



© Andrea Waldruff

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

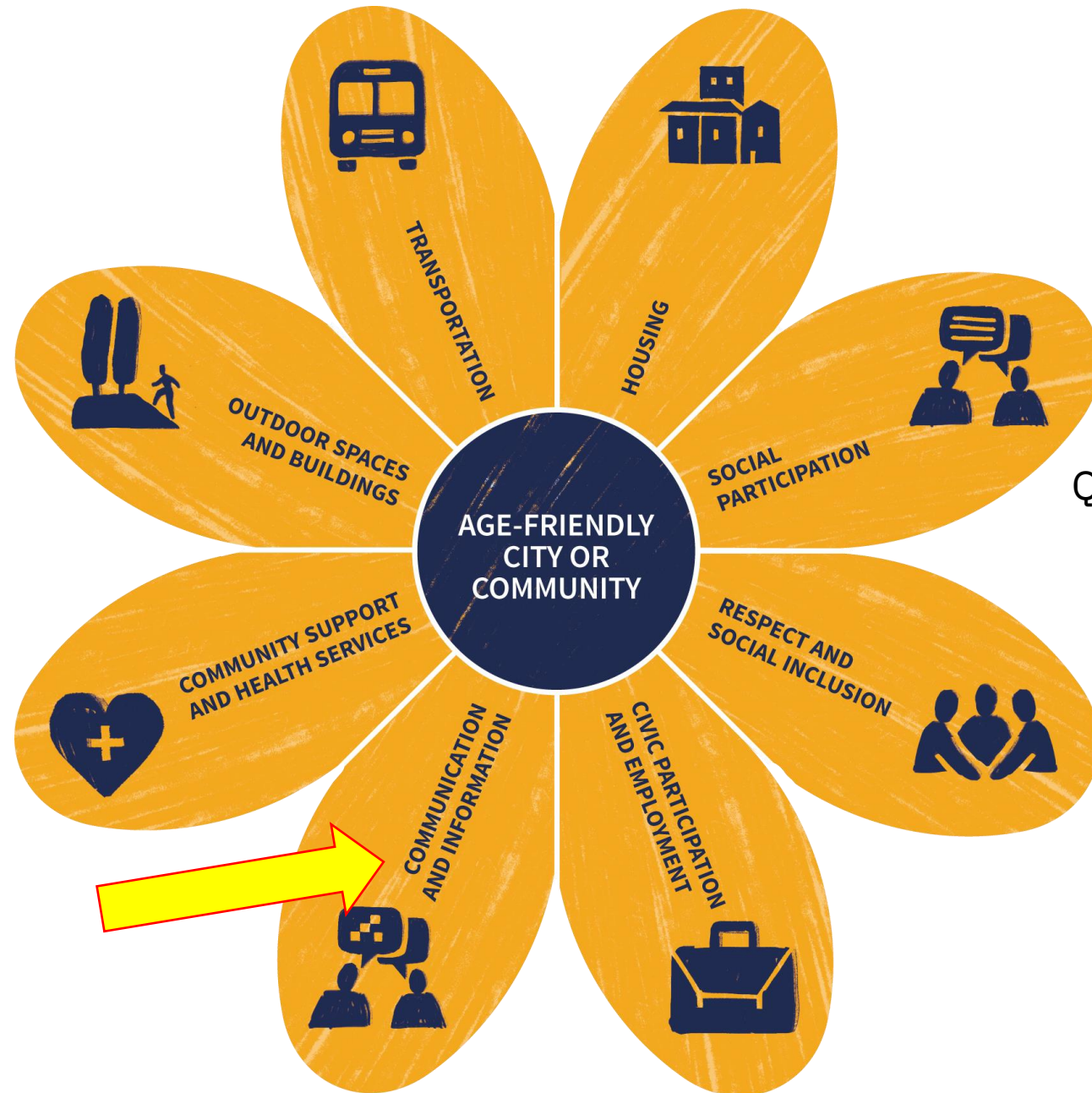


Altersfreundliche Kommunikation

- 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

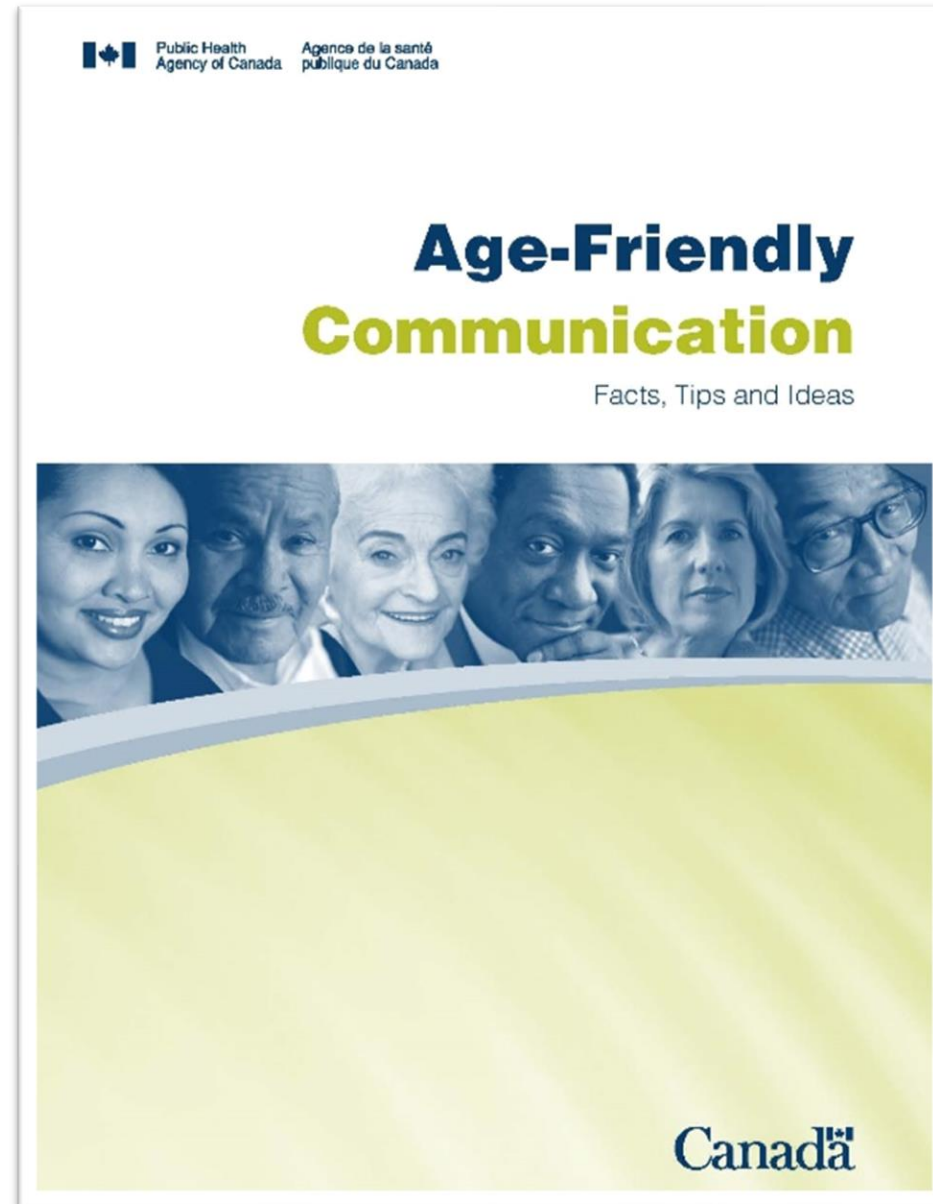


Quelle: WHO (2023): 6

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



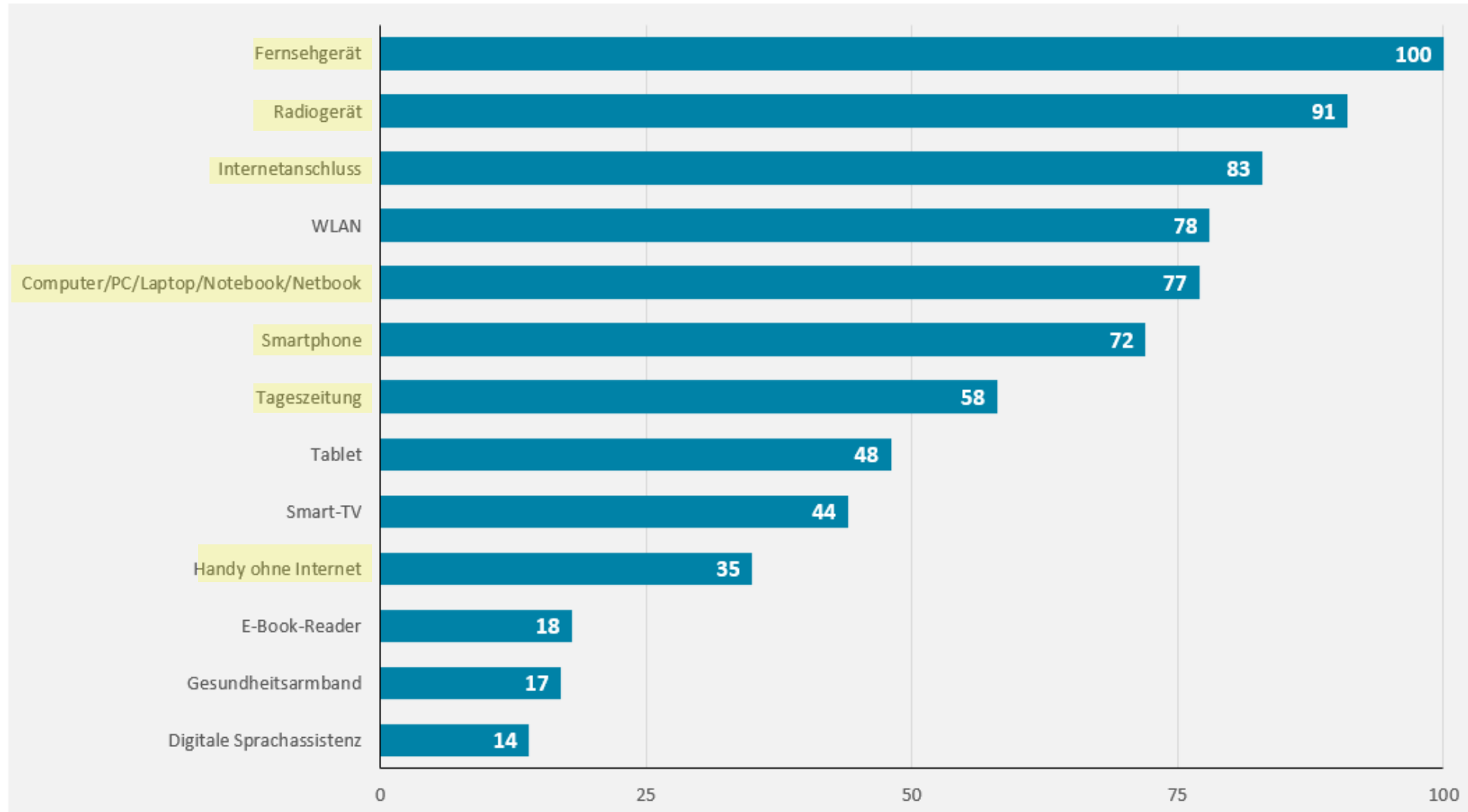
Welche Medien nutzen Ältere?

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

© Tiago Muraro



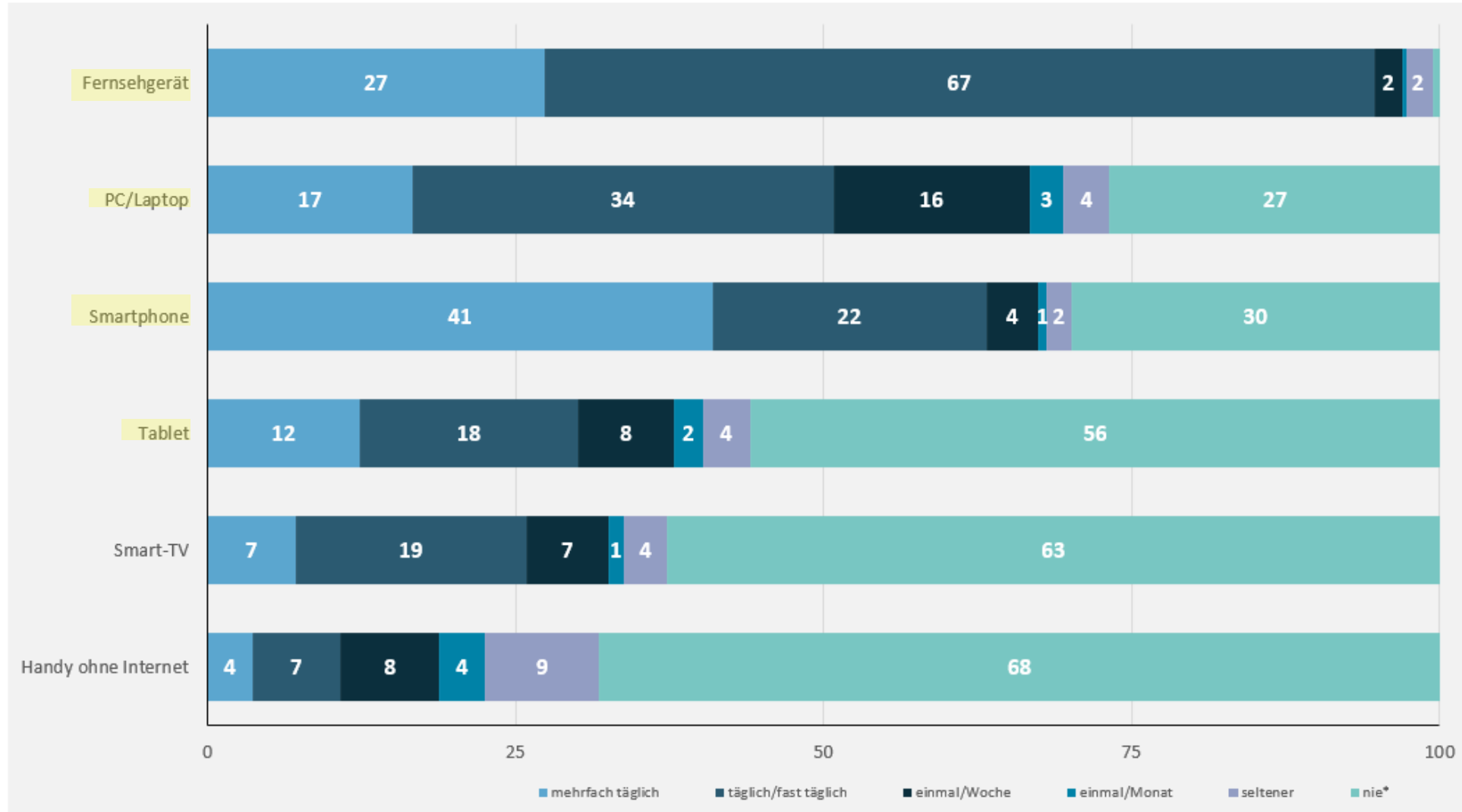
Medienausstattung im Haushalt



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

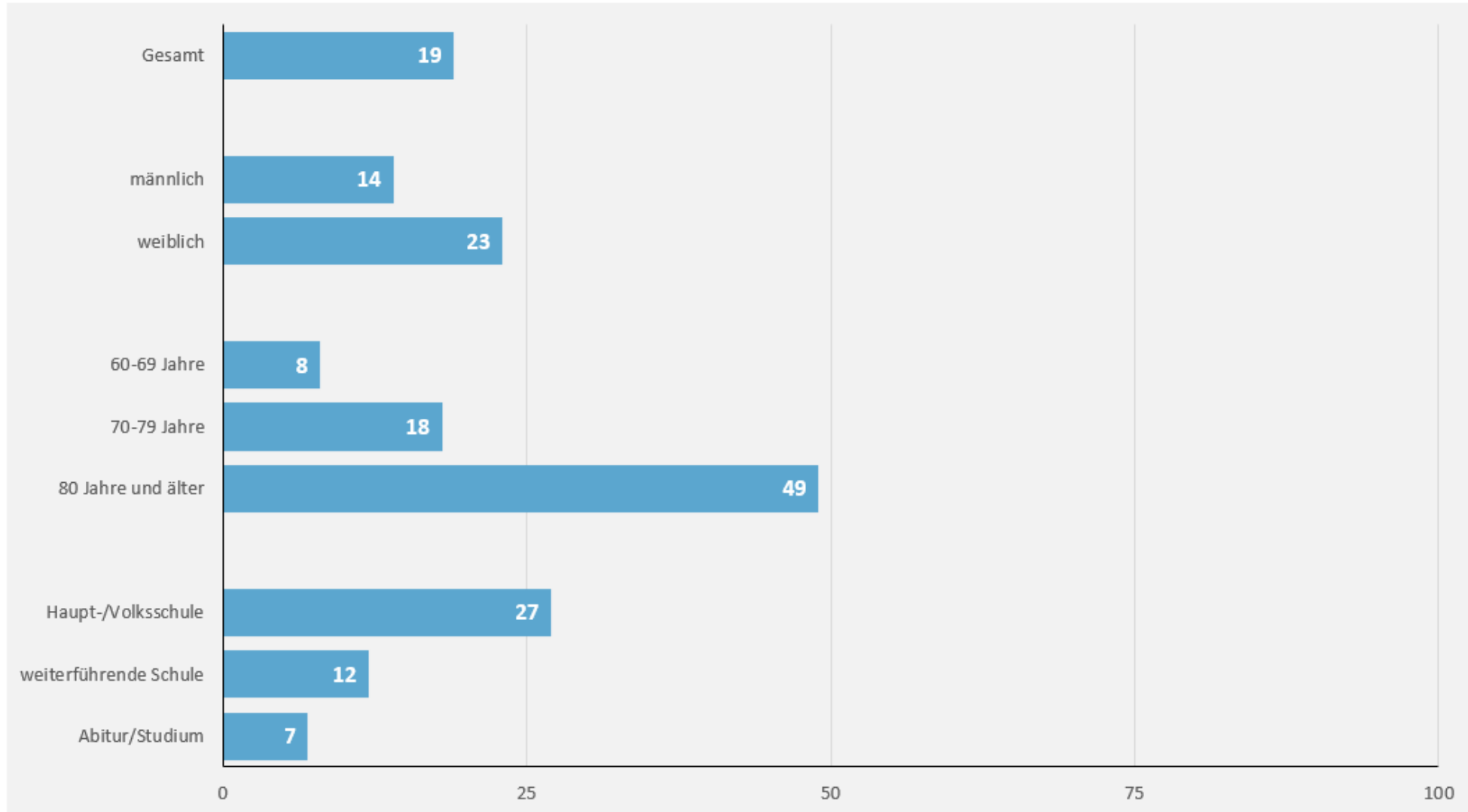
Nutzungshäufigkeit verschiedener Geräte im Haushalt

– 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

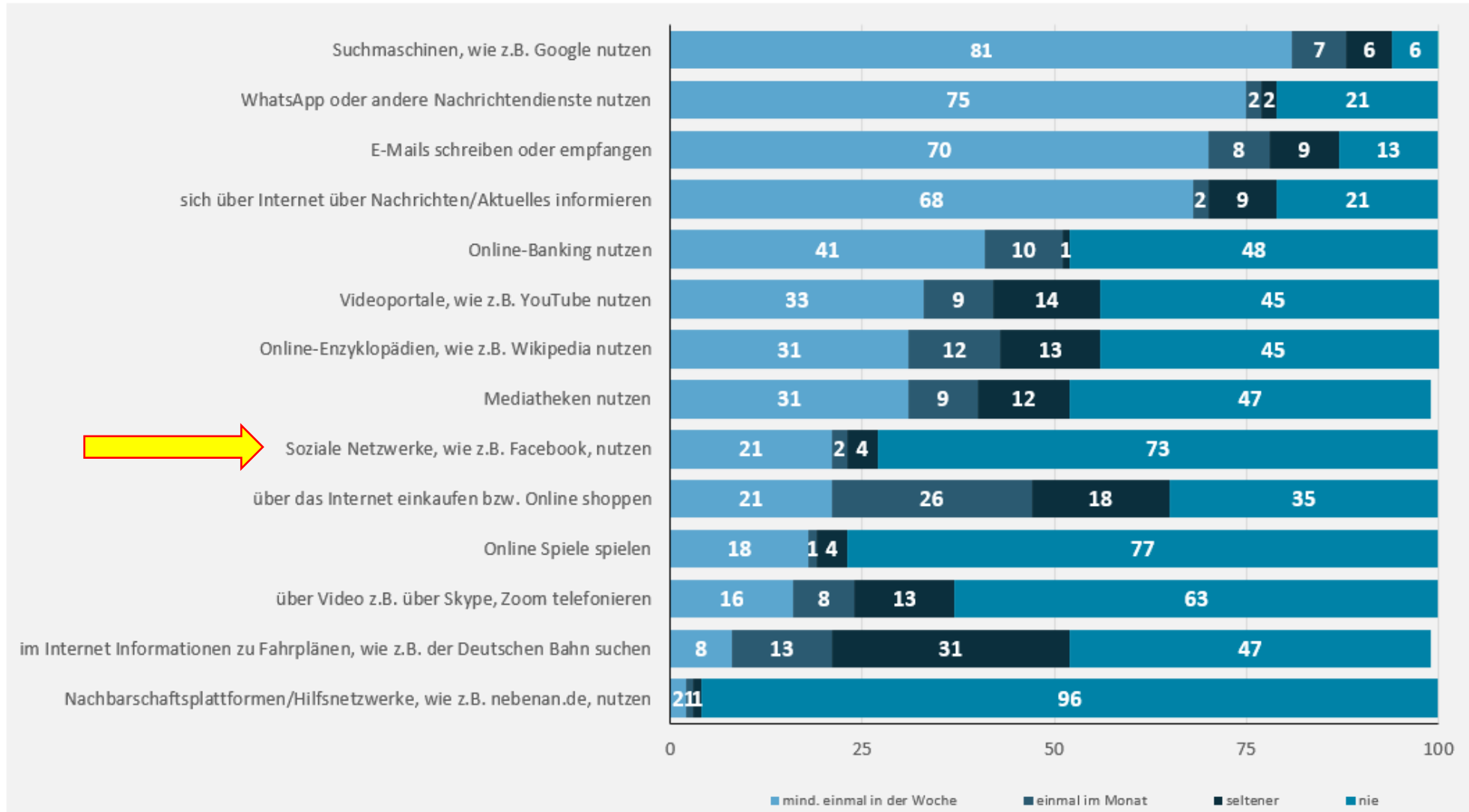
© Andrea Piacquadio

- 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 –



Quelle: SIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Onliner*innen: Personen, die das Internet mindestens seltener nutzen, n=2.434



©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

