



© Andrea Waldrapp

Wem schmeckt mein Köder?

Öffentlichkeitsarbeit
für ältere Zielgruppen

Christoph Brammertz

Kompetenzzentrum für Kulturelle Bildung im Alter
und inklusive Kultur (kubia)

Ablauf

1. Input 1: Altersfreundliche Kommunikation
2. Austausch in Kleingruppen 1
3. Input 2: Mediennutzung älterer Menschen
4. Austausch in Kleingruppen 2
5. *Pause*
6. Input 3: Gestaltung altersfreundlicher Kommunikation
7. Austausch in Kleingruppen 3
8. Abschluss im Plenum



„Der Köder muss dem Fisch
schmecken, nicht dem
Angler.“

Helmut Thoma

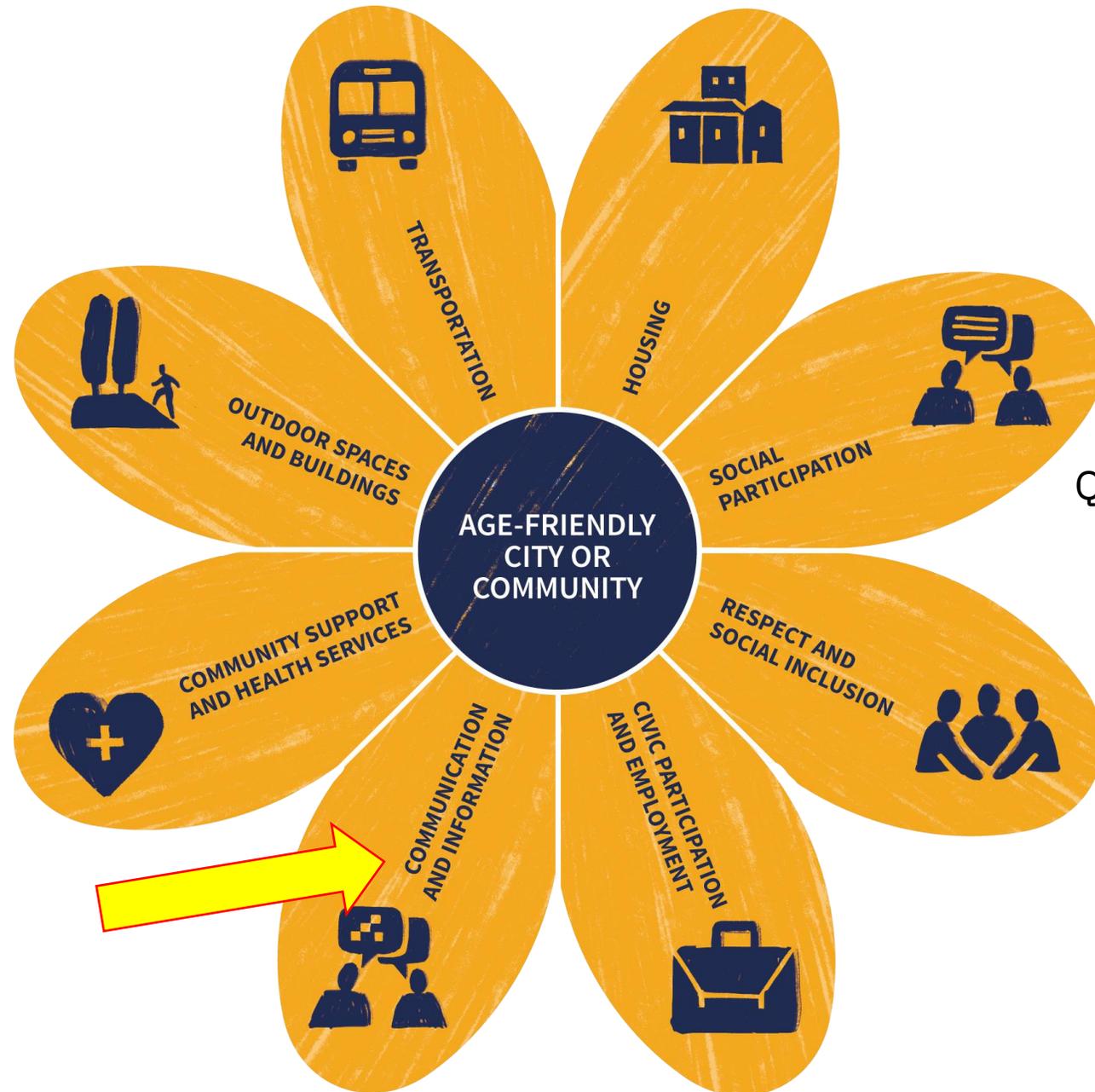


Altersfreundliche Kommunikation

- Begriff geht auf WHO-Konzept und Netzwerk der „Age-friendly Cities and Communities“ zurück
- Altersgerechte Gestaltung des städtischen Lebens in insgesamt acht Bereichen (z. B. Gesundheit, Verkehr, Wohnen, soziale Teilhabe)



Age-friendly city domains of action

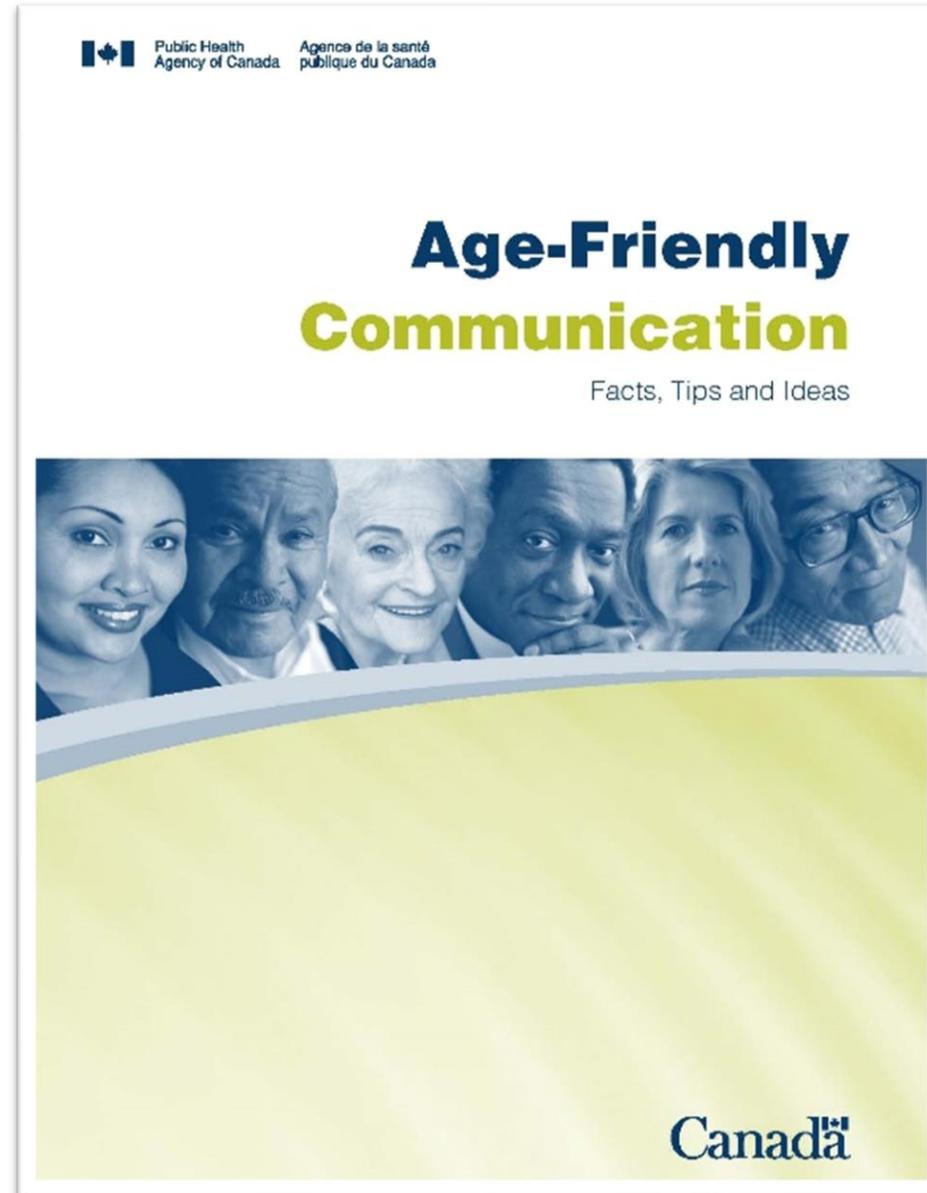


Quelle: WHO (2023): 6

Kommunikation und Information

- Informationen, die ältere Menschen betreffen, müssen diese rechtzeitig, effektiv und auf zugängliche Weise über ihnen vertraute Kommunikationskanäle erreichen.
- Gilt insbesondere auch für ältere Menschen mit Seh- und Hörbehinderungen.





Wer sind „die Alten“?

- 2022: 18,7 Millionen Menschen über 65 Jahren (22 %)
- Keine homogene Gruppe mit stereotypen Eigenschaften oder Interessen



Alte Menschen? Wer ist gemeint?

- in nachberuflicher Phase
- „junge Alte“
- engagiert
- vulnerabel
- neugierig
- unterschiedlich interessiert



Alter ist divers



Welche Altersbilder haben wir im Kopf?

[WDR 5 Morgenecho vom 26.04.2023 mit einem Interview mit Altersforscherin Sabina Misoch](#)



Studie „Altersbilder“

- Nicht versuchen, das negative Altersstereotyp des gebrechlichen, inkompetenten und abgehängten alten Menschen durch das positive Altersbild des fitten, aktiven und kompetenten alten Menschen zu ersetzen.
- Individualität von Menschen im hohen und sehr hohen Lebensalter anerkennen, statt sie primär als Mitglieder einer Gruppe mit stereotypen Eigenschaften zu betrachten.

Vgl. Kessler/Warner (2022): 107ff.



Studie „Altersbilder“ – Empfehlung:

„Förderung eines möglichst eindeutigen und wenig konnotativen Sprachgebrauchs im Zusammenhang mit Alter. In der öffentlichen, politischen wie privaten Kommunikation bietet sich an, [...] möglichst konkrete Altersangaben zu machen, statt von ‚alten Menschen‘ oder ‚den Älteren‘ zu sprechen.“

Kessler/Warner (2022): 1117



die blaue zone

55 | 65 | 75 | 85 | 95 | 105

ALT WERDEN UND SO ...

Geld, Wohnen, Sex, Politik, Körper. Alt werden! Lasst uns träumen, essen, tanzen und streiten im Kulturcamp ‚Die Blaue Zone‘.

17.7. - 30.7.2017 am Kulturzentrum Pavillon

www.die-blaue-zone.de



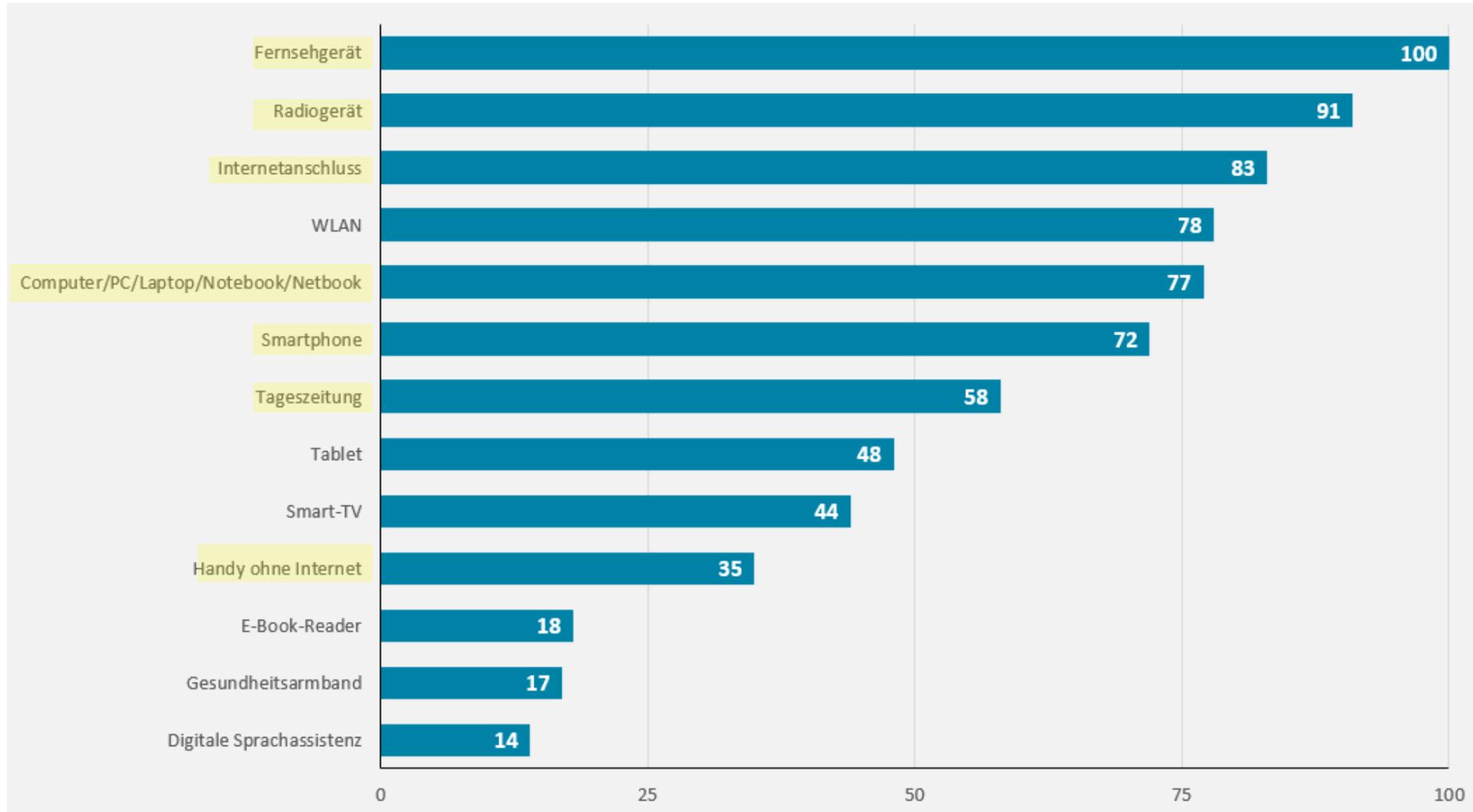
Welche Medien nutzen Ältere?

- SIM-Studie 2021: Basisuntersuchung zum Medienumgang von Personen ab 60 Jahren in Deutschland
- Digitale Spaltung innerhalb der Altersgruppe Ü60

© Tiago Muraro



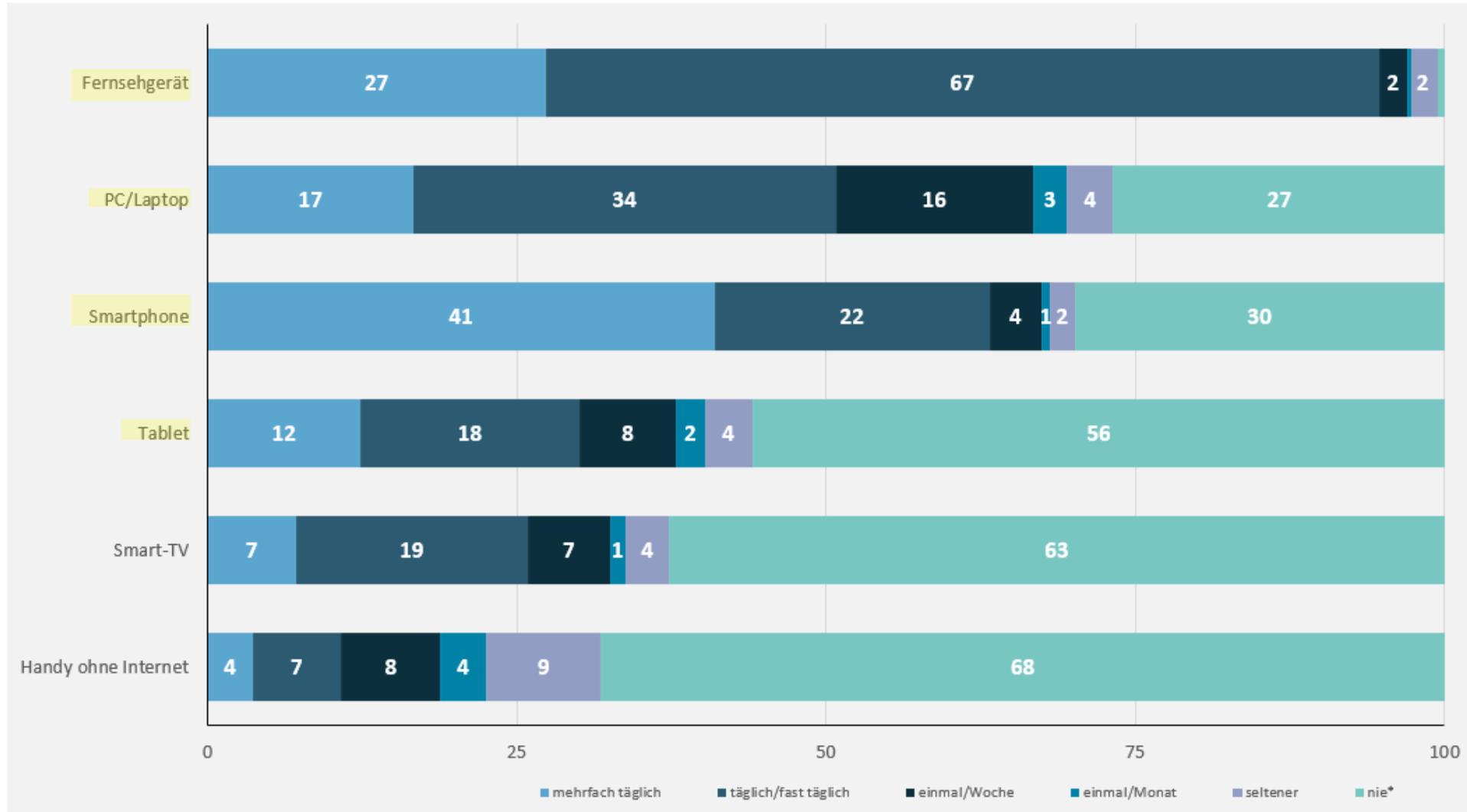
Medienausstattung im Haushalt



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005

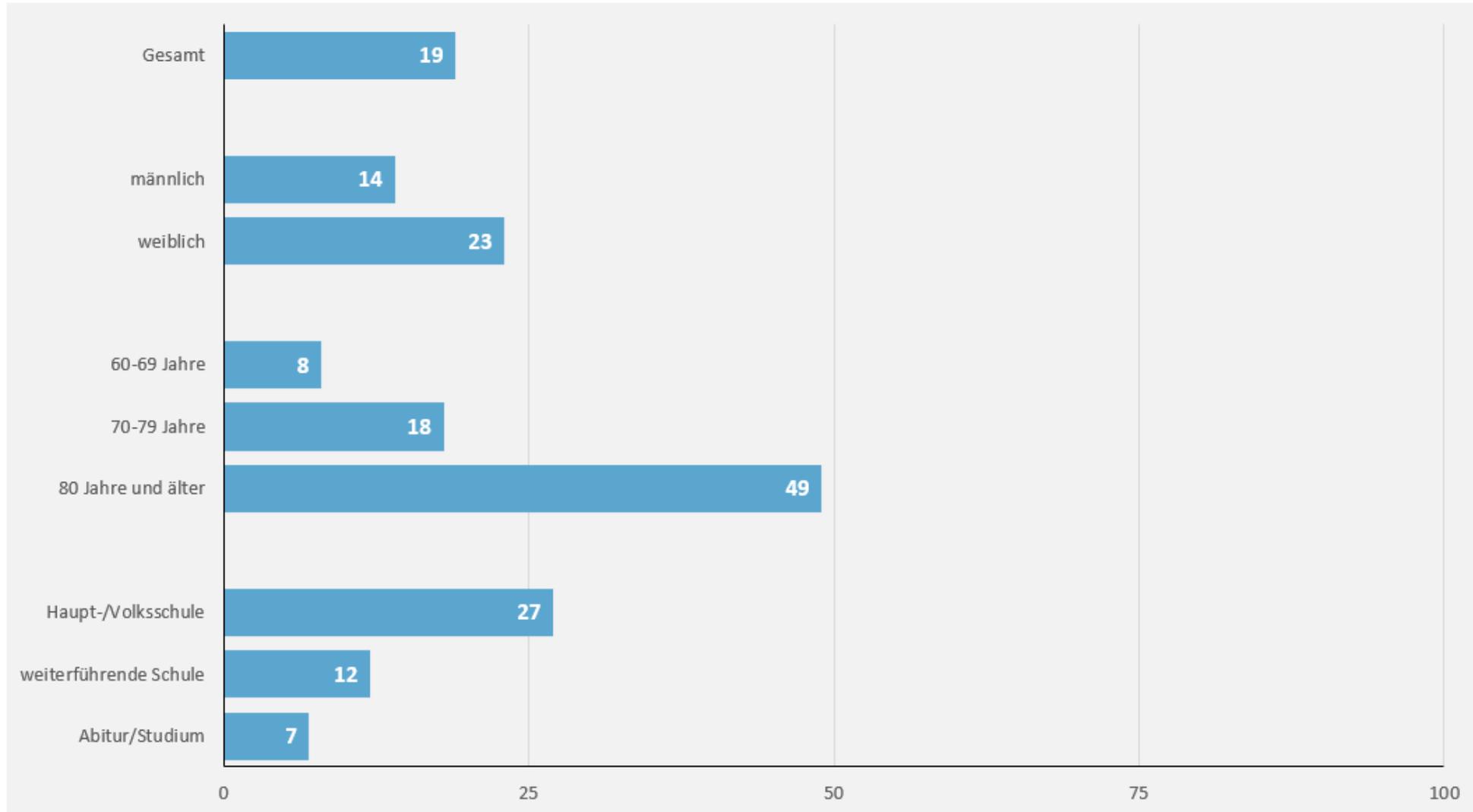
Nutzungshäufigkeit verschiedener Geräte im Haushalt

– Auswahl –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=3.005, *= nutze nie + Gerät nicht vorhanden

Anteil der Offliner*innen in der Bevölkerung ab 60 Jahren



„Von den älteren nicht-alleinlebenden Männern aus den alten Bundesländern und mit hohem Bildungs- und Einkommensstatus nutzen bereits 97 Prozent das Internet; von den älteren alleinlebenden Frauen aus den neuen Bundesländern und mit niedrigen Bildungs- und Einkommensstatus sind es nur 37 Prozent.“

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2021): 77





© Boyens Medien

Offline-Ansprache

- Pressearbeit: Lokalzeitungen, Lokalfernsehen und -radio, Anzeigenblätter
- Anzeigen in Lokalzeitungen, Anzeigenblättern etc.
- Print-Flyer
- Anmeldung per Telefon, Post oder persönlich
- Persönliche Ansprache



Barrierearme Printmedien

- Mindestens Schriftgröße 12,
- Vermeiden von TEXT IN BLOCKSCHRIFT und Unterstreichungen
- Großzügiger Weißraum und Zeilenabstand
- Ausreichender Kontrast zwischen Text- und Hintergrundfarben, kein Text auf gemustertem Hintergrund
- Auf Rot und Grün verzichten (evtl. nicht unterscheidbar)



Barrierearme Printmedien

- Wenige, große Bilder
- Bilder unterstützen den Inhalt des Textes
- Papier: nicht durchsichtig, nicht reflektierend
- Stärke mind. 100 g/qm, nur einfach gefalzt
- Kontrolle: Lesbarkeit bleibt im Graustufen-Modus erhalten



die metabolisten

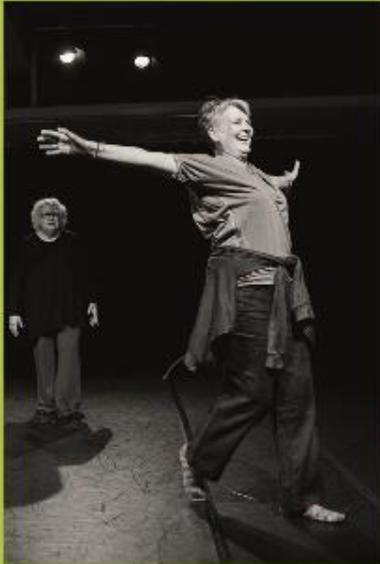
TÄNZERISCHES FORSCHUNGLABOR für Menschen Ü55

SIND SIE ÜBER 55 JAHRE?
SIND SIE NEUGIERIG?
SIND SIE BEWEGUNGSFREUDIG?

Melden Sie sich an für unser nächstes **TANZLABOR**. Wir untersuchen **BEWEGUNG** und **KÖRPER** im **ALTER(N)** tänzerisch, physisch, spielerisch und immer im Austausch miteinander. Was gewinne ich durch das Alter(n)? Das und mehr **ERFORSCHEN** wir gemeinsam. Das Labor wird geleitet von der Choreografin Silke Z. und der Tänzerin Caroline Simon.

MONTAG 27. MÄRZ bis FREITAG 31. MÄRZ

Mo., Di.: 12 bis 17 Uhr | Mi., Do., Fr.: 10 bis 15 Uhr
Freitag um 18 Uhr gibt es die Gelegenheit an der Präsentation der Laborergebnisse teilzunehmen.



KOSTEN und PATENSCHAFTEN*:
Sliding Scale: 150 € bis 350 €

*Es gibt die Möglichkeit eine Patenschaft (Kostenübernahme) für Menschen mit niedrigem Einkommen zu übernehmen. Melden Sie sich einfach bei uns, wenn eine Patenschaft übernommen werden kann oder benötigt werden sollte.

ANMELDUNG:
vermittlung@resistdance.de
0221 222 666 3
www.resistdance.de

Für ALLE mit oder ohne Vorkenntnisse.
Für ALLE mit oder ohne körperliche Besonderheiten. **Für ALLE !**

die metabolisten

TÄNZERISCHES FORSCHUNGLABOR für Menschen Ü55

SIND SIE ÜBER 55 JAHRE?
SIND SIE NEUGIERIG?
SIND SIE BEWEGUNGSFREUDIG?

Melden Sie sich an für unser nächstes **TANZLABOR**. Wir untersuchen **BEWEGUNG** und **KÖRPER** im **ALTER(N)** tänzerisch, physisch, spielerisch und immer im Austausch miteinander. Was gewinne ich durch das Alter(n)? Das und mehr **ERFORSCHEN** wir gemeinsam. Das Labor wird geleitet von der Choreografin Silke Z. und der Tänzerin Caroline Simon.

MONTAG 27. MÄRZ bis FREITAG 31. MÄRZ

Mo., Di.: 12 bis 17 Uhr | Mi., Do., Fr.: 10 bis 15 Uhr
Freitag um 18 Uhr gibt es die Gelegenheit an der Präsentation der Laborergebnisse teilzunehmen.



KOSTEN und PATENSCHAFTEN*:
Sliding Scale: 150 € bis 350 €

*Es gibt die Möglichkeit eine Patenschaft (Kostenübernahme) für Menschen mit niedrigem Einkommen zu übernehmen. Melden Sie sich einfach bei uns, wenn eine Patenschaft übernommen werden kann oder benötigt werden sollte.

ANMELDUNG:
vermittlung@resistdance.de
0221 222 666 3
www.resistdance.de

Für ALLE mit oder ohne Vorkenntnisse.
Für ALLE mit oder ohne körperliche Besonderheiten. **Für ALLE !**



fonds 
Kulturelle Bildung im Alter

Was wird gefördert?

Nachhaltige und modellhafte Projekte Kultureller Bildung mit älteren Menschen, die ...

- zur Teilhabe Älterer am gesellschaftlich-kulturellen Leben beitragen,
- Ältere erreichen, die bislang kaum an Kunst und Kultur teilhaben,
- partizipativ ausgerichtet sind,
- gestalterisch-künstlerische Auseinandersetzung ermöglichen,
- sich an den Stärken und Interessen der Beteiligten orientieren.

Das können z. B. intergenerationelle Kunst- und Kulturangebote oder inklusive Formate für mobilitätseingeschränkte Ältere sein.

Wer kann sich bewerben?

- Kommunale und freie Kulturakteure und Kulturschaffende mit Arbeitsschwerpunkt in Nordrhein-Westfalen
- Einrichtungen der sozialen Arbeit und Altenpflege, die in Zusammenarbeit mit Künstler*innen, Kulturgeragog*innen oder Kultureinrichtungen ein künstlerisches Projekt mit älteren Menschen in Nordrhein-Westfalen umsetzen möchten

Bewerbungsfrist ist immer der 30. September.

Weitere Informationen: www.kubia.nrw/foerderung





fonds^o

Kulturelle Bildung im Alter

Was wird gefördert?

Nachhaltige und modellhafte Projekte Kultureller Bildung mit älteren Menschen, die ...

- zur Teilhabe Älterer am gesellschaftlich-kulturellen Leben beitragen,
- Ältere erreichen, die bislang kaum an Kunst und Kultur teilhaben,
- partizipativ ausgerichtet sind,
- gestalterisch-künstlerische Auseinandersetzung ermöglichen,
- sich an den Stärken und Interessen der Beteiligten orientieren.

Das können z. B. intergenerationelle Kunst- und Kulturangebote oder inklusive Formate für mobilitätseingeschränkte Ältere sein.

Wer kann sich bewerben?

- Kommunale und freie Kulturakteure und Kulturschaffende mit Arbeitsschwerpunkt in Nordrhein-Westfalen
- Einrichtungen der sozialen Arbeit und Altenpflege, die in Zusammenarbeit mit Künstler*innen, Kulturgeragog*innen oder Kultureinrichtungen ein künstlerisches Projekt mit älteren Menschen in Nordrhein-Westfalen umsetzen möchten

Bewerbungsfrist ist immer der 30. September.

Weitere Informationen: www.kubia.nrw/foerderung



Online-Aktivitäten von Älteren

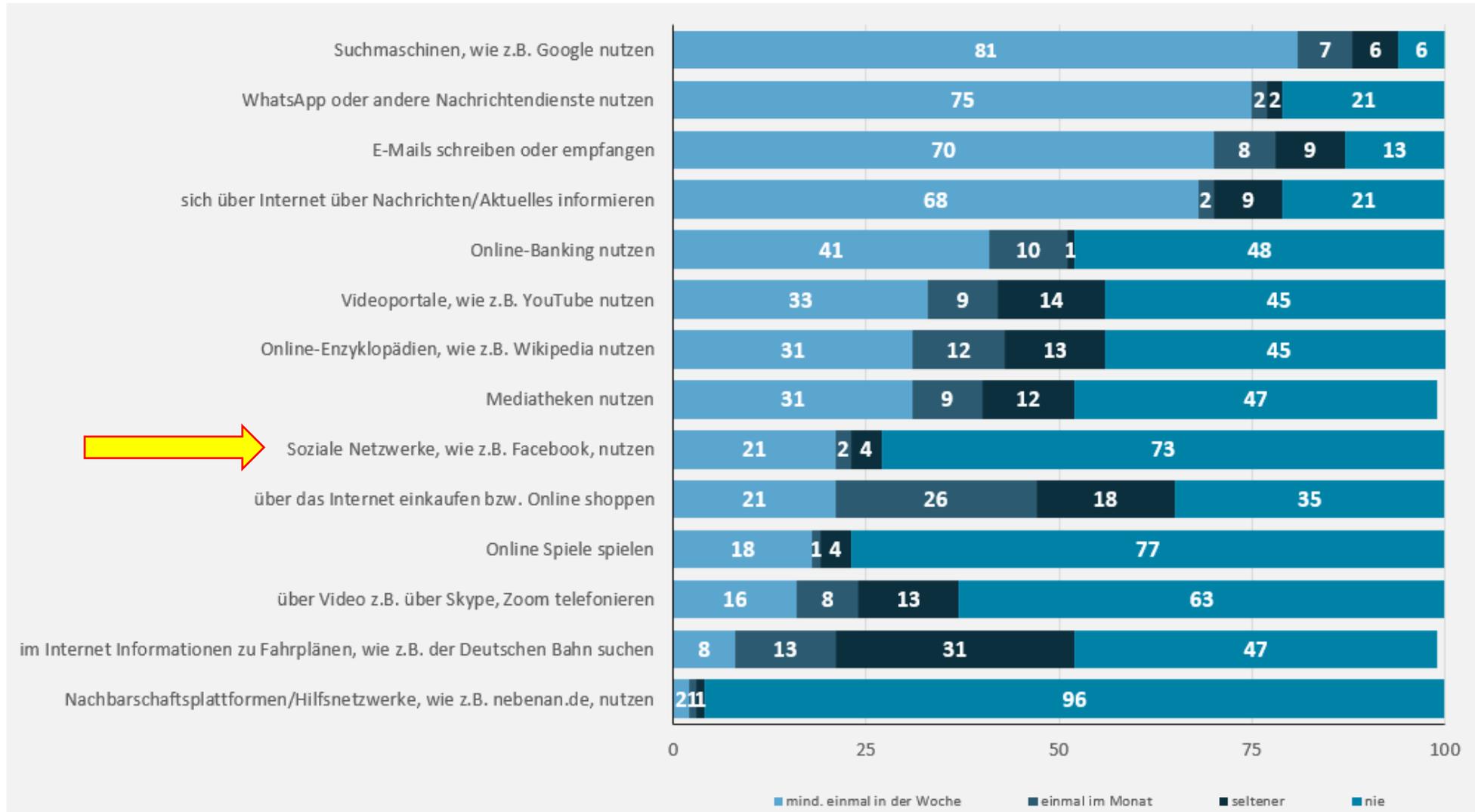
© Andrea Piacquadio

- Die wichtigsten Aktivitäten:
 - Informationssuche (v. a. Google)
 - Kommunikation (v. a. WhatsApp und E-Mail)
- Sozial Netzwerke (v. a. Facebook) spielen untergeordnete Rolle



Genutzte Internetangebote

– nur Onliner*innen –





©Telefónica Deutschland

Online-Ansprache von Älteren

- Social-Media-Aktivitäten (am ehesten auf Facebook) verfehlen möglicherweise die Zielgruppe
- Gut strukturierte Websites
- Suchmaschinen-Optimierung
- Google-Unternehmensprofil & Google-Ads
- „Persönliche Ansprache“ auch online (E-Mail, Messenger)



Barrierearmer Online-Auftritt

- Verbessert Benutzerfreundlichkeit und Bedienbarkeit für alle Nutzer*innen
- Gut auffindbare, aktuelle Informationen auf der Website auch für Pressearbeit wichtig
- Verbessert Reichweite und Suchmaschinen-Ranking



Barrierearmer Online-Auftritt

- Serifenlose Schrift, mindestens 14, besser 16 Px.
- Zwischenüberschriften, Trennlinien etc.
- Das Wichtigste steht „above the fold“
- Große Flächen zum Anklicken
- Einfache Struktur: Alle Inhalte mit max. 3 Klicks erreichbar
- Schriftgröße und Kontrast anpassbar
- Vorlesefunktion



- Kontakt
- Stadtplan
- Schriftgröße
- Kontrast
- Vorlesen
- Übersetzen

Bielefeld

#solidarischdurchdiekrise

Ihr Suchbegriff ...

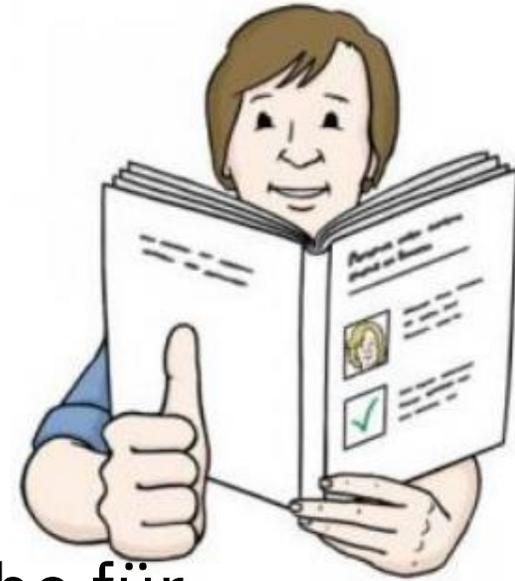
Suchen

Einfach schreiben

- Alltagssprache
- Vermeiden von Fremdwörtern und Fachbegriffen
- Kurze Wörter, Sätze und Absätze
- Logischer Aufbau, Hauptgedanken zuerst
- Aktionsverben, Formulierungen im Aktiv, persönlicher Ton
- Konkrete Formulierungen und Beispiele



Leichte Sprache für Senior*innen?



- Studie von Gutermuth (2020): Texte in Leichter Sprache für Senior*innen gut zu verstehen, aber nicht akzeptabel
- Stil und Design entspricht nicht ihren Gewohnheiten
- Leichte Sprache wird als stigmatisierend empfunden
- Einfach schreiben, ohne zu bevormunden!

„Gendersprache“ für Senior*innen?

- Umfrage 2021: In der Gruppe 65+ lehnen 72 % gendergerechte Sprache ab (Gesamtbevölkerung: 65 %)
- Gendergerechte Sprache macht Texte schwerer lesbar.
- „Moderates Gendern“ als möglicher Kompromiss



Du oder Sie?

- GfK-Studie (2014): 69 % der Gruppe Ü-70 fühlt sich beleidigt, wenn sie von Unbekannten geduzt werden. (60-69-Jährige: 51 %)
- In der Regel besser: Siezen



Kennen Sie Ihr Publikum

- Mitglieder Ihrer Zielgruppe in Planung einbeziehen
- Bedarfe und Vorlieben erfragen
- Materialien Testleser*innen vorlegen
- Materialien gemeinsam gestalten



© cottonbro studio



Arbeiten mit „Personas“

- Fiktive Mitglieder der Zielgruppe mit bestimmten Bedürfnissen, Fähigkeiten und Zielen
- Nicht der Durchschnitt aller, sondern 4–6 „Prototypen“
- Steckbriefe
- Bewertung Ihrer Kommunikation „durch die Brille“ der Personas





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt

Christoph Brammertz

brammertz@kubia.nrw

www.kubia.nrw

