

Dokumentation Arbeitsgruppe 2:

„Zugangswege zu älteren Zielgruppen mit besonderen Bedarfen finden“

Die Moderatorin erläutert, dass es in manchen Kommunen nicht immer einfach ist, die verschiedenen Zielgruppen älterer Menschen zu erreichen und sie zur Teilnahme an Angeboten zur Gesundheitsförderung zu motivieren. Oftmals fühlen sich ältere Menschen durch schriftliche Einladungen, Flyer oder Veröffentlichungen, die über Angebote zur Gesundheitsförderung informieren, nicht angesprochen oder sie können die Angebote aufgrund von körperlichen oder geistigen Einschränkungen oder individuellen Hemmschwellen nicht wahrnehmen.

Ältere Menschen mit besonderen Bedarfen sollten daher in besonderer Weise angesprochen und motiviert werden, an entsprechend niedrigschwelligen Angeboten der Seniorenarbeit im Wohnumfeld teilzunehmen. Angebote zur Gesundheitsförderung sollten dabei die individuellen Lebenssituationen und Befindlichkeiten berücksichtigen, z. B. von älteren Menschen,

- die von der Grundsicherung leben bzw. ein geringes Einkommen haben
- die sich einsam fühlen
- mit geringem Bildungsstand
- mit demenziellen Veränderungen
- die aus anderen Ländern zugewandert sind
- die alleine leben und keine oder nur wenig Unterstützung durch Familienangehörige oder Nachbarn erhalten

In zwei aufeinander folgende Arbeitsgruppen mit insgesamt 33 Teilnehmenden wurden beispielhaft SMARTER Ziele formuliert und erste Maßnahmen dazu diskutiert.

Ziel 1) Ein Alltagsfitnesstest für ältere Menschen ab 70 Jahren soll in neun Monaten mit mindestens 20 Teilnehmenden stattfinden. Dabei soll es ein Rahmenprogramm geben, bei dem über allgemeine Gesundheitsthemen aufgeklärt wird. Es wird einen zweiten Termin geben, bei dem die Teilnehmenden Ihre Fortschritte testen können

Ziel 2) Eine Herzessprechstunde soll eingerichtet werden für ältere Menschen in Einsamkeit. Diese soll sehr niedrigschwellig sein und in acht Monaten zum ersten Mal und dann an jedem ersten Mittwoch im Monat stattfinden. Als Raum dafür kann eine Arztpraxis genutzt werden. Der Arzt/ die Ärztin informiert über ortsnahe Angebote. Wichtig dafür ist, das Angebot der Herzessprechstunde bekannt zu machen und dafür lokale Medien zu nutzen.