

Zürich, 22. Januar 2020

Medienmitteilung

Demenz-Kampagne #vollpersönlich

Über 50'000 Cupholder machen auf Demenz aufmerksam

Heute werden in der ganzen Schweiz über 50'000 selbstgestrickte Becherwärmer, sogenannte Cupholder, beim Kauf von einem „Coffee-to-go“ abgegeben. Mit dieser Aktion machen Pro Senectute und Alzheimer Schweiz auf Demenz und ihre Folgen im Alltag aufmerksam.

Seit letztem September haben unzählige Freiwillige schweizweit über 50'000 kunterbunte Cupholder gestrickt. Heute, am 22. Januar 2020, werden sie in der ganzen Schweiz beim Kauf von einem «Coffee to go» überreicht, mit einer Infokarte mit einfachen Tipps für den Umgang mit Menschen mit Demenz. Die Kampagne findet bereits zum zweiten Mal statt. Im letzten Jahr haben Pro Senectute und Alzheimer Schweiz gemeinsam mit dem Schweizer Bäcker-Confiseurmeister-Verband auf Demenz und ihre Folgen im Alltag aufmerksam gemacht. In diesem Jahr war die Teilnahme auch für Cafés, Restaurants, Tankstellen und Kioske offen. Das Sphères an der Hardturmstrasse 66 in Zürich war die erste Verkaufsstelle, die sich angemeldet hat. Der Inhaber, Philipp Probst möchte mithelfen, das Bewusstsein für Demenz zu vergrössern: «Demenz sollte nicht tabuisiert werden und Betroffene sollen wissen, wo Sie Unterstützung erhalten und sich nicht abkapseln. Mit der Aktion im Sphères hoffe ich, beim einen oder andern einen Stein ins Rollen zu bringen und ein Bewusstsein für diese Krankheit zu schaffen».

In der Schweiz leben heute rund 155'000 Menschen mit Demenz. Sie gehören zu unserer Gesellschaft und wir können alle dazu beitragen, dass sie weiterhin Teil des öffentlichen Lebens bleiben. Und genau hier setzt die nationale «Mitmachaktion» an, welche von einer Kampagne im öffentlichen Nahverkehr begleitet wird. Pendlerinnen und Pendler werden mit Infokarten darauf sensibilisiert, worauf im Gespräch mit einer erkrankten Person im Alltag zu achten ist und wie man bei einer orientierungslosen Person richtig reagiert und Hilfe leisten kann. Die Verkaufsstellen rund um den öffentlichen Verkehr eignen sich besonders gut, um die Botschaft unter die Leute zu bringen. Kundenschaft jeden Alters, aber vor allem auch viele junge ÖV-Nutzer beziehen hier ihren Kaffee und können so erreicht werden.

Folgende Verkaufsstellen unterstützen die Aktion: www.memo-info.ch/vollpersönlich

Weitere Informationen zur Kampagne finden Sie auf unserer Webseite, auf Facebook @memoinfoch und auf Instagram mit dem Hashtag #vollpersönlich.

Kontakt für Medien

Pro Senectute Schweiz, Peter Burri-Follath, 044 283 89 89, medien@prosenectute.ch

Alzheimer Schweiz, Stefanie Becker, 058 058 80 05, stefanie.becker@alz.ch

Über die Trägerschaft

Pro Senectute ist die grösste und bedeutendste Fach- und Dienstleistungsorganisation für ältere Menschen und deren Angehörige in der Schweiz. Wir beraten Seniorinnen und Senioren in über 130 Beratungsstellen. Mit vielfältigen Dienstleistungen und spezifischen Angeboten unterstützen 1'600 Mitarbeitende und 18'000 Freiwillige die ältere Bevölkerung in allen Belangen rund um das Alter. Rund 700'000 Menschen im Pensionsalter sowie deren Angehörige nutzen unsere Angebote. Pro Senectute ist mit dem ZEWO-Gütesiegel zertifiziert. www.prosenectute.ch

Alzheimer Schweiz ist die erste Anlaufstelle, wenn es um Demenz geht. Sie berät, begleitet und unterstützt Menschen mit Demenz und ihre Angehörigen. Im Sinne der Hilfe zur Selbsthilfe und der Solidarität fördert sie die Lebensqualität der Betroffenen und vertritt deren Interessen auf politischer Ebene. Dank 21 kantonalen Sektionen ist sie in allen Landesteilen präsent. Ihre internationale Vernetzung trägt dazu bei, dass das Wissen jederzeit auf dem neuesten Stand ist und Alzheimer Schweiz ihrem Anspruch als Kompetenzzentrum gerecht wird. www.alz.ch