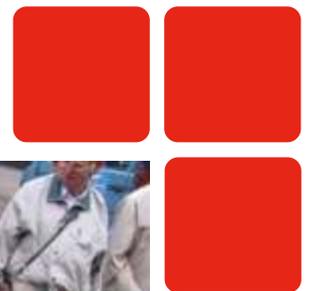


# Älter werden in Braunschweig

Welche Bedeutung haben Altersbilder auf  
alltägliches Handeln und Angebotsstrukturen



Eine Zusammenfassung der Veranstaltung vom 25. April 2007

Das Image der Stadt Braunschweig für das Leben im Alter soll positiv weiter entwickelt und auch nach außen dargestellt werden.

An der Veranstaltung „Älter werden in Braunschweig - Wie Altersbilder unser Handeln bestimmen“ am 25. April 2007 nahmen 45 geladene Gäste teil.

In der Einführung wies der Sozialdezernent Ulrich Markurth darauf hin, dass die Umsetzung der Altenhilfeplanung ein Prozess ist, der sich über Jahre weiterentwickeln wird. Netzwerke und interdisziplinäre Beteiligung über den Sozialbereich hinaus werden als ein Garant für das Gelingen angesehen. Um ein gemeinsames Ziel zu definieren und erfolgreich umzusetzen, ist ein gemeinsames Verständnis erforderlich, eine Kenntnis der unterschiedlichen Sichtweisen und eine Vereinbarung über Handlungsstrategien. Mit der Veranstaltung soll dazu ein Beitrag geleistet und ein erster Schritt gemacht werden.

Der Vortrag von Prof. Anton Amann führt generell in das Thema ein und macht transparent, dass Altersbilder nicht nur ein Abbild der Wirklichkeit, sondern selbst Wirklichkeit sind. Es entstehen Konstruktionen, die Handeln und Verteilungskämpfe bestimmen. Amann unterstreicht in seinem Vortrag die unabdingbare Notwendigkeit, einen Konsens herzustellen. Mit einem Bild von der Altenlast, die bisher eine gutes halbes Jahrhundert transportiert wurde, werden Möglichkeiten und Chancen ausgeblendet.

Mit der konkreten Darstellung in Medien befasst sich der zweite Teil der Veranstaltung. Die Fragestellungen von Differenzierung der Bilder, von Wirkung und Perspektiven und der Entscheidung, wie nah herangegangen werden soll, werden exemplarisch Bildbeispiele erläutert. Welche Bilder werden mit welcher Intention transportiert und welchen Altersbildern gebe ich damit Raum?

Die Darstellung alter Menschen in Bildern der Werbung wurde Braunschweigerinnen und Braunschweigern unterschiedlichster Alterstufen im Einzeldialog vorgestellt und erörtert. Eine Identifikation war nicht immer gegeben, vielfach sahen sich die Menschen falsch wahrgenommen und möchten auch zukünftig nicht so dargestellt werden.

Unter dem Aspekt Umsetzung einer Kommunikationskampagne in Braunschweig lassen folgende Schwerpunkte ableiten:

- Facettenreichtum
- Normalität und Lebensfreude
- Wertschätzungen

sollen in der Darstellung von Altersbildern kommuniziert werden. Alle Kräfte sind zu bündeln, wenn sich Braunschweig als lebenswerte Stadt für alte Menschen präsentieren möchte.

### **Resultate der Plenumsarbeit**

Um zu erfahren, wie Alter- Altersbilder und Umgang mit alten Menschen von denjenigen gesehen wird, die nicht im Sozialbereich tätig sind und anscheinend kaum Berührungspunkte haben, wurden der Stadtwerkedezernent Herr Thies Hinckeldeyn, der Geschäftsführer der Stadtmarketing AG Herr Gerold Leppa und ein Vertreter der Technischen Universität Carolo Wilhelmina zu Braunschweig, Herr Prof. Dr. Howe vom Institut für Psychologie um Statements gebeten.

## **Zusammenfassung der Statements**

### **Herr Hinkeldeyn (Stadtwerkdezernat):**

Der ÖPNV spielt in Braunschweig gerade für Senioren eine nachhaltige Rolle. Durch den Ausbau der Infrastruktur, wie beispielsweise niederflurgerechte Haltestellen, Busse und Bahnen wird versucht, Mobilität zu ermöglichen bzw. zu weiter erhalten. So werden in diesem Jahr 12 neue Niederflurbahnen für insgesamt 27 Millionen Euro angeschafft. Auch vom Fahrkartenangebot her hat sich der ÖPNV der Zielgruppe „Senioren“ mit einer Monatskarte 60+ für 37,00 Euro angepasst. Zusätzlich bietet die Verkehrs-AG Informationsnachmittage für Senioren an, um beispielsweise über richtige Kleidung im Straßenverkehr zu informieren.

Die Mitarbeiter des ÖPNV werden regelmäßig in den Bereichen Kundenbetreuung, Fahrstil, Sicherheit und Gefahrensituation geschult.

### **Herr Leppa (Stadtmarketing):**

Alt werden will jeder, aber dabei jung bleiben.

Senioren sind eine große Zielgruppe des Stadtmarketings, weil sie in den Punkten Tourismus und Kaufkraft nach wie vor eine tragende Rolle spielen. Jedoch wird die Gruppe der Senioren nicht direkt als Zielgruppe angesprochen, weil das biologische Alter nicht relevant ist, sondern die einzelnen Interessengruppen. Außerdem versucht das Stadtmarketing, die Interaktion zwischen verschiedenen Gruppen unserer Bevölkerung zu fördern, um gemeinsame Ebenen zu finden. (z. B. Stadtputztag als ein gutes Beispiel)

### **Herr Prof. Howe (TU Braunschweig)**

Prof. Howe regt eine intensivere Kooperation von Stadt und TU an. Dort liegt in unterschiedlichsten Bereichen eine Menge Potenzial verborgen, welches bisher kaum abgerufen wurde. Die Altenpflege und die Altenhilfe gehen nicht auf die Uni zu und formulieren Bedarfe. Als Beispiel weist er auf den Austausch der TU mit türkischen Studenten hin, der der Migrationsarbeit ganz neue Impulse geben kann.

Diese Ressourcen sollten bei der Umsetzung der Planung zur Migrationsarbeit einbezogen werden.

## **Diskussion:**

### ***Frau Witte (Bündnis 90/Die Grünen):***

Die Stadtverwaltung sollte fachübergreifend arbeiten, z. B. bei der Genehmigung von neuen Einrichtungen.

### ***Herr Kolle (Baureferat):***

Die rechtzeitige Auseinandersetzung mit dem Alter ist sinnvoll, um auf Bedürfnisse schnell genug reagieren zu können.

### ***Herr Dr. Dehmel (Stadtplanung):***

Der Begriff „Altershilfeplanung“ ist fehlbesetzt. Negative Assoziationen werden damit eher ausgelöst.

### ***Frau Hübner (Vorsitzende des Sozialausschusses):***

Der Begriff „Altenhilfe“ ist richtig gewählt, muss jedoch immer im Zusammenhang mit der „Jugendhilfe“ gesehen werden.

**Frau Hugo (Gleichstellungsreferat):**

Was für ältere Menschen gut ist, ist auch für jüngere Menschen gut (z. B. Mobilität und Sicherheit)

**Frau Weinert (Seniorenrat):**

Der Stadtrand muss gefördert werden, damit die Bewohner auch im Alter dort wohnen bleiben können.

**Herr Pietschmann (AOK Braunschweig):**

Präventions- und Selbsthilfeangebote müssen gebündelt und vernetzt werden, um Vereinsamung zu vermeiden.

**Herr Markurth (Sozialdezernent):**

Durch Prävention soll eine intensive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben für alle Zielgruppen ermöglicht werden. Dabei müssen bauliche Rahmenbedingungen und Infrastrukturen geschaffen werden, um die Notwendigkeit eines Umzuges zu vermeiden. Begegnungsstätten und Kommunikationszentren gehören hierbei unbedingt dazu.

Die Umsetzung der Ziel und Maßnahmen der Altenhilfeplanung muss ein gemeinschaftliches Anliegen sein, allein aus der Sozialverwaltung heraus wird es nicht zu bewältigen sein

**Herr Dybowski (Sozialplaner):**

Zu bedenken ist, dass sich finanzielle Ressourcen in den nächsten Jahren verschieben werden und Altersarmut zunehmen wird.

**Frau Schriever (Vertreterin des DRK):**

Ich bin stolz, dass ich so alt bin.

Bildung sollte auch mobil ermöglicht werden.

Imagekampagne für Braunschweig gewünscht, die ein positives Bild nach außen transportiert.

**Herr Rinne (AOK)**

Das Selbstverständnis und Selbstbild der Stadt müssen nach außen transportiert werden, Stadt wäre hier gefordert, selbstbewusste Darstellung vorzunehmen. Stadt sollte dafür Verantwortung übernehmen.

Die Veranstaltung endet nach der Diskussionsrunde, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurde eine schriftliche Zusammenfassung zugesagt.

Es wird die Bitte geäußert, nach Auswertung der Beiträge auf einzelne Vertreterinnen/Vertreter zukommen zu können, um das weitere Vorgehen abzustimmen.

(Seniorenbüro)



## Impressum

Herausgeber:  
Stadt Braunschweig  
Seniorenbüro und Sozialreferat  
Am Fallersleber Tore 1  
38100 Braunschweig

Email: [seniorenbuero@braunschweig.de](mailto:seniorenbuero@braunschweig.de)  
<http://www.braunschweig.de/senioren>

Nachdruck und Reproduktion (auch auszugsweise)  
nur mit Genehmigung des Herausgebers