

# PARTNER



**MANKO Association**  
Krakau, Polen  
[www.stowarzyszeniemanko.pl](http://www.stowarzyszeniemanko.pl)



**Polskie Gry Planszowe**  
Krakau, Polen  
[www.polskiegryplanszowe.pl](http://www.polskiegryplanszowe.pl)



**CPIP**  
Timisoara, Rumänien  
[www.cpip.ro](http://www.cpip.ro)



**Arbeitskreis Ostviertel e.V.**  
*(Bürgerhaus Bennohaus)*  
Münster, Deutschland  
[www.bennohaus.de](http://www.bennohaus.de)



**SOCIAL INNOVATION FUND SIF**  
Kaunas, Litauen  
[www.lpf.lt](http://www.lpf.lt)

## Soziale Aktivierung von Senioren durch Medienbildung

*Activation of Seniors through  
Media Education – SASME*

**SASIME**  
**ACTIVE SENIORS - ACTIVE EUROPE**



[www.sasme-project.eu](http://www.sasme-project.eu)

*Ein Leitfaden für Organisationen*



**MAŁOPOLSKA**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Dieses Projekt wird gefördert von der Europäischen Kommission mit der Referenznr. 2016-1-PL01-KA204-026773. Diese Veröffentlichung gibt die Sicht des Autors wider, die Kommission kann hierfür nicht verantwortlich gemacht werden.

## INHALT

1. VORWORT	2
2. WAS IST SASME?	4
3. WIE FUNKTIONIERT SASME? LEHRMETHODOLOGIE UND HILFSMITTEL	10
4. BEISPIELE UND LEKTIONEN – BERICHTE VON DER IMPLEMENTIERUNG DES PROJEKTS	18
5. ZUSAMMENFASSUNG	30



[www.sasme-project.eu](http://www.sasme-project.eu)



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Dieses Projekt wird gefördert von der Europäischen Kommission mit der Referenznr. 2016-1-PL01-KA204-026773. Diese Veröffentlichung gibt die Sicht des Autors wider, die Kommission kann hierfür nicht verantwortlich gemacht werden.

# VORWORT

HABEN SIE JEMALS  
DARÜBER NACHGEDACHT,  
**DASS MAN SENIOREN MIT HILFE  
VON BÜRGERMEDIEN AKTIVER  
IN DIE GESELLSCHAFT  
EINBINDEN KANN?**

**DENKEN SIE, DAS KÖNNTE  
FUNKTIONIEREN?**

Hier präsentieren wir Ihnen einen Leitfaden für Organisationen, die mit Senioren und für Senioren arbeiten. Wir haben einen neuen Ansatz: das SASME-Programm, entwickelt und getestet in gleichnamigem Projekt (Laufzeit 2016-2019, im Rahmen des Erasmus+-Programms) von den Projektpartnern in Litauen, Polen, Rumänien und Deutschland.

SASME ist die Abkürzung des englischen Projekttitels - Social Activation of Seniors through Media Education - übersetzt: Die soziale Aktivierung von Senioren durch Medienbildung. Es bietet eine umfangreiche Methodologie für die Arbeit mit Älteren, basierend auf Weiterbildung durch Trainings, ehrenamtliches Engagement im Team und Unterhaltung.

Im ersten Kapitel gehen wir näher auf die Idee und Ziele des Projekts ein und erläutern die Vorteile für alle, die das Programm anwenden oder involviert sind.

Folgend stellen wir die Methodologie und Hilfsmittel des Programms vor wie zum Beispiel die Trainingseinheiten, sogenannte Wissenspillen, das Senior-Voice-Magazin (deutsch: Senioren-Stimme), das bildende Brettspiel "On the way: Flying Reporters" (deutsch: Auf dem Weg – fliegende Reporter) und die Senior-Card (Seniorenrabattkarte).

Im letzten Teil des Handbuchs berichten wir aus der bisherigen Praxis und über unsere Erfahrungen, die wir bei der Implementierung des Projekts in den Partnerländern bisher gemacht haben.

Viel Freude und Inspiration bei der Lektüre!

DAS **SASME**-PROJEKTTEAM

# WAS IST **SASME**?



## **DIE GENERELLE IDEE DAHINTER: AKTIVE SENIOREN – AKTIVES EUROPA**

Das SASME-Programm entstand als Antwort auf eine moderne, alternde Gesellschaft. Es soll sozialer Exklusion entgegenwirken, indem die Senioren in lebenslanges Lernen eingebunden werden.

Das Programm konzentriert sich dabei auf den Bereich der Medienbildung und wurde von fünf Partnerorganisationen aus der EU gemeinsam entwickelt.

So wurden Konditionen geschaffen, in denen Senioren aktiviert werden durch Bildungsangebote.

## **WIE DAS PROGRAMM SCHRITT FÜR SCHRITT IMPLEMENTIERT WURDE**

Hauptidee war es, Senioren Schritt für Schritt darauf vorzubereiten, in ihrer lokalen Gemeinde aktiv zu werden. Dies wurde im Rahmen des Projekts getestet. Zunächst einmal lernen Senioren, wie das Engagement in den Bürgermedien ihnen hilft, dem Alter ein positives Image zu verschaffen und wie sie zum Beispiel im Rahmen der Magazinarbeit für Senioren interessante Themen redaktionell aufarbeiten und transportieren können.

Wenn sie sich in den Umgang mit Medien eingearbeitet haben, testen sie das Erlernte im Rahmen von ehrenamtlichem Engagement und arbeiten für das Magazin oder die Seniorenkartenkampagne. Auch der Spaß kommt nicht zu kurz, so gehört es ebenfalls zum Training, dass die Senioren gemeinsam das bildende Brettspiel „Auf dem Weg – fliegende Reporter“ spielen.



So bietet das SASME-Projekt durch verschiedene Methoden Hilfe zur Aktivierung von Senioren. Involviert in die Projektarbeit waren Senioren aus den Ländern Litauen, Polen, Rumänien und Deutschland. Sie haben testweise das Programm durchlaufen und alle Hilfsmittel und Methoden ausprobiert. Die Einbindung der Teilnehmer war einer der größten Projekterfolge für uns und die Rückmeldung der Teilnehmer war für uns sehr wertvoll.

Der Methodologie folgend, startete das Programm mit dem Medientraining. Oft werden Senioren in den Medien als eine gesellschaftliche Gruppe mit wirtschaftlichen und gesundheitlichen Problemen dargestellt. Jegliche Formen von Freizeitgestaltung und damit verbundene Kompetenzen fallen dabei oft unter den Tisch. Durch die Medientrainings erhielten die Teilnehmer also Wissen über die Arbeit mit Bürgermedien am Beispiel der Redaktionsarbeit für ein Magazin, um danach selbst aktiv Artikel zu schreiben, um diesen Vorurteilen aktiv entgegenzuwirken.

Die Medientrainings wurden unterstützt durch kleine Bildungsvideos, durch die Senioren Einblicke erhielten in die Bereiche Journalismus, Marketing, Pressegesetz, Selbstbehauptung, Mittelbeschaffung sowie Motivation im sozialen Miteinander.

Unsere Senioren merkten schnell, dass die Medien ein interessantes Betätigungsfeld sind und es Spaß macht, mit ihnen zu arbeiten.



Der Spaß steht auch beim Brettspiel im Vordergrund. Nebenbei wird jedoch auch hier Wissen in verschiedenen Bereichen vermittelt und die Regeln sind leicht zu lernen. Wichtig war es natürlich auch, die Senioren zusammen an einen Tisch zu bringen.



Zusätzlich schrieben die Senioren Artikel zu unterschiedlichen Lebensbereichen für das Senioren-Magazin, welches in jeder Sprache der Partnerländer veröffentlicht wurde. Auch hier wurde deutlich, dass Altern überall gleich ist und ältere Menschen überall vor denselben Herausforderungen stehen.

Ein weiterer Teil des Programms befasst sich mit dem Training, auf Firmen und weitere mögliche Förderer zuzugehen und diese zu überzeugen, die älteren Mitmenschen stärker zu fördern. Hinter der Seniorenrabattkarte steckt die Idee, Firmen und lokale Autoritäten mehr auf die Situation der Älteren in der lokalen Gemeinde aufmerksam zu machen. Die Karte bietet Senioren nicht nur diverse Rabatte, sie schafft auch für teilnehmende Firmen ein seniorenfreundliches Image.

Ohne Organisationen, die das Programm implementiert haben, wäre das Projekt nicht möglich gewesen. Ursprünglich von der MANKO in Polen kommend, haben die Partnerorganisationen geholfen, die Idee hinter SASME weiterzutragen.

## VORTEILE

Das SASME-Programm schafft eine absolute Win-Win-Situation für alle Beteiligten, da sie ihr Wissen erweitern, Erfahrungen machen und ihre Kompetenzen verbessern.

Die Partner schufen ein Modellprogramm, dass nun von weiteren Seniorenorganisationen übernommen werden kann. So gerät das Thema des aktiven, würdevollen Alterns nicht in Vergessenheit.

Mit dem SASME-Programm erhalten die Organisationen eine ausgefeilte Methodensammlung, mit der sie Senioren aktivieren können zu partizipieren. Gleichmaßen können Trainer ihre Fähigkeiten in der Seniorenarbeit erweitern. Als Vermittler kann jede Organisation Senioren dazu ermutigen, für das Magazin redaktionell tätig zu werden und Themen zu bearbeiten, die für die jeweilige lokale Gemeinde wichtig sind.



Es ist sicher nicht einfach, Mentalitäten zu verändern und den Stereotyp des Alterns aus den Köpfen zu kriegen, aber wir sind sicher, dass SASME ein guter Weg ist, dies zu unterstützen.

Für Firmen und die lokalen Autoritäten ist das SASME-Programm der Beweis dafür, dass Senioren als gesellschaftliche Gruppe stark und dynamisch sind und sich aktiv an der Gesellschaft beteiligen wollen.

Es ist nicht zu leugnen, dass Senioren eine starke und loyale Kundengruppe sind. Die Teilnahme am Rabattkartenprogramm gibt den Firmen die Möglichkeit, Senioren an sich zu binden und selbst etwas für ein seniorenfreundliches Image zu tun.

# WIE FUNKTIONIERT **SASME?**

## LEHRMETHODOLOGIE UND HILFSMITTEL

Die Methodensammlung von SASME basiert auf drei Hauptelementen und der Anwendung innovativer Tools, die Rahmen des Projekts entwickelt wurden:

Das Training von Senioren im Rahmen von Workshops mithilfe von Präsentationen und sogenannten Wissensspielen, kleinen Wissenseinheiten wie Videos und Handouts;

Promotion von ehrenamtlichem Engagement von Senioren, indem sie in die Erstellung des Magazins „The European Senior Voice“ (Die europäische Senioren-Stimme) sowie die Kampagne zur Seniorenrabattkarte eingebunden werden;

Die Einbindung von Senioren in informelles Lernen durch Anwendung/Spielen des Brettspiels.



## DIE TRAININGS

Die Trainings wurden ausgeführt zum Thema „Management einer Redaktion“. Hauptform war das Lernen im Klassenzimmer, weil das Lernen in der Gruppe eine gute Methode für Senioren darstellt.

Die Hauptmodule des Trainingsprogramms waren:

- Bürgermedien – das Konzept,
- Auswirkungen von Bürgermedien auf die Gesellschaft – wie Bürgermedien helfen, eine soziale Kampagne auf die Beine zu stellen,
- Die Rolle der Bürgermedien,
- Management einer Presseredaktion,
- Standards, Arbeitsprinzipien und Regeln in einer Redaktion,
- Die Kooperation mit Medien,
- Teamzusammenstellung,
- Förderungsmöglichkeiten für ein Magazin,
- Werbung und PR für ein Magazin,
- Ehrenamtliche Arbeit für Senioren.



Der Trainingsprozess wurde von den Wissenspillen unterstützt, die im Rahmen des Projekts entwickelt worden waren. Die Kurzvideos fassten die unterschiedlichen Themengebiete kompakt zusammen. Diese Vermittlungsform wurde gewählt, da schriftliches Material die Senioren eventuell überfordern könnte.

Die Filme fassen Infografiken und Interviews sowie anderes von Senioren gedrehtes Infomaterial zusammen. Alle zehn Filme sind in Englisch, Polnisch, Deutsch, Rumänisch und Litauisch auf Youtube einsehbar.



## PROMOTION VON EHRENAMTLICHER ARBEIT FÜR SENIOREN

Die beiden im Projekt möglichen Formen der ehrenamtlichen Arbeit von Senioren umfassen die Erstellung des Magazins sowie die Mitarbeit in der Rabattekampagne. Beide Möglichkeiten wurden den Senioren während der Trainings vorgestellt und die Senioren durften sich aussuchen, welcher Tätigkeit sie im praktischen Teil nachgehen möchten.

### ENTWICKLUNG DES MAGAZINS „THE EUROPEAN SENIOR VOICE“

Es gibt verschiedene Rollen, die die Senioren bei der Erstellung des Magazins einnehmen können. Einige der Rollen haben direkt mit Journalismus zu tun, andere sind eher organisatorischer Natur.

Die Senioren können zum Chefredakteur werden, zum Herausgeber, Ressortleiter, Redakteur, Experten, Korrespondenten, Anzeigenverkäufer, Verwaltungskraft oder PR-Spezialisten.

Die Senioren waren aufgefordert, eigene Artikel zu schreiben, interessantes Material zusammenzutragen oder nach möglichen Anzeigenkunden zu suchen. Die Themen wurden an die Interessen von Senioren gelehnt, u.a. gab es die Bereiche Gesundheit, Kultur, das öffentliche Leben, Alltag eines Seniors, Recht und Gesetz, Tourismus, etc. Die Inhalte trafen nicht nur den Nerv der Senioren, sondern zeugten von einem aktiven Lebensstil der Älteren.

Während der Mitarbeit am Magazin verbesserten die Senioren Fähigkeiten wie Kommunikation, Teamwork, Schreiben in der Muttersprache, Organisation und viele mehr. Darüber hinaus wurde ihr Selbstbewusstsein durch ihre geleistete Arbeit gestärkt.



## DIE REALISIERUNG DER RABATTKARTENKAMPAGNE

Die europäische Variante der Seniorenrabattkarte soll Senioren in möglichst vielen Lokalen und Geschäften Rabatte verschaffen. Hauptziel der Kampagne ist es daher, Firmen zu finden, die teilnehmen möchten. Während der Kampagne haben die Senioren mit Firmenvertretern gesprochen und das Konzept der Karte präsentiert. Da die Konditionen in den verschiedenen Ländern unterschiedlich waren, verlief die Implementierung nicht einheitlich. Zudem haben die Senioren in den einzelnen Ländern andere Bedürfnisse oder Schwerpunkte, was sich natürlich auf die Kampagne auswirkte.

Hauptschritte der Kampagne waren:

- Einbindung der Senioren bei der Promotion der Karte in Firmen und Lokalen,
- Anwerbung von lokalen Autoritäten, die die Kampagne unterstützen.

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollten so viele Parteien wie möglich an Bord geholt werden. Während der Kampagnenarbeit lernten die Senioren zu verhandeln, zu präsentieren und zu überzeugen. Senioren, die die Karte beantragen, können nicht nur bares Geld sparen, sondern auch ihre mathematischen Fähigkeiten verbessern.



## DAS BILDENDE BRETTSPIEL

Das Brettspiel ist ein Hilfsmittel, mit dem Senioren spielerisch und unterhalten weitere Kenntnisse erlangen und in der Gruppe Zeit verbringen sollen. Das Spiel ist wie weiterführendes Trainingsmaterial zu sehen, welches durch Aktivität Wissen vermittelt.

Der Spieler arbeitet als Journalist und muss sich Aufgaben des alltäglichen Lebens stellen. Spielerisch verbessern die Senioren so Fähigkeiten wie Kommunikation, Entscheidungs- und Risikofreude, mathematische Fähigkeiten und erlangen Wissen auf dem Gebiet der Geografie. Dieses Spiel soll unter anderem in Senioreneinrichtungen gespielt werden.

Every player took the role of a journalist in press office and had to cope with various challenges arising during everyday work situations.

Through playing the game seniors involuntarily learned and practiced various skills, such as communication skills, decision making and risk taking, mathematic skills – calculating and increasing knowledge on geography (countries, cities and important places).

Seniors could play such game during their visits in senior clubs of other organisations gathering them informally.



## BEWÄHRTE VERFAHREN UND GELERNT LEKTIONEN – DIE IMPLEMENTIERUNG DES **SASME**-PROJEKTS



**PILOTTRAINING:  
ARTIKEL SCHREIBEN**

DATUM/ZEITRAUM	01.03.18
NAME DER AKTIVITÄT	Pilottraining: Artikel schreiben
LAND	Litauen
ORGANISATION	Social Innovation Fund (SIF)
ZIELE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senioren ermutigen, Artikel zu schreiben und diese im Magazin zu veröffentlichen,</li> <li>- Senioren mit der Rolle von Sozialen Medien und den damit verbundenen ethischen Prinzipien bekanntmachen,</li> <li>- Senioren über die Manipulationstechniken von Medien informieren,</li> <li>- Senioren informieren über die Erstellung, das Management und die Finanzierung eines Magazins,</li> <li>- Senioren die Rolle von Bürgermedien und sozialem Engagement bewußt machen.</li> </ul>
TEILNEHMER	Senioren ab 50
ANZAHL DER TEILNEHMER DER ZIELGRUPPE	Ca. 15
ANZAHL INVOLVIERTER EXPERTEN UND IHRE ROLLE	<p>In der Weiterbildung des SIF Tätige</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Präsentation und Demonstration des SASME-Projekts auf Social Media,</li> <li>- Präsentation der Videos, die im Rahmen des Projekts entstanden sind,</li> <li>- Moderation der Diskussion, die aus den Videoinhalten entsteht.</li> </ul>

**KURZBESCHREIBUNG DES EVENTS, DER METHODE, ETC.** Die Senioren sollten lernen, wie man einen Artikel schreibt. Kurzvideos, die ebenfalls im Rahmen des Projekts entstanden waren, weckten die Neugier der Teilnehmer. Sie motivierten sie, eigene Artikel zu schreiben. Die Senioren schauten die folgenden Videos: Die Rolle der Bürgermedien, Ethik in Medien, Basisregeln der Medienarbeit für Senioren.

**AUSWIRKUNGEN AUF DIE ZIELGRUPPE** Zwei Gruppen wurden dazu aufgefordert, die Videos zu sichten und anschließend über die Inhalte mit Unterstützung des Anleiters zu diskutieren. Die Ergebnisse der Diskussionen zeigen, dass die Videos und Themen sehr interessant für die Senioren waren. Sie waren sich einig, dass das Schreiben von Artikeln Selbstdisziplin und kritisches Denken erfordert. Besonders interessierte die Teilnehmer das Thema „Manipulation in den Medien“, weil es das tägliche Leben beeinflusst. Die Senioren waren sicher, dass das Schreiben von Artikeln Stereotypen bekämpfen wird, die weit verbreitet sind in Litauen. Artikel seien ein Mittel, dass Auswirkungen hat auf die lokale Umgebung, die Gesellschaft und Autoritäten. Drei Senioren beschlossen, Artikel für das Magazin zu schreiben.

**STÄRKEN** Der Einbezug von Videos machte das Training attraktiver. Die Einteilung des Materials in kleinere Einheiten erleichterte den Senioren das Lernen. Die Diskussionen nach den Filmen banden die Teilnehmer ein und motivierten zur Teilnahme. Außerdem konnten an dieser Stelle Unklarheiten geklärt werden.

**AUFGETRETENE HÜRDEN/ HINDERNISSE** Die Teilnehmer haben nur drei Videos schauen können, weil sie das Schauen müde gemacht hat. Wir empfehlen, die Informationen in kleineren Dosen zu vermitteln. So bleibt die Aufmerksamkeit und Freude an der Diskussion erhalten.

**PLUS UND MINUS DES VERFAHRENS**

<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Filme sind das beste Lehrmaterial, weil sie die Informationen visualisieren. Das wird von Senioren bevorzugt.</li> <li>+ Die folgenden Diskussionen geben direktes Feedback der Senioren: ihre Meinung, Erfahrungen, Zustimmung oder Ablehnung der Filminhalte.</li> <li>+ Die Filme und die anschließenden Diskussionen ermutigen Senioren, eigene Artikel zu schreiben.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Diskussionen im Anschluss brauchen Zeit und es erfordert ein professionelles Zeitmanagement seitens der Durchführenden.</li> </ul>
---	---

## MAN IST NIE ZU ALT

### ERFAHRUNGEN AUS RUMÄNIEN



DATUM/ZEITRAUM	19.04.18
NAME DER AKTIVITÄT	Es ist nie zu spät, etwas Neues zu lernen!
LAND	Rumänien
ORGANISATION	Zentrum für Lebenslanges Lernen, Timisoara Seniorenvereinigung, Timisoara
ZIELE	- Zeit zusammen verbringen – etwas neues lernen und Spaß dabei haben, - Senioren das Spiel vorstellen.
ZIELGRUPPE	Senioren
ANZAHL DER TEILNEHMER DER ZIELGRUPPE	9 Senioren
ANZAHL INVOLVIERTER EXPERTEN UND IHRE ROLLE	2 Mitarbeiter des CPIP waren anwesend, um den Senioren das Spiel zu erklären und die Senioren zu ermutigen, es selbst auszuprobieren.

**KURZBESCHREIBUNG DES EVENTS/ METHODE/ETC.** Die Aktivität dauerte einen halben Tag. Senioren sollten das Spiel kennenlernen, ausprobieren und Spaß haben.  
Zwei Experten des CPIP erklärten zwei Gruppen von Senioren das Spiel. Fragen wurden geklärt, dann wurde gespielt.  
Der Wille zu gewinnen wurde geweckt. Die Atmosphäre war entspannt, es wurde viel gelacht.

**AUSWIRKUNGEN AUF DIE ZIELGRUPPE** Den Senioren hat es soviel Spaß gemacht, dass sie das Spiel bald wieder spielen wollen.

**STÄRKEN**

- Die Stimmung war gelöst, da sich die Senioren bereits kannten.
- Die Senioren waren sehr offen, etwas neues zu lernen.

**AUFGETRETENE HÜRDEN/ HINDERNISSE** Einige Senioren verstanden die Regeln schneller als andere.

**AUSWIRKUNGEN** Es wurde bewiesen, dass es nie zu spät ist, etwas Neues zu lernen.

**PERSÖNLICHE EVALUATION DER EXPERTEN UND TEILNEHMER** TDas Spiel repräsentiert eine gute Alternative der Wissensvermittlung, kombiniert mit Unterhaltung. Es ist eine gute Möglichkeit, Menschen zusammenzubringen, sie selbst aktiv werden zu lassen und ihre Fähigkeiten im mathematischen Bereich, der Kommunikation und des Verhandlungsgeschicks zu verbessern.

„Das Spiel macht Spaß und ist leicht zu verstehen“. (Nicu Vlad)

**PLUS UND MINUS DES VERFAHRENS**

- + Den Senioren hat es Gefallen, selbst aktiv sein zu können und dabei etwas zu lernen.
- Das Spiel nimmt mehr Zeit in Anspruch als erwartet.

## SENIORENTAG IM BÜRGERHAUS BENNOHAUS

MULTIPLIER EVENT IM  
RAHMEN DES  
SASME-PROGRAMMS  
(EIN GUTES BEISPIEL  
FÜR DIE  
IMPLEMENTIERUNG)



DATUM/ZEITRAUM	28.05.18
NAME DER AKTIVITÄT	Multiplier Event – Seniorentag im Bennohaus
LAND	Münster, Deutschland
ORGANISATION	Arbeitskreis Ostviertel e.V. (Bürgerhaus Bennohaus)
ZIELE	Information von Senioren über das SASME-Programm. Verteilung des Magazins und des Brettspiels
TEILNEHMER	Organisationen der Seniorenarbeit, Senioren
ANZAHL DER TEILNEHMER DER ZIELGRUPPE	Ca. 100
ANZAHL INVOLVIERTER EXPERTEN UND IHRE ROLLE	Daria Jaranowska – Internationale Projektarbeit Bürgerhaus Bennohaus, Arndt Selders – Internationale Projektarbeit Bürgerhaus Bennohaus, Sevâl Kocamann – Erwachsenenbildung, Bürgerhaus Bennohaus, Daniela Elsner – Öffentlichkeitsarbeit Bürgerhaus Bennohaus, Uwe Hasenkox – Leiter der Seniorenradiogruppe „Die Herbstzeitlosen“ im Bürgerhaus Bennohaus, Bärbel Elstrodt - Leiterin der Bürgerfernsehredaktionsgruppe „Seniorama“ im Bürgerhaus Bennohaus.
KURZBESCHREIBUNG DES EVENTS, DER METHODE, ETC.	Um Senioren und Organisationen für das Programm zu gewinnen beschlossen wir, es in ein größeres Event einzubetten. Wir kombinierten die Präsentation mit Bühnenprogramm und verschiedenen Infoständen lokaler Seniorenorganisationen. Am Anfang performte ein benachbarter

Seniorenchor auf der Bühne, gefolgt von der Seniorentanzgruppe des Bennohauses. Dies zeigte, dass Senioren auch im Alter ihrem Hobby nachgehen sollten, um aktiv zu bleiben. Darüber hinaus gab es Präsentationen der Senioren-TV-Gruppe und der Senioren-Radiogruppe des Bennohauses. Dies war die Einleitung zu Präsentation von SASME. Das Handbuch und das Magazin waren gute Beispiele von Medienarbeit von Senioren. Auch wurden die Rabattkartenkampagne und das Brettspiel vorgestellt. Nach dem offiziellen Bühnenteil hatten die Organisationen die Chance, sich und ihre Arbeit zu präsentieren. Jede Organisation hatte einen Stand, an dem sie Interessierte beraten konnte und Infomaterial bereitlag. Der Tag war in einer seniorenfreundlichen Atmosphäre mit Kaffeepausen organisiert worden.

**AUSWIRKUNGEN  
AUF DIE ZIELGRUPPE** Die Teilnehmer und Organisationen waren sehr an dem Programm interessiert. Viele Organisationen orderten Magazine nach. Auch das Brettspiel fand großen Anklang bei den Organisationen. Für die Teilnehmer war es außerdem eine tolle Erfahrung, selbst auf der Bühne zu stehen und mit anderen Senioren in den aktiven Austausch zu treten.

**STÄRKEN** Informativ, offen für andere Organisationen, die sich ebenfalls präsentieren konnten, Einbindung der Senioren (Bühnenauftritte), erhältliches Infomaterial (Flyer und das Magazin).

**AUFGETRETENE  
HÜRDEN/HINDERNISSE** Einige Teile der Veranstaltung, unter anderem einige Präsentationen, waren zu lang.

**AUSWIRKUNGEN** 15 Seniorenorganisationen kamen zu dem Event. Jede Organisation erhielt das Brettspiel und weiterführende Informationsmaterialien zum Projekt. Alle Besucher/Teilnehmer erhielten das Magazin. Rund 100 Besucher waren insgesamt gekommen, um sich über das Projekt zu informieren. Mit einigen Organisationen ist eine weitere Zusammenarbeit geplant.

**PERSÖNLICHE  
EVALUATION DER  
EXPERTEN UND  
TEILNEHMER** Das SASME-Programm ist eine gute Methode, Senioren zu aktivieren. Die positive Resonanz auf das Magazin bestärkt uns in dem Glauben, damit etwas Gutes getan und für die Senioren etwas erreicht zu haben.

**PLUS UND MINUS  
DES VERFAHRENS**

+ Wir konnten Senioren über das Projekt informieren..	- Warmer Tag ohne Klimaanlage
+ Wir konnten Senioren über verschiedene Organisationen informieren, an die sie sich wenden können.	- Einige Präsentationen waren zu lang
+ Es fand ein Ideenaustausch statt.	
+ Es fanden Aktivitäten statt.	

**VERFAHREN:  
SENIOR CARD  
(DIE EUROPÄISCHE  
SENIOREN-KARTE)**



<b>NAME DER AKTIVITÄT</b>	Die European Senior Card – die europäische Rabattkarte für Senioren
<b>LAND</b>	Polen
<b>ORGANISATION</b>	MANKO
<b>ZIELE</b>	Soziale Aktivierung und Weiterbildung von Senioren ab 60. Implementierung der Idee, sich ehrenamtlich zu engagieren.
<b>TEILNEHMER</b>	Senioren ab 60, Firmen, lokale Autoritäten
<b>ANZAHL DER TEILNEHMER DER ZIELGRUPPE</b>	Über 190 000 Senioren haben die Rabattkarte seit ihrer Einführung in Polen erhalten. Über 1400 Firmen sind beteiligt, 15 Firmen sind seit Dezember 2018 dazugekommen, über 100 Gemeinden sind in das Programm eingestiegen und erhielten den Status der „Seniorenfreundlichen Gemeinde“.
<b>ANZAHL INVOLVIERTER EXPERTEN UND IHRE ROLLE</b>	Ewelina Florczak, Łukasz Salwarowski, beide Management der MANKO, Promoter des Senior-Card-Programms, Marek Pilch, Verantwortlicher für die Eventorganisation, Promoter der Senior-Card, verhandelt mit Firmen, kümmert sich um die Öffentlichkeitsarbeit, Joanna Talar, verantwortlich für die Verbreitung der Karte sowie die Zusendung an Senioren, administrative Tätigkeiten
<b>KURZBESCHREIBUNG DES EVENTS, DER METHODE, ETC.</b>	Die europäische Variante der Seniorenkarte war von der polnischen Version inspiriert worden, die 2014 im Rahmen einer Kampagne von der MANKO ins Leben gerufen worden war. Sie ermutigt Gemeinden, Organisationen und Firmen, zu wirtschaften und etwas für Senioren zu tun.

Die Karte erhalten alle Senioren ab 60, die den Antrag an einer der zahlreichen Stellen ausfüllen. Firmen können die Rabatte seniorenfreundlich gestalten. Inhaber der Karte können besser haushalten, Geld sparen und durch bestimmte Aktivitäten, die rabattiert angeboten werden, aktiver am Leben teilnehmen.

<b>EVALUATION</b>	Der Erfolg der Karte wird an den folgenden Indikatoren gemessen: - Anzahl der Besitzer der Karte - Anzahl teilnehmender Firmen - Anzahl teilnehmender Gemeinden (Seniorenfreundliche Gemeinden) - Anzahl ehrenamtlich involvierter Teilnehmer (Magazin und Kartenkampagne)
<b>STÄRKEN</b>	Die Stärken und Vorteile des Kartenprogramms sind multidimensional: Senioren profitieren von Rabatten, sie nehmen aktiver am Leben teil, sie können sich ehrenamtlich engagieren. Firmen profitieren davon, eine wachsende Zielgruppe besser zu erreichen, sie werben für ihre Produkte, sie kreieren ein positives Image einer seniorenfreundlichen Umgebung. Gemeinden profitieren von dem Image einer seniorenfreundlichen Gemeinde und haben aktivere Bürger zu verzeichnen
<b>AUFGETRETENE HÜRDEN/ HINDERNISSE</b>	Es ist nicht so einfach, die Zielgruppe zu erreichen und zu überzeugen. Es erfordert gut geplante Maßnahmen, um alle drei Zielgruppen zu erreichen.
<b>AUSWIRKUNGEN</b>	Lokale Geschäftsmänner und -frauen können sich wirtschaftlich höher positionieren. Dies gilt nicht nur auf nationalem, sondern auch auf internationalem Level, wenn sie an der europäischen Kampagne teilnehmen.
<b>PERSÖNLICHE EVALUATION DER EXPERTEN UND TEILNEHMER</b>	Die europäische Karte ist eine Variation der nationalen Karte, so können Karteninhaber in allen teilnehmenden Ländern Rabatte erhalten. Während der Projektphase wurde die Karte in den teilnehmenden Ländern mit unterschiedlichen Ergebnissen eingeführt. In Polen, wo die nationale Version der Karte bereits bekannt war, war es natürlich etwas einfacher. Für die Länder Litauen, Rumänien und Deutschland war die Einführung etwas schwieriger, aber man bemühte sich intensiv, die Projektziele zu erreichen. In Münster konnte die Karte nicht etabliert werden, weil es bereits zahlreiche Rabattangebote und spezielle Maßnahmen für Senioren gibt. Dafür konnte die Karte in einer anderen deutschen Region etabliert werden.

## BEWÄHRTES VERFAHREN: DIE VERBREITUNG DES BRETTSPIELS



NAME DER AKTIVITÄT	Implementierung des Brettspiels
LAND	Litauen
ORGANISATION	Social Innovation Fund (SIF)
ZIELE	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Piloterprobung des Brettspiels mit Senioren,</li> <li>- Einführung der Regeln und Prinzipien, Vorstellung der Initiatoren,</li> <li>- Bekanntgabe der Vorteile für die Spieler und teilnehmende Organisationen,</li> <li>- Alternative Wege der Implementierung.</li> </ul>
TEILNEHMER	Senioren, die an SIF-Aktivitäten und Treffen teilnehmen.
ANZAHL DER TEILNEHMER DER ZIELGRUPPE	14 (2 Gruppen)
ANZAHL INVOLVIERTER EXPERTEN UND IHRE ROLLE	Experten des SIF. Aufgaben: Einführung des Spiels, Beratung, Motivation der Teilnehmer, Evaluation der Pilotmaßnahme.
KURZBESCHREIBUNG DES EVENTS, DER METHODE, ETC.	<p>14 Senioren spielten das Spiel in zwei Gruppen. Der Prozess bestand aus drei Schritten: Einleitung, Implementierung und die Zusammenfassung der Ergebnisse.</p> <p>Wir wurden mit dem Problem konfrontiert, dass es für die Senioren schwierig war, sich alle Regeln zu merken. Daher wurden die Regeln vereinfacht.</p> <p>Die Einleitung bestand aus drei Teilen/kurzen Aufgaben: „Erzähle deine Geschichte“, wo Senioren über eigene Erfahrungen, zum Beispiel die Reise in eine bestimmte Stadt, berichten (3-5 Min. pro Teilnehmer); „Wo willst du hin?“, wo die Teilnehmer erzählen sollen, welche Stadt in Europa sie gerne besichtigen möchten und warum (3-5 Min. pro Teilnehmer); „Was</p>

weißt du über die Stadt?“, wo die Teilnehmer in zwei Gruppen geteilt werden und die gleiche Anzahl an Tokens sammeln müssen mit verschiedenen Städten.

AUSWIRKUNGEN AUF DIE ZIELGRUPPE	<p>„Erzähle deine Geschichte“ war ein gutes Mittel, die Sozialisierung der Senioren voranzutreiben. Dass sie ihre Erfahrungen miteinander teilen konnten, wirkte dem Gefühl von Einsamkeit entgegen.</p> <p>„Wo willst du hin?“ – Senioren fühlten sich wertvoll, aktiv und einflussreich, weil sie andere aktivieren sollten und von den Traumplätzen überzeugen konnten.</p> <p>„Was weißt du über die Stadt?“ - auch hier konnte Gefühlen des Alleinseins entgegenwirkt werden, das Gehirn wurde durch Brainstorming aktiviert, wobei die Senioren ihren Gedanken freien Lauf lassen konnten. Zudem erfuhren sie mehr über andere Städte und erlangten so neues Wissen. Einige der Teilnehmer waren in der Lage, neue Informationen im Internet zu suchen und sie dann mit dem Team zu teilen.</p>		
STÄRKEN	Erwachsene Lerner mögen es, ihre Gedanken mündlich auszudrücken, frei redend oder in Form von kleinen Präsentationen. Daher war es gut, freie Redeanteile in den Spielprozess einzubeziehen. Die vereinfachten Regeln und die Adaption von lokalem Inhalt machten es leichter, das Spiel zu vermitteln.		
AUFGETRETENE HÜRDEN HINDERNISSE	Einige der Teilnehmer waren nie in den betreffenden Ländern, jedoch konnten sie dann das Land ändern, um über ihre Erfahrungen zu berichten.		
AUSWIRKUNGEN	15 Seniorenorganisationen nahmen teil. Jede erhielt das Brettspiel. Jede Organisation konnte ihr Infomaterial verteilen, zusätzlich wurde das Magazin ausgegeben. Rund 100 Besucher konnten über SASME informiert werden und bekamen einen Infolyer zum Programm. Mit einigen Organisationen ist eine weitere Kooperation geplant.		
PLUS UND MINUS DES VERFAHRENS	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Das Lernen basiert auf dem direkten Lebensumfeld der Senioren.</li> <li>+ Entgegenwirken von Einsamkeit und Exklusion.</li> <li>+ Neues Wissen über Europa und selbst mitgeteilte Erfahrungen der Senioren.</li> <li>+ Den Wunsch zu reisen wecken.</li> </ul> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Spiel muss an die direkte Lebenswelt der Teilnehmer angepasst werden / lokaler Kontext</li> <li>- Das Spiel benötigt mehr Zeit als zu Beginn angenommen</li> </ul> </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Das Lernen basiert auf dem direkten Lebensumfeld der Senioren.</li> <li>+ Entgegenwirken von Einsamkeit und Exklusion.</li> <li>+ Neues Wissen über Europa und selbst mitgeteilte Erfahrungen der Senioren.</li> <li>+ Den Wunsch zu reisen wecken.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Spiel muss an die direkte Lebenswelt der Teilnehmer angepasst werden / lokaler Kontext</li> <li>- Das Spiel benötigt mehr Zeit als zu Beginn angenommen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Das Lernen basiert auf dem direkten Lebensumfeld der Senioren.</li> <li>+ Entgegenwirken von Einsamkeit und Exklusion.</li> <li>+ Neues Wissen über Europa und selbst mitgeteilte Erfahrungen der Senioren.</li> <li>+ Den Wunsch zu reisen wecken.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Spiel muss an die direkte Lebenswelt der Teilnehmer angepasst werden / lokaler Kontext</li> <li>- Das Spiel benötigt mehr Zeit als zu Beginn angenommen</li> </ul>		

## BEWÄHRTES VERFAHREN: DIE VERBREITUNG DES BRETTSPIELS



DATUM/ZEITRAUM	Februar/März 2018
NAME DER AKTIVITÄT	Präsentation des Brettspiels
LAND	Polen
ORGANISATION	Polish Board Games (PGP) (deutsch: Polnische Brettspiele)
ZIELE	Präsentation des Brettspiels „Auf dem Weg – fliegende Reporter“ (Regeln, Vorteile und Möglichkeiten).
TEILNEHMER	Senioren, Seniorenorganisationen, Bürgermedien
ANZAHL DER TEILNEHMER DER ZIELGRUPPE	Ca. 50
ANZAHL INVOLVIERTER EXPERTEN UND IHRE ROLLE	Bürgermedien und Organisationen für Senioren waren anwesend, interviewten Senioren und Partner des Projekts (PBG und MANKO).
KURZBESCHREIBUNG DES EVENTS, DER METHODE, ETC.	Senioren, Organisationen und Bürgermedien waren zu diesem Event eingeladen worden. An 5 Tischen waren Spiele aufgebaut für je 4 Spieler. Zudem gab es einen Experten pro Tisch, der die Regeln kannte und die Senioren animieren sollte. Es wurde so lange geübt, bis die Senioren das Spiel alleine spielen konnten. Die Teilnehmer wurden dabei von den Organisatoren des Projekts beobachtet und begleitet.

### EVALUATION

Das Event war sehr wichtig, weil es uns Methoden aufzeigte, wie man am besten mit Senioren arbeitet und zudem zeigte, wie wir das Spiel noch verbessern können. Die Bürgermedien beschrieben das Spiel später als ein interessantes und innovatives Mittel, um Senioren zu aktivieren. Die teilnehmenden Senioren waren begeistert, neugierig und lernwillig.

### STÄRKEN

Als Ergebnis konnten wir mehr erfahren über die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe.  
Das Event zeigte uns, dass das Brettspiel eine gute Methode ist und Wissenserwerb, Unterhaltung und Integration kombiniert.  
Weiterhin werden Emotionen aktiviert und das Gedächtnis trainiert.

### AUFGETRETENE HÜRDEN/ HINDERNISSE

Das Brettspiel ist ein innovativer Vorschlag, Senioren zu aktivieren. Dennoch muss bei dem Spiel immer jemand dabei sein, der die Gruppe animiert, aus sich herauszukommen. Außerdem kennt er die Regeln und stellt sicher, dass die Regeln von den Senioren verstanden werden.

### AUSWIRKUNGEN

Gutes Mittel, Senioren zu aktivieren. Es erregt Aufmerksamkeit und gibt Teilnehmern die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten auszubauen.

### PERSÖNLICHE EVALUATION DER EXPERTEN UND TEILNEHMER

Die SASME-Produkte treffen den Nerv der Zielgruppe.  
Sie vermitteln Wissen, aktivieren Emotionen und fördern die Integration.  
Bei der Implementierung der einzelnen Mittel und Methoden haben wir wertvolle Tipps bekommen und uns an die Lösung von Problemen begeben.



## ZUSAMMENFASSUNG

Mit diesem Handbuch möchten wir Sie motivieren, neue Wege der Motivation von Senioren in Ihrem Land zu gehen! Lassen Sie unser Handbuch ein Leitfaden für Sie und Ihre Organisation sein und trauen Sie sich!

Während der Implementierungsphase mussten wir viele Hindernisse überwinden, aber wir haben viel gelernt. Wir hoffen, dass unsere Arbeit Sie inspiriert, den neuen Ansatz zu nutzen, um sozialer Exklusion entgegenzuwirken. Für mehr Informationen über die Implementierung, zögern Sie nicht, die Partner in den Partnerländern zu kontaktieren!

**DANKE!**