturschaffenden in z. B. Pflegeheimen sind in diesem Zusammenhang ebenso denkbar wie Kulturworkshops für Pflegekräfte. Stellen Sie

Projekten einen Beirat an die Seite und sorgen Sie für ein hohes Maß an Partizipation aller Beteiligten.

Politische Unterstützung finden

Binden Sie politische Entscheider*innen so weit wie möglich in die Projektvorbereitung, -durchführung und -evaluierung ein.

Politisch handeln

Nutzen Sie Ihre Projektevaluierungen als Grundlage für die Formulierung von Empfehlungen an den Stadtrat und lokale Politiker*innen, um langfristig Finanzmittel zu mobilisieren.

Als Video ansehen?

Eine Auswahl an Empfehlungen für die Praxis und auch Aufnahmen der Tagung *Creative Ageing* in München 2022 finden Sie auf dem YouTube Kanal Kulturreferat München⁴.

⁴ Siehe: <https://www.youtube.com/user/kult089>

