

Bericht zur Aufklärungskampagne „Leben bis zuletzt“

Inhaltsverzeichnis

1. ZIELE DER KAMPAGNE	1
2. PLAKAT- UND ANZEIGENSERIE	3
A. ENTWICKLUNG	3
B. ANZEIGENSCHALTUNG	3
C. PLAKATIERUNG	7
D. WEBTOOL	8
3. SARGGESCHICHTEN	10
4. UNTERRICHTSKONZEPT ZUM THEMENKOMPLEX STERBEN, „STERBEHILFE“, HOSPIZARBEIT UND PALLIATIVVERSORGUNG	14
5. RATGEBER HOSPIZARBEIT UND PALLIATIVVERSORGUNG	17
6. ARBEITSHILFE AN MULTIPLIKATOREN	19
A. ABGABE VON INFORMATIONSPAKETEN ALS ARBEITSHILFE AN MULTIPLIKATOREN, FÜR TRÄGER NIEDRIGSCHWELLIGER ANGEBOTE, FÜR DEMENTIELL ERKRANKTE SOWIE FÜR AMBULANTE UND STATIONÄRE PFLEGEINRICHTUNGEN	19
B. NEUAUFLAGE „HOSPIZARBEIT UND PALLIATIVVERSORGUNG FÜR KINDER, JUGENDLICHE UND JUNGE ERWACHSENE IN HESSEN“	20
C. FLYER GESPRÄCHSHILFE „DIE ZUKUNFT PLANEN: WISSENSWERTES ÜBER DEMENZ UND DIE PFLEGE AM LEBENSENDE“	21
D. WEBSITE WWW.PATIENTENWUERDE.DE	22
7. DIE PFLEGETIPPS – PALLIATIVE CARE	23
8. ERGEBNISSE UND AUSBLICK	25

Bericht zur Aufklärungskampagne „Leben bis zuletzt“

1. Ziele der Kampagne

Im Zeitraum vom 30. August 2016 bis zum 31. Dezember 2016 führte die Deutsche PalliativStiftung (DPS) die Kampagne „Leben bis zuletzt“ durch. Diese hessenweite Aufklärungskampagne zum Thema Hospizarbeit und Palliativversorgung wurde vom Hessischen Ministerium für Soziales und Integration (HMSI) gefördert. Ziel der Kampagne war es, **die allgemeine Bevölkerung des Bundeslands Hessens für die Themen Sterben, Tod und Trauer zu sensibilisieren sowie über die Versorgungsmöglichkeiten und die Möglichkeiten der Leidenslinderung am Lebensende zu informieren.**

Insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen „Sterbehilfe“ – Diskussion muss sich jeder eine eigene Meinung zu diesem Thema bilden können. Dies ist nur dann adäquat möglich, wenn eine angemessene Aufklärung zu Grunde liegt. Notwendige Hilfeangebote sind weiterhin zu wenig bekannt, um vorhandene Hilfen für Patienten in Not und auch mit Todeswunsch konkret verfügbar zu machen.

Des Weiteren besteht aktuell noch kein allgemeiner Zugang zu Informationen, um ein würdevolles Lebensende zu ermöglichen. Ausreichende und angemessene Informationen sind aber der einzig richtige Weg, um Patienten sowie ihren An- und Zugehörigen viel Leid zu ersparen und sie frühzeitig in angemessene Versorgung zu bringen.

Die Themen Tod und Sterben sind nach wie vor Tabuthemen, mit denen sich die meisten Menschen erst dann beschäftigen, wenn ihr familiäres Umfeld oder ihr Bekanntenkreis betroffen ist. Leider ist in diesen Situationen die Zeit meist knapp, die Überforderung groß und es für Manches schon zu spät. Deshalb ist es unbedingt erforderlich, die Themen in die Mitte unserer Gesellschaft zu holen und die Menschen

dazu anzuhalten, sich frühzeitig über ihre persönlichen Wünsche für ihr Lebensende Gedanken zu machen und Vorsorge zu treffen.

Die Aufklärungskampagne „Leben bis zuletzt“ setzte sich aus verschiedenen Teilprojekten zusammen, welche im Folgenden detailliert beschrieben werden.

2. Plakat- und Anzeigenserie

a. Entwicklung

Die Plakat- und Anzeigenserie hat die DPS in Zusammenarbeit mit der Ideen- und Werbeagentur die SCHOENE AUSSICHT (<http://www.schoeneaussicht.net>) mit Sitz in Fulda entwickelt.

b. Anzeigenschaltung

Die Themen Sterben, Tod und Trauer sind unangenehme Themen, mit denen sich nichtbetroffene Menschen in ihrem Alltag ungern auseinandersetzen wollen. Um dennoch die Aufmerksamkeit möglichst vieler Menschen gewinnen zu können, bedarf es einer umso auffälligeren Anzeigenkampagne. Aus diesem Grund hat die DPS in insgesamt neun überregionalen und regionalen Zeitungen in einem Zeitraum von sechs Wochen wöchentlich eine einseitige Anzeige geschaltet.

In der FAZ mit der Rhein-Main-Zeitung, in der Frankfurter Rundschau, in der Frankfurter Neuen Presse, im Höchster Kreisblatt, in der Taunus Zeitung, in der Nassauischen Neuen Presse und in der Fuldaer Zeitung schaltete die DPS im Zeitraum vom 22. Oktober 2016 bis zum 26. November 2016 jeden Samstag eine Anzeige. Im Vogelsberger Wochen-Bote wurde ab dem 19. Oktober jeden Mittwoch eine Anzeige veröffentlicht und in der Rodgauer Zeitung ab dem 20. Oktober immer donnerstags. Dabei wurden im Wechsel insgesamt drei verschiedene Anzeigenmotive verwendet. Das Hintergrundbild blieb erhalten, um einen Wiedererkennungswert zu garantieren. Es variierten jeweils die folgenden drei Leitsätze.

Motiv 1: „Dem Leben mehr Tage geben und den Tagen mehr Leben“



Der Satz „Dem Leben mehr Tage geben und den Tagen mehr Leben geben“ ist an ein Zitat von Cicely Saunders angelehnt. Die Begründerin der modernen Hospizbewegung und Palliativmedizin sagte: „Es geht nicht darum, dem Leben mehr Tage zu geben, sondern den Tagen mehr Leben.“ Ihre damalige Aussage wurde modifiziert, um zu verdeutlichen, dass der Erhalt der Lebensqualität eines schwerkranken Menschen nicht unmittelbar lebensverkürzend ist. Eine umfassende hospizlich-palliative Versorgung zielt darauf ab, das Leben des schwerkranken Menschen zu verlängern und dabei vor allem die Lebensqualität des Patienten zu erhalten.

Motiv 2: „Rechtzeitig palliativ denken“



Meistens kommen die Themen Tod und Sterben erst dann mit ganzer Wucht in unser Leben, wenn wir selbst oder jemand in unserem Bekanntenkreis mit einer schweren Krankheit konfrontiert werden. Auf einmal tauchen viele Fragen auf wie: Was ist jetzt zu tun? Oder: welche Möglichkeiten gibt es überhaupt, in dieser Situation begleitet zu werden oder selbst zu begleiten? Leider ist in solchen Situationen die Zeit meist knapp und die Überforderung groß. Mit dem Satz „Rechtzeitig palliativ denken“ sollen die Leser angehalten werden, sich über ihre persönlichen Wünsche am Lebensende Gedanken zu machen und Vorsorge zu treffen.

Motiv 3: „Leben bis zuletzt“



Ein Großteil der Gesellschaft hat aus Angst vor Pflegebedürftigkeit, Abhängigkeit und Schmerzen Angst vorm Sterben. Ein Grund dafür ist, dass viele Menschen nicht oder nicht ausreichend über die palliativen Versorgungsmöglichkeiten am Lebensende informiert sind und daher nicht wissen, dass mit einer umfassenden palliativen Versorgung ein Leben bis zuletzt möglich ist. Auch gilt es schwerstkranken und sterbenden Menschen aufzuzeigen, was sie in ihrem Leben noch erleben können, anstatt zu fokussieren, was nicht mehr möglich ist.

Zusätzlich hat die DPS eine zweiseitige **Anzeige in der BILD Sonderausgabe „70 Jahre Hessen“** geschaltet. Diese wurde am 23. November 2016 als Beilage in der BILD Ausgabe im Verbreitungsgebiet Hessen verkauft und am 26. November 2016 kostenfrei an die Haushalte hessischer Städte ab 100Tsd. Einwohner (darunter Kassel, Gießen, Hanau, Fulda, Darmstadt, Frankfurt, Offenbach und Wiesbaden) verteilt. Damit wurden ca. vier Millionen Einwohner von sechs Millionen Einwohner des Landes Hessen erreicht.



Für die erste Seite der zweiseitigen Anzeige hat die DPS das Anzeigenmotiv 1 ausgewählt. Auf der zweiten Seite wurde ein Advertorial platziert, welches zwei Projekte der DPS, die im Rahmen der Kampagne finanziell unterstützt wurden beinhaltet. Zum einen wurde über die Auszeichnung der Pflgetipps mit dem vdek-Zukunftspreis berichtet. Die Pflgetipps und ihre Übersetzungen wurden als herausragendes Praxisprojekt zum Thema „Alterung der Migrationsgeneration – Interkulturelle Versorgungskonzepte für eine sich verändernde Senioren generation“ ausgezeichnet. Dank der finanziellen Unterstützung des HMSI konnten die Pflgetipps in noch weitere Sprachen übersetzt werden und damit weiteren Menschen der Zugang zu zuverlässigen Informationen über die Versorgung von pflegebedürftigen sterbenden Menschen ermöglicht werden. Weitere Informationen zu den Pflgetipps sind unter *Punkt 7* zu finden. Im zweiten Bericht werden die „Sarggeschichten“ vorgestellt. In den Kurzfilmen beantworten Sarah Benz und ihr Team Fragen rund um das Thema Sterben, Tod und Trauer. Dieses Projekt wird unter *Punkt 3* umfassend beschrieben. Ein Belegexemplar der Anzeige befindet sich im Anhang.

ANZEIGE
ANZEIGE

DEUTSCHE PALLIATIVSTIFTUNG ERHÄLT VDEK-ZUKUNFTSPREIS 2016
„Alterung der Migrationsgeneration“

DEUTSCHE PALLIATIVSTIFTUNG
leben his zletzt!

Die Anzahl älterer Menschen mit Migrationshintergrund wächst. Prävention, Versorgung und Pflege stehen dabei vor der großen Herausforderung, auch auf interkulturelle Besonderheiten einzugehen. Aus diesem Grund zeichnete der Verband der Ersatzkassen (vdek) in diesem Jahr vier Projekte mit dem Zukunftspreis (vdek) aus, die praktische Lösungsansätze für diese Herausforderungen bieten und zeigen, wie Verständnis, Sprach- oder Zugangsbarrieren in der Zusammenarbeit mit Senioren mit Migrationshintergrund überwunden werden können. Eines der herausragenden Praxisprojekte zum Thema **„Alterung der Migrationsgeneration – Interkulturelle Versorgungskonzepte für eine sich verändernde Senioren generation“** stammt von der Deutschen PalliativStiftung (DPS). Die DPS erhielt Sonderpreis für ihre Broschüre **„Pflgetipps – Palliative Care“**, die aktuell schon in 14 Sprachen kostenlos zur Verfügung steht. Claudia Ackermann (letzte von links) ist die Vorsitzende der DPS. Sie ist in ihrem Büro zu Hause in seinem gewohnten Umfeld pflegen



Die Leiterin der vdek-Landesvertretung Hessen, Claudia Ackermann (Mitte von rechts), Vorstandsvorsitzende der DPS, Dr. Thomas Sitta (links von rechts) und seine Stellvertreterin Elke Hohmann (letzte von rechts) mit dem gesamten Büroteam bei der Verleihung des vdek-Zukunftspreises. (vdek, vdek und vdek)

Ziele der Deutschen PalliativStiftung

Experten aus der Praxis der Sterbegleichung (Medizin, Pflege, Seelsorge, Psychotherapie) gründeten im Jahr 2010 die Deutsche PalliativStiftung.

Hauptziel ist die optimale Versorgung und Verbesserung der ambulanten Hospizarbeit und Palliativversorgung in Deutschland. Die Beratung von Entscheidern und Fachleuten, Laien sowie Haupt- und Ehrenamtlichen in Verbänden und Institutionen ist als zentrale Lobbyarbeit ein weiteres Tätigkeitsfeld. Betroffenen und Angehörigen werden auf Wunsch geeignete Ansprechpartner vor Ort vermittelt.

Mit Öffentlichkeitsarbeit und verschiedenen Projekten wie dem Deutschen PalliativKalender sollen Werte der Gesellschaft für die Thematik zunehmend sensibilisiert und über Versorgungsmöglichkeiten informiert werden. Dazu tragen auch die im eigenen Verlag herausgegebenen lehrerverständlichen Muster zum Beispiel zu Patientenverfügungen sowie Bücher und Broschüren bei.

ein sensibles Thema. Umso wichtiger ist es, dass es die „Pflgetipps“ nicht nur auf Deutsch, sondern auch in vielen anderen Sprachen gibt. So erhalten auch Betroffene mit Migrationshintergrund verlässliche Informationen und können ihre letzte Lebensphase so gestalten, wie sie es sich wünschen.“

„Bis Ende des Jahres wird es die Pflgetipps in 22 Sprachen geben.“

Die „Pflgetipps“ enthalten das Rüstzeug für die Versorgung von pflegebedürftigen Menschen, die an einer nicht heilbaren Krankheit leiden. Die Broschüre richtet sich an Menschen, die einen Angehörigen zu Hause in seinem gewohnten Umfeld pflegen sowie an professionell Pflegenden. Sie bietet praktische Hilfe in schwerer Zeit und soll die Lebensqualität der Patienten verbessern. Für die stellvertretende Vorsitzende der DPS, Elke Hohmann, haben die Pflgetipps auch eine ganz persönliche Bedeutung: „Während ich meinen Vater in seiner letzten Lebensphase zu Hause begleiten durfte, hat mir diese Broschüre viel Sicherheit gegeben. Denn alle Fragen, die sich mir in den langen Nächten gestellt haben, wurden auf einfühlsame und verständliche Weise beantwortet.“

DIE PFLGETIPPS sind kostenlos bestellbar unter:
www.palliativstiftung.de/pflgetipps

STERBEN, TOD UND TRAUER
Sarggeschichten – Kurzfilme für Kinder, Jugendliche und Erwachsene

Sarah Benz ist u. a. Dipl. Sozialpädagogin, Notfallseelsorgerin, Trauerbegleiterin und sie produziert Kurzfilme, die sich um die Themen Sterben, Tod und Trauer drehen.

Eine ihrer Sarggeschichten trägt den Titel „Warum brauchen ich eine Vorsorgevollmacht?“ „Darin erzählt der Zuschauer, warum es für jeden wichtig ist, sich frühzeitig Gedanken über die persönlichen Wünsche für die letzte Phase des Lebens zu machen und Vorsorge zu treffen. Welcher Film beantwortet die Fragen „Was ist ein Hospiz?“ oder „Brauchst man zum Sterben einen Arzt?“

Ich möchte mit den Sarggeschichten Menschen Mut machen in sich zu hören, zu spüren was sie brauchen und dies dann auch durchzusetzen. So wird unsere Sterbe- und Trauerkultur lebendiger und bunter“, so Sarah Benz über ihre Motivation.




weniger verängstigt er uns. Die Sarggeschichten regen auf ganz andere Art und Weise die Zuschauer zum Nachdenken an“, sagt Dr. Thomas Sitta, Vorstandsvorsitzender der DPS.

Die Sarggeschichten werden sowohl von der Deutschen PalliativStiftung als auch dem Hessischen Ministerium für Soziales und Integration finanziell und inhaltlich unterstützt.

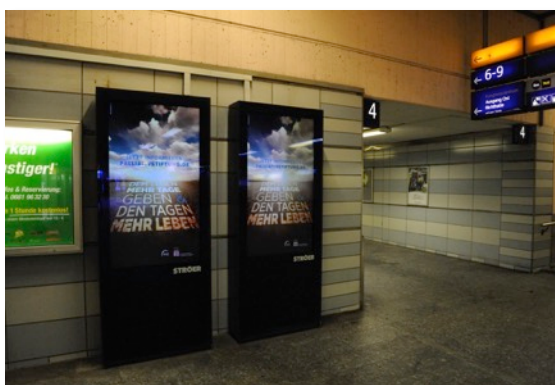
Zuschauer, die Fragen, Anregungen und/oder Themenwünsche haben, können diese gern an folgende Anschrift mailen:
post@sarggeschichten.de

Alle bisher veröffentlichten Sarggeschichten finden Sie unter:
www.palliativstiftung.de/sarggeschichten
und auf sarggeschichten.de

Anfang des Jahres startete sie das Projekt gemeinsam mit Beate Müller und Kulturwissenschaftler Jan Möller und „Bildungsfilm Berlin“. Nach einiger Zeit schloss sich auch Mediengestalterin und Beate Müller Karen Admiraal dem Team an. „Es ist richtig Fragen zum Thema Tod und Sterben zu haben und diese auch zu stellen. Je mehr wir über den Tod als Teil unseres Lebens wissen, desto

c. Plakatierung

Passanten hessischer Bahnhöfe wurden im Zeitraum vom 30. Oktober 2016 bis zum 2. Januar 2017 mit Plakaten, Spots auf Infoscreens und Groundpostern daran erinnert, dass der Tod ein Teil des Lebens ist. Poster waren an den Bahnhöfen in Darmstadt, Fulda, Kassel, Aschaffenburg, Gießen, Hanau, Frankfurt, Marburg und Wetzlar angebracht. Die Spots wurden auf Infoscreens in Frankfurt, Darmstadt, Fulda, Gießen, Hanau, Kassel, Offenbach und Wiesbaden gezeigt. In Aschaffenburg, Darmstadt, Fulda, Gießen, Kassel, Wiesbaden und Fulda wurden Groundposter auf dem Boden der Bahnhöfe angebracht. Das Motiv mit dem Leitsatz „Dem Leben mehr Tage geben und den Tagen mehr Leben“ finden Sie unter *Punkt 2.b*. Im Folgenden sehen Sie Eindrücke der Standorte:



d. Webtool

Der Fotowettbewerb ist ein Projekt der DPS, um die wichtige Arbeit von Leistungserbringern in der Hospiz- und Palliativversorgung zu erhöhen und die Möglichkeiten einer guten Hospiz- und Palliativbetreuung bekannter zu machen. Die DPS ruft den Fotowettbewerb seit dem Jahr 2011 jährlich aus. Profi- und Hobbyfotografen können vom 1. Januar bis zum 31. März ihre Bilder zu einem wechselnden Thema einreichen und damit am Fotowettbewerb teilzunehmen. Das Thema des Fotowettbewerbs 2017 lautet „**Bevor ich sterbe, möchte ich...**“.



... noch einmal eine Fahrt mit dem Dampfzüge machen.

Die drei Gewinner erhalten ein Preisgeld, welches sie einer gemeinnützigen hospizlich-palliativen Einrichtung ihrer Wahl widmen. Aktuell vergibt die DPS ein **Preisgeld von insgesamt 10.000 €**. Aus den jeweils 13 schönsten Motiven entsteht dann der jährliche PalliativKalender. Die Entscheidung über die Motive wird in jedem Jahr von einer unabhängigen Jury bestehend aus Akteuren aus verschiedenen Bereichen wie Pflege, Druckerei etc. getroffen.



Titel PalliativKalender 2018

Eine Übersicht über die Themen der Fotowettbewerbe der vergangenen Jahre und die daraus entstandenen Kalender sind unter folgendem Link zu finden:

<http://www.palliativstiftung.de/publikationen/der-palliativkalender/>

Im Rahmen der Kampagne hat die Multimedia Agentur COM.POSITUM (<https://www.compositum.de>) mit Sitz in Fulda ein Webtool entwickelt. Dieses Tool erleichtert zum einen den TeilnehmerInnen ihre Bilder einzureichen und zum anderen wurde es speziell zur Archivierung der Bildeinsendungen konzipiert. Im Laufe der Jahre haben sich durch die Fotowettbewerbe viele tolle Fotos angesammelt. Mit diesem Webtool wird es Interessierten erleichtert, nach einem bestimmten Bild zu suchen. Alle Bilder können heruntergeladen und unter Nennung des Fotografen und der DPS als Rechteinhaber kostenfrei verwendet werden um damit für den Themenkomplex „Hospiz und Palliativ“ zu werben. Die Bilder werden derzeit überwiegend von Einrichtungen aus diesem Bereich für ihre Flyer, Werbepлакate o. ä. genutzt.

Darüber hinaus stehen in dem Tool die PalliativKalender 2012-2018 und deren Motive als Download zur Verfügung und alle Gewinner sind in einem separaten Menüpunkt aufgelistet.

Link zum Webtool: www.palliativkalender.de

3. Sarggeschichten



„Sarggeschichten“ nennen sich die Kurzfilme von Sarah Benz, Jan Möller und Karen Admiral. Das Team der „Sarggeschichten“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, Fragen rund um die Themen Sterben, Tod und Trauer zu beantworten und zwar in lebendi-

gen, bunten und leichtverständlichen Kurzfilmen. Die Themen Tod und Sterben sind für die meisten Menschen Tabuthemen, über die sie ungern reden oder nachdenken mögen. Dem wirken die Sarggeschichten entgegen, indem sie auf angenehm leichte Art und Weise die Zuschauer zum Nachdenken anregen. Je mehr wir über den Tod als Teil unseres Lebens wissen, desto mehr verliert er seinen Schrecken.

Die Sarggeschichten können als Impulse und Bildungsangebote für Kitas, Schulen, Jugendclubs, Seniorengruppen usw. genutzt werden, eignen sich als Gedankenanstöße für Zwischendurch oder auch als Einstieg für eine systematische Beschäftigung mit dem Thema Abschied und Sterblichkeit. Aus diesem Grund sind sie auch Teil des im Rahmen der Kampagne entstandenen Unterrichtskonzepts, das unter *Punkt 4* genauer beschrieben wird.



Das Team:



Sarah Benz

Moderation, Grafik, Musik, Konzept, künstlerische Leitung



Jan Möllers

Konzept, Aufnahmeleitung



Kareen Admiraal

Grafik, Gestaltung, Konzept, künstlerische Assistenz

Im Rahmen der Kampagne wurde die Produktion folgender neun Filme finanziert:

Film 1: Wie macht man eine tolle Trauerfeier?

Eine Trauerfeier ist wichtig, um von dem Verstorbenen bewusst Abschied nehmen zu können. In der Sarggeschichte „Wie macht man eine tolle Trauerfeier?“ zeigen Sarah Benz und ihr Team verschiedene Möglichkeiten, wie man eine Trauerfeier individuell so gestalten kann, damit sie sowohl zu dem Verstorbenen also auch zu den Menschen, die sich verabschieden wollen, passt.

Film 2: Was ist eine Hausaufbahrung?

In der Sarggeschichte „Was ist eine Hausaufbahrung?“ erklären Sarah Benz und ihr Team, was eine Hausaufbahrung ist und was dabei alles möglich ist, damit sich die Angehörigen von einem verstorbenen Menschen zu Hause, ganz in Ruhe verabschieden können.



Film 3: Wie gibt man Verstorbenen einen Platz im Leben?

Wenn ein wichtiger Mensch gestorben ist, bleiben viele Erinnerungen. Was kann man damit alles machen? Kann man die Verbindung mit diesem Menschen weiterführen, auch wenn er tot ist? In der Sarggeschichte "Wie gibt man Verstorbenen einen Platz

im Leben?" lernt der Zuschauer verschiedene Möglichkeiten kennen, um über den Tod hinaus mit einem Menschen verbunden zu bleiben.

Film 4: Was ist ein Hospiz?

Ein Hospiz hat was mit Sterben zu tun, das ist den meisten klar. Was genau ein Hospiz ist und wie die Menschen darin leben, beschreiben Sarah Benz und ihr Team in der Sarggeschichte "Was ist ein Hospiz?".

Film 5: Warum brauche ich eine Vorsorgevollmacht?

In der Sarggeschichte „Warum brauche ich eine Vorsorgevollmacht?“ erfährt der Zuschauer, warum es wichtig ist, sich frühzeitig Gedanken über die persönlichen Wünsche für die letzte Phase des Lebens zu machen und Vorsorge zu treffen. Eine Vorsorgevollmacht und eine Patientenverfügung auszufüllen dauert nicht lange und gewährleistet, dass jeder die eigene Zukunft auch dann noch mitgestalten kann, wenn er keine Entscheidungen mehr treffen und nicht mehr für sich selber sprechen kann.

Film 6: Was kann ich sagen, wenn jemand gestorben ist?

Wie kann ich mein Mitgefühl ausdrücken, wenn ich nicht sicher bin ob ich die richtigen Worte finde? Gibt es die „richtigen Worte“ überhaupt? Was tröstet? Wie kann ich Menschen meine Anteilnahme spüren zu lassen, auch ohne Worte? In diesem Film zeigt Sarah Benz den Zuschauern ein paar Möglichkeiten, was man alles machen kann und was vielleicht nicht ganz so gut ankommen könnte.

Film 7: Braucht man zum Sterben einen Arzt?

In der Sarggeschichte „Braucht man zum Sterben einen Arzt?“ ist Dr. Mattias Gockel zu Gast. Der Palliativmediziner erklärt, was sterbende Menschen brauchen und was bei der Begleitung für die Sterbenden und deren Angehörige wichtig ist.

Film 8: Plötzlicher Tod

Film 9: Krematorium

4. Unterrichtskonzept zum Themenkomplex Sterben, „Sterbehilfe“, Hospizarbeit und Palliativversorgung



Auch im Unterricht stellen die Themen Sterben, Tod und Trauer sowohl für Unterrichtende als auch für Lernende eine besondere Herausforderung dar. Aus diesem Grund hat die DPS ein vielfältiges, informatives und inhaltlich hochwertiges Materialpaket zum Themenkomplex Sterben, „Sterbehilfe“, Hospizarbeit und Palliativversorgung entwickelt. Mit dem Materialpaket **„Am Start das Ziel im Blick haben – Unterrichtsmaterial zum Themenkomplex Sterben, „Sterbehilfe“, Hospizarbeit und Palliativversorgung“** will die DPS Lehrende unterstützen, mit ihren SchülerInnen über ein solch wichtiges Thema ins Gespräch zu kommen.

Es kann Lehrenden eine gute Hilfestellung geben, damit die Themen Sterben und Tod dahin rücken können, wo sie hingehören: in die Mitte der Gesellschaft. Dazu ist es besonders wichtig, mit Heranwachsenden darüber ins Gespräch zu kommen und früh ein Bewusstsein für diese Themen zu schaffen, die sie dann an ältere Generationen weitertragen.

Das Materialpaket führt Jugendliche und junge Erwachsene mit einer guten Mischung aus Theorie und Praxis sensibel an das Thema heran. Aktuell sind noch zu Wenige umfassend über die Versorgungsmöglichkeiten und die Möglichkeiten der Leidenslinderung am Lebensende informiert. Insbesondere vor dem Hintergrund einer steigenden gesellschaftlichen Befürwortung der aktiven Lebensverkürzung, muss sich jeder eine eigene Meinung zum Thema „Sterbehilfe“ bilden können. Dies ist jedoch nur dann adäquat möglich, wenn eine angemessene Aufklärung zu Grunde liegt. Das Materialpaket besteht aus Bildern, Sachtexten, Lückentexten, Erfahrungsberichten, In-

terviews, Meinungen und Standpunkten, Rätseln, Spielen und vielem mehr. Es kann von Lehrenden beliebig an die jeweilige Lerngruppe angepasst und ergänzt werden. Wir empfehlen einen Einsatz ab Klasse neun bis zur Oberstufe.

Die Herausgeber:



Dr. med. Thomas Sitte

Facharzt für Anästhesiologie, Palliativmedizin, Spezielle Schmerztherapie, Notfallmedizin, Sportmedizin, Tauchmedizin



Dr. rer. pol. Anja Stöbener

Diplom-Ökonomin, Diplom-Berufspädagogin, Diplom-Handelslehrerin

Das Unterrichtsmaterial kann innerhalb Hessens kostenfrei (zzgl. Versandkosten) bestellt werden. Interessierte anderer Bundesländer können das Unterrichtsmaterial zum Preis von 15 € erwerben. Außerdem steht es auf der Website der DPS zum kostenfreien Download zur Verfügung. Bestellungen und Fragen an unterricht@palliativstiftung.de. Weitere Informationen und Download unter <http://www.palliativstiftung.de/publikationen/unterrichtsmaterial/>.

5. Ratgeber Hospizarbeit und Palliativversorgung



Die DPS hat im Rahmen der Aufklärungskampagne den Ratgeber „Hospizarbeit und Palliativversorgung“ entwickelt. Ziel der Broschüre war es, dem Leser die Möglichkeiten der Hospiz- und Palliativversorgung näher zu bringen.

Im Ratgeber werden Fachbegriffe erklärt sowie Erläuterungen zu den jeweiligen Versorgungsangeboten geliefert. Der Leser findet darin praktische Handlungsmöglichkeiten für Betroffene und Angehörige. Die Handlungsmöglichkeiten sind Auszüge aus „Die Pflegetipps“ vom Deutschen PalliativVerlag, die dort kostenfrei erhältlich sind. Außerdem wird in dieser

Broschüre auch über die Möglichkeiten der Hospiz- und Palliativversorgung für Kinder und Heranwachsende informiert. Denn auch hier gibt es gute Möglichkeiten einer fachlich hervorragenden Unterstützung zur Begleitung in einer äußerst schwierigen Lebenssituation.

Der Ratgeber wurde am Samstag, dem 3. Dezember 2016 an **611.000 Haushalte im Regierungsbezirk Kassel** verteilt.

Einblicke in die Produktion:



6. Arbeitshilfe an Multiplikatoren

a. Abgabe von Informationspaketen als Arbeitshilfe an Multiplikatoren, für Träger niedrigschwelliger Angebote, für dementiell Erkrankte sowie für ambulante und stationäre Pflegeeinrichtungen

Die DPS hat insgesamt 500 Informationspakete an Bürgerbüros, Gesundheitsämter sowie Pfarrämter in Hessen versendet.



In den Paketen war Folgendes enthalten: ein Anschreiben zur Information, jeweils drei PalliativKalender 2017 „Hände halten. Hände helfen.“, „Die Pflegetipps – Palliative Care“ mit Anmerkungen aus islamischer Sicht, die deutsch-polnische Ausgabe der Pflegetipps, die türkische Übersetzung der Pflegetipps, „Demenz und Schmerz“, „Medikamententipps“, „Ambulante Palliativversorgung“, „Komplementäre und alternative Methoden in der Palliativversorgung“, „Hospizarbeit und Palliativversorgung für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in Hessen“, „Hospizarbeit und palliative Versorgung in Hessen, Praxishilfe für die Hospiz- und Palliativarbeit vor Ort“, „Forum Kinderhospiz“ und fünf Glossare für die Diskussion zur Suizidassistentz.

b. Neuauflage „Hospizarbeit und Palliativversorgung für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in Hessen“

Im Rahmen der Kampagne wurde die Informationsbroschüre „Hospizarbeit und Palliativversorgung für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in Hessen“ überarbeitet, neu aufgelegt und gedruckt zur kostenfreien Abgabe an Interessierte.



c. Flyer Gesprächshilfe „Die Zukunft planen: Wissenswertes über Demenz und die Pflege am Lebensende“

Für An- und Zugehörige von Menschen mit Demenz am Ende des Lebens wird häufig angegeben, dass sie zu wenig Information von ärztlichem und pflegerischem Personal zur Vorbereitung auf Situationen erhalten, die in einer fortgeschrittenen Krankheitsphase von Menschen mit Demenz auftreten können. Für beide Seiten ist es oft schwierig, die richtigen Informationen zu erfragen oder zu vermitteln.

Die Zukunft planen:

Wissenswertes über
Demenz und die Pflege
am Lebensende



Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die Nennung der grammatisch weiblichen Form verzichtet. Selbstverständlich sind immer beide Geschlechter gemeint.

Fragen zu stellen, kann viel Überwindung kosten. Die Diagnose Demenz bringt jedoch viele Fragen mit sich. Wir wissen trotzdem nicht gleich, welche Fragen zum besseren Verständnis und zur besseren Planung der nächsten Zeit hilfreich sein können.

Die folgenden Vorschläge wurden zusammengestellt, um Gespräche zwischen Ihnen, Ihrer Familie und den Experten und Helfern für Gesundheitsfragen in dieser Einrichtung anzuregen. Die Antworten auf diese Fragen können schwierig oder nicht ganz eindeutig sein, weil Demenz verschiedene Formen annehmen kann.

Mit diesen wichtigen Fragen sind Sie besser in der Lage, die Informationen zu erhalten, die Sie benötigen, um die letzten Schritte im Leben Ihres Angehörigen begleiten zu können und sich auf die Zukunft vorzubereiten.

Die DPS hat deshalb in Kooperation mit der Würdezentrum gUG und dem Team von patientenwuerde.de (siehe *Punkt 6.d*) eine Gesprächshilfe erstellt, die im handlichen Format (DIN A6 lang, foliertes Papier) eine Reihe von Fragen zu bestimmten Themenschwerpunkten am Ende des Lebens erhält. Dieser Fragenkatalog soll sowohl An- und Zugehörigen von Menschen mit Demenz als auch den professionell Handelnden dazu dienen, sich auf ein Gespräch vorzubereiten. Für beide Seiten ist es entscheidend, dass in der Kürze der Zeit die richtigen Fragen gestellt werden, um an hilfreiche Informationen zu gelangen.

Die Fragen wurden im Rahmen eines wissenschaftlichen Projektes unter der Leitung von Dr. Harvey Max Chochinov in Kanada erarbeitet:

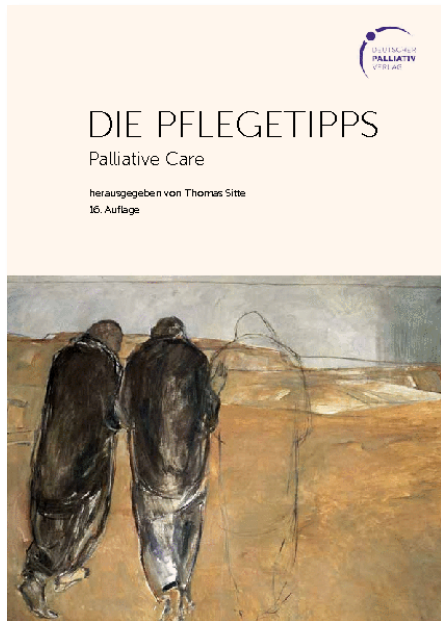
<http://www.dignityincare.ca/en/>. Nachdem die Erlaubnis von Dr. Chochinov für die Übersetzung und die Verwendung dieser Fragen eingeholt wurde, hat die DPS den Text professionell übersetzen lassen und in gemeinsamer Arbeit mit den Kooperationspartnern inhaltlich angepasst. Nach Abschluss der inhaltlichen Konsentierung haben wir ein Layout erstellen und insgesamt 5.000 Exemplare drucken lassen. Jeder

beteiligte Kooperationspartner hat eine bestimmte Menge von Exemplaren erhalten, um sie in die Anwendung zu bringen.

d. Website www.patientenwuerde.de

Betreiber dieser Website sind die Interdisziplinäre Abteilung für Palliativmedizin der Universitätsmedizin Mainz und das Institut für Palliativpsychologie in Frankfurt. Hintergrund ist die Arbeit an dem Konzept der „Würdetherapie“, welches auf den Ergebnissen des wissenschaftlichen Projektes unter der Leitung von Dr. Harvey Max Chochinov in Kanada basiert (*siehe Punkt 6.e*). Die Betreiber der Website besitzen die Erlaubnis vom Projektleiter Dr. Chochinov, das Konzept der Würdetherapie für den europäischen Raum zu bearbeiten und anzupassen mit dem Ziel, es in die Anwendung zu bringen.

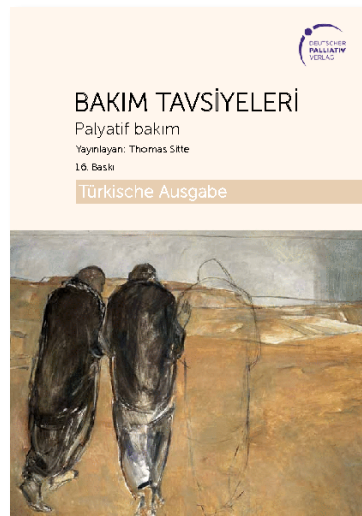
7. Die Pflegetipps – Palliative Care



Die Pflegetipps der Deutschen Palliativstiftung enthalten das Rüstzeug zur Versorgung von pflegebedürftigen Menschen, die an einer nicht heilbaren Krankheit leiden. Die leichtverständliche Broschüre richtet sich sowohl an Menschen, die einen Angehörigen zu Hause in seinem gewohnten Umfeld pflegen, als auch an professionell Pflegende. Sie bietet praktische Hilfe in schwerer Zeit und trägt dazu bei, die Lebensqualität der Patienten maßgeblich zu verbessern.

Als Deutsche PalliativStiftung ist es uns ein großes Anliegen, die Sensibilität für andere Kulturen und Religionen im Bereich der Pflege und palliativen Versorgung zu fördern. Um den Menschen mit seinen kulturellen Besonderheiten zu begreifen und versorgen zu können, müssen Sprach- und Kommunikationsprobleme abgebaut werden. Dazu trägt die DPS mit den Übersetzungen der Broschüre „Pflegetipps - Palliative Care“ bei. Die Broschüre ist aktuell in 15 Sprachen verfügbar.

Durch die Förderung des HMSI konnten die Pflegetipps in folgende Sprachen übersetzt werden: Englisch, Russisch, Rumänisch, Slowenisch, Niederländisch, Serbisch, Kroatisch, Farsi (Persisch), Französisch, Kurdisch, Italienisch, Portugiesisch, Spanisch, Thailändisch, Vietnamesisch, Slowakisch, Türkisch, Arabisch, Polnisch und Tschechisch. Davon wurden folgende Übersetzungen gelayoutet: Englisch, Russisch, Rumänisch, Slowenisch, Niederländisch, Serbisch, Kroatisch, Französisch, Italienisch, Tschechisch, Türkisch, Portugiesisch, Spanisch und Slowakisch. Außerdem wurde die türkische Ausgabe der Pflegetipps in einer Auflage von 5.000 Stück gedruckt.



Die Pflegetipps und deren Übersetzungen stehen zum kostenfreien Download und Ausdruck auf der Website der DPS (www.palliativstiftung.de/pflegetipps) zur Verfügung. Durch die finanzielle Unterstützung des HMSI können darüber hinaus auch die Druckwerke kostenfrei (zzgl. Versandkosten) bestellt werden. Aktuell liegen die deutsche, die türkische, die deutsch-polnische sowie die deutsch-arabische Ausgabe als Druckwerk zur kostenfreien Abgabe vor.

8. Ergebnisse und Ausblick

Die DPS ist mit dem Verlauf und der Durchführung der Kampagne sehr zufrieden. Für die Kampagne wurden drei neue Mitarbeiter eingestellt und es wurden die zusätzlichen Arbeitsplätze eingerichtet. Es ist dem neuen, vergrößerten Arbeiterteam der DPS schnell gelungen sich so zu strukturieren, um effektiv arbeiten und die Aufgaben des Projekts neben dem Büroalltag reibungslos erfüllen zu können.

Die Aufklärungskampagne bestand aus mehreren Teilprojekten mit denen eine möglichst breite Zielgruppe angesprochen werden sollte. Die Teilprojekte waren explizit darauf ausgerichtet, alle Altersschichten vom Schüler bis zum Rentner zu erreichen und die Menschen an verschiedenen Orten wie zu Hause, am Bahnhof oder in der Schule abzuholen.

Dass die Aufklärungskampagne das Interesse vieler geweckt hat, geht aus den zahlreichen Rückmeldungen hervor, die die DPS erreicht haben. Als Reaktionen auf die Plakat- und Anzeigenserie und insbesondere nach der Verteilung des Ratgebers „Hospizarbeit und Palliativversorgung“ gingen im Vergleich zum durchschnittlichen Büroalltag ca. doppelt so viele Anrufe in der Geschäftsstelle der DPS ein. Die Anrufer hatten allgemeine und spezifische Fragen zum Versorgungsangebot am Lebensende. Auch die Zahl der Bestellungen der Broschüren, Ratgeber und Informationsmaterial ist merklich angestiegen. Dass die DPS auch jüngere Zielgruppen erreicht hat, geht vor allem aus der positiven Entwicklung der Sozialen Medien hervor. Durch die Kampagne hat sich die Reichweite unserer Beiträge der Facebook-Seite verdoppelt und die Zugriffszahlen sind um 200% gestiegen.

Im Rahmen der Kampagne „Leben bis zuletzt“ hat die DPS innerhalb Hessens Aufklärung zum Thema Hospizarbeit und Palliativversorgung betrieben. Damit diese wichtigen Themen dauerhaft einen Platz in der Mitte der Gesellschaft besetzen können, ist es unbedingt notwendig auch über die Kampagne „Leben bis zuletzt“ hinaus intensiv aufzuklären. Es muss ein langfristiges Ziel sein, die Bevölkerung auch bundesweit für die Themen Sterben, Tod und Trauer zu sensibilisieren und über die Versorgungsmöglichkeiten am Lebensende zu informieren. Daher ist es ein großes An-

liegen der DPS, in Zukunft solche Aufklärungskampagnen auch in anderen Bundesländern durchzuführen.