



[augen]

woche des sehens

blindheit. verstehen. verhüten.



Wenn die Augen schwächer werden...

Woche des Sehens

Dokumentation 2009

www.woche-des-sehens.de

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort	3
2. Neue Schirmherrin Gundula Gause	4
3. Zielsetzung und Schwerpunkte 2009	4
4. Veranstaltungen	6
5. Partner der Woche des Sehens	13
6. Förderer und Sponsoren	15
7. Organisation	15
8. Elemente der Kampagne	16
8.1 Teilnehmermotivation	16
8.2 Kommunikationspaket	16
8.3 Hörfunkspot	16
8.4 Pressearbeit und Resonanz in den Medien	17
8.5 Internetauftritt	18
9. Fazit und Ausblick	19

1. Vorwort

Die achte Woche des Sehens fand vom 8. bis 15. Oktober 2009 unter der Schirmherrschaft der Journalistin Gundula Gause statt und stand unter dem Motto: „Wenn die Augen schwächer werden ...“. Die acht Partner der Aufklärungskampagne machten auf die Bedeutung guten Sehvermögens, die Ursachen vermeidbarer Blindheit sowie die Situation blinder und sehbehinderter Menschen in Deutschland und in den Entwicklungsländern aufmerksam. Eine breite Öffentlichkeit wurde durch bundesweite Aktionen, eine vielfältige Berichterstattung in den Medien sowie einen Radiospot für diese Themen sensibilisiert.

Die vorliegende Dokumentation beschreibt die Kampagne 2009 und stellt beispielhaft einige Veranstaltungen vor. Die Auswertung der Pressearbeit zeigt den Erfolg der diesjährigen Aktionswoche.

Unser besonderes Dankeschön gilt Gundula Gause für ihr Engagement sowie unserem langjährigen Förderer „Aktion Mensch“ und unserem Sponsor Carl Zeiss Meditec AG.

Auch all denen, die sich für die Ziele der Projektwoche einsetzten und an den vielfältigen Veranstaltungen mitwirkten, möchten wir an dieser Stelle unseren herzlichen Dank aussprechen.



A blue ink handwritten signature of Petti West.

Petti West



A blue ink handwritten signature of Nina Batschke.

Nina Batschke

(Projektkoordinatorinnen der Woche des Sehens)

2. Neue Schirmherrin Gundula Gause

„Ich bin dabei – seien Sie es auch!“ Diese einladenden Worte sprach Gundula Gause, die neue Schirmherrin der Woche des Sehens.



Als neue Schirmherrin setzte sich Gundula Gause eindrucksvoll für die Belange der Woche des Sehens ein

Bild: ZDF / Thomas Morice

Als Fernsehjournalistin weiß sie, wie wichtig gesunde Augen und gutes Sehen sind. „Werden die Augen schwächer, ist es wichtig, die richtigen Partner an seiner Seite zu haben“, sagt Gause.

Die Moderatorin stand für ein Radiointerview zur Verfügung, das 1 Million Zuhörer erreichte, und wirkte bei einem Radiospot mit, der auf die Woche des Sehens aufmerksam machte.

3. Zielsetzung und Schwerpunkte 2009

„Blindheit verstehen, Blindheit verhüten“ ist das übergeordnete Motto der Woche des Sehens, die seit dem Jahr 2002 auf die Bedeutung guten Sehvermögens, die Ursachen vermeidbarer Blindheit sowie die Situation blinder und sehbehinderter Menschen in Deutschland und in den armen Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas aufmerksam macht.

Eingebunden sind in jedem Jahr die zwei internationalen Aktionstage: der „Welttag des Sehens“ und der „Tag des weißen Stocks“ der Vereinten Nationen, der 2009 bereits zum 40. Mal begangen wurde.

In diesem Jahr legten die Partner den Schwerpunkt auf das Thema: „Wenn die Augen schwächer werden...“. Augenärzte, Selbsthilfeorganisationen und Hilfswerke beleuchteten das Motto aus drei verschiedenen Blickwinkeln und ergänzten es wie folgt:

Wenn die Augen schwächer werden, erhalten Sie vom Augenarzt kompetente Hilfe!

Augenärzte informierten in Vorträgen und bei Tagen der offenen Tür in Praxen und Kliniken darüber, was jeder Einzelne tun kann, damit seine Sehkraft bis ins hohe Alter erhalten bleibt. Regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen beim Augenarzt wurden vor allem älteren Patienten angeraten, um die oft guten Therapieerfolge nutzen zu können, die eine rechtzeitige Diagnose erst möglich macht.

Wenn die Augen schwächer werden, helfen Betroffene mit Rat und Tat!

Zielgruppe der Selbsthilfe waren Senioren, „die es mit den Augen haben“, aber auch deren Freunde und Verwandte sowie Pflege- und Betreuungspersonal in Senioreneinrichtungen. Die Selbsthilfevereine und -gruppen stellten während der Projektwoche ihre Beratungs-, Hilfs- und Freizeitangebote vor und informierten darüber, was man selbst tun oder wie man seinen betroffenen Angehörigen helfen kann, um auch mit schwächer werdenden Augen oder als blinder Mensch ein selbstbestimmtes und lebenswertes Leben führen zu können.

Der „Tag des weißen Stockes“ am 15. Oktober stand unter dem zusätzlichen Motto: „Die unsichtbaren Blinden“. Viele Menschen, die im Alter ihr Augenlicht verlieren, ziehen sich zurück und verzichten nicht nur auf Leistungen, sondern auch auf den hilfreichen Austausch mit anderen Betroffenen. Eine bundesweite Beratungshotline ermöglicht einen ersten Kontakt.



Bilder: (li) OcuNet Gruppe Dillenburg, (mitte) DBSV/
A. Friese, (re) CBM/argum/Einberger

**Eine frühzeitige Diagnose ist Grundlage für den Therapieerfolg (li)
Wenn die Augen schwächer werden, gibt es oft praktische Hilfe (mitte)
Der Graue Star kann einfach und erfolgreich behandelt werden (re)**

Wenn die Augen schwächer werden, folgt in Afrika oft der soziale Absturz!

Die Hilfsorganisationen setzten sich in der Woche des Sehens besonders für die Menschen in den armen Ländern ein, die am Grauen Star zu erblinden drohen. Sie informierten über die Möglichkeiten, Blindheit zu vermeiden, und wiesen auf die oftmals dramatische soziale Lage der betroffenen Menschen hin.

4. Veranstaltungen

Die Woche des Sehens lebt vom Mitmachen. So fanden im gesamten Bundesgebiet fast 300 Aktionen von Selbsthilfeverbänden und -organisationen sowie von Augenärzten und Augenkliniken statt. Erfreulich war die Teilnahme von Unternehmen wie z.B. der GALERIA Kaufhof, der Geuder AG in Heidelberg, einer Sparkasse in Clausthal-Zellerfeld oder der Projektgruppe „Gesundheit“ in Daun, die die Ziele der Woche des Sehens unterstützten und Aktionen durchführten.

Auf den folgenden Seiten geben wir einen Eindruck der vielfältigen Veranstaltungen 2009:

Berlin

Am 13. Oktober fand im Allgemeinen Blinden- und Sehbehindertenverein Berlin (ABSV) eine Buchvorstellung der besonderen Art statt. Krister Inde, Autor und Sehbehindertenpädagoge aus Schweden, war eigens angereist, um aus seinem neuen Buch „See bad feel good – schlecht sehen und sich dabei gut fühlen“ vorzulesen und über seine eigenen Erfahrungen des Sehverlustes und die daraus resultierenden Gefühle, Chancen und Schwierigkeiten zu sprechen.



Bilder: Woche des Sehens / West

**Krister Inde bei seinem Vortrag (li)
Der sehbehinderte Autor signiert sein Buch (re)**

Engagiert und sehr persönlich sprach er das Publikum an und bestärkte Betroffene, das Leben mit seinen Herausforderungen anzunehmen und alles zu versuchen, wieder ein lebenswertes Leben zu führen. Im anschließenden emotionalen Dialog berichteten Zuhörer über eigene Erfahrungen oder stellten Fragen an den Autor. Das Buch war an diesem Abend erstmalig in deutscher Sprache in Großdruck mit beigefügter Audioversion erhältlich. Im Foyer des ABSV präsentierten sich verschiedene Partnerorganisationen.

Potsdam

Am 8. Oktober gab es in der Begegnungsstätte der Arbeiterwohlfahrt in Potsdam eine Informationsveranstaltung für Betroffene und Angehörige. Eingeladen hatte das Sozialwerk Potsdam. Eine Mitarbeiterin der Blinden- und Sehbehinderten-



Bilder: Woche des Sehens / West

**Reges Interesse an der Potsdamer Aktion (li)
Der weiße Stock wird genau betrachtet (re)**

beratungsstelle stellte das Angebot der Einrichtung vor und referierte über Hilfen zu sozialen Leistungen und Vergünstigungen. Der Berater einer Hilfsmittelfirma zeigte verschiedene Hilfsmittel für den Alltag und beantwortete die zahlreichen Fragen zur Finanzierung durch öffentliche Kostenträger. Ein Lehrer für Orientierung und Mobilität aus Berlin informierte in einem unterhaltsamen Vortrag über den Umgang mit dem weißen Stock und gab Einblicke in das Training zur Orientierung und Mobilität. Eine Mitarbeiterin der Selbsthilfeorganisation PRO RETINA Deutschland e.V. schilderte eindrucksvoll ihre Erfahrungen als Sehbehinderte und gab anregende Tipps für den Alltag. Petti West, Koordinatorin der Woche des Sehens, stellte die Projektwoche vor. Die kurzweilige Veranstaltung war gut besucht und es bestand reges Interesse.

Wolfsburg

Im zentral gelegenen Wissenschaftstheater des Phaeno in Wolfsburg kamen am 14. Oktober Patienten zu einem Symposium zusammen. Zum Thema der Woche des Sehens „Wenn die Augen schwächer werden ...“ gab es unterschiedliche Vorträge. Referiert wurde über Hilfsmittelversorgung, Mobilität und Orientierung, die Bedeutung der Selbsthilfe für Betroffene und über die Arbeit eines Low-Vision-Optikers. Verschiedene Selbsthilfeorganisationen stellten sich vor.



Bilder: Woche des Sehens / West

**Johannes Pietralla und Ute Palm von der PRO RETINA im Wissen-
schaftstheater des Phaeno (li) Spannende Vorträge in Wolfsburg (re)**



Bilder: Andre Bertram

Mit entsprechender Lesehilfe kann man wieder gut lesen (li)
Auf einer Reliefkarte ertastet eine Besucherin Länder und Erdteile (re)

Clausthal-Zellerfeld

Zwei Aktionstage der „Woche des Sehens“ fanden am 9. und 10. Oktober im Kundenzentrum der Sparkasse Goslar/Harz in Clausthal-Zellerfeld statt. Während am Freitag geladene Gäste vor Ort waren, wurde am Samstag der interessierten Bevölkerung ganztägig ein buntes Programm geboten. Neben Vorträgen, Infoständen und einer Ausstellung konnte man mit Dunkelbrille (Geschicklichkeits-)Spiele testen sowie Alltagssituationen erleben, beispielsweise Geld wechseln oder sich 60 Sekunden lang in einer Toilette zurechtfinden.



Bild: DBSV/A. Friese

Normalerweise unmöglich:
Das Erkunden eines U-Bahn-Gleisbettes

Berlin

Die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) und der Allgemeine Blinden- und Sehbehindertenverein Berlin (ABSV) hatten Betroffene auf den Bahnhof Berlin-Alexanderplatz zu einem U-Bahntraining eingeladen. Angeboten wurden der Besuch eines Fahrerstandes, das Begehen von Waggons sowie ein Training zur Orientierung in Notfällen. Besonders spannend für die Teilnehmer war das Betreten eines stillgelegten Gleisbettes, das sonst strengstens verboten ist. Dort gab es großen Andrang. An der Breite des Gleisbettes konnte man erahnen, wie breit ein Zug ist. Erörtert wurden auch die Verbesserungswünsche blinder und sehbehinderter Bürger.

Baden

Der Badische Blinden- und Sehbehindertenverein V.m.K bot drei Veranstaltungen an, zusätzlich gestaltete und drehte er gemeinsam mit dem dritten Programm des SWR einen Beitrag zum „Tag des Weißen Stocks“. Bei den Aktionen der Vincentius-Augenklinik sowie des Diakonissenkrankenhauses in Karlsruhe war der Verein mit einem Infostand vertreten.

Am 10. Oktober wurde gemeinsam mit dem Seniorenrat und dem DVBS im Mannheimer Stadthaus die Aktion „Jung und Alt in einem Boot“ durchgeführt. Es kamen weit über hundert Gäste zu den Fachvorträgen und zur Hilfsmittelausstellung. Schüler des Mannheimer Moll-Gymnasiums boten Schulungen im richtigen Umgang mit dem Handy an. Wie Angehörige richtig helfen können, wenn die Augen schwächer werden, zeigten zwei Veranstaltungen in Mannheim und Karlsruhe. Die Anwesenden wurden zeitweise in zwei Gruppen aufgeteilt. Während die sehenden Besucher eine DVD zum Thema „Führen und wie man es richtig macht“ ansahen, hörten die nicht sehenden Teilnehmer die entsprechende CD an.

Die Veranstaltungen waren so erfolgreich, dass sich im Nachgang ein Gesprächskreis von Angehörigen und Betroffenen zu weiteren Treffen gebildet hat. Auch das Angebot der Rehabilitationslehrer führte zu einem weiteren Termin.

Schleswig-Holstein

6. bis 9. Oktober · Blindenschriftausstellung und Lesung in der Volkshochschule (VHS) Wedel gemeinsam durchgeführt mit dem Blinden- und Sehbehindertenverein Schleswig-Holstein (BSVSH) e.V. Kreis Pinneberg.

9. Oktober · Die Augenklinik am Campus Lübeck des Universitätsklinikums Schleswig-Holstein beteiligte sich an der Aktionswoche und lud zum Tag der offenen Tür ein. Vor Ort waren Mitarbeiter der Landesgeschäftsstelle.

10. Oktober · Infostand der Bezirksgruppe Lübeck während der Veranstaltung: „Seniorinnen und Senioren im Dialog“.

11. Oktober · „Sterne über Kiel“, Astronomie zum Anfassen und Anhören, eine Veranstaltung in der Fachhochschule Kiel.



Bilder: Woche des Sehens

Aktionsstand in Nürnberg (li) Der romantische Klavierabend in der St.-Martha-Kirche fand regen Zuspruch (re)

Nürnberg

„Augenblick mal“ ist eine Initiative des Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbundes (BBSB), des Bildungszentrums für Blinde und Sehbehinderte Nürnberg, des Blindeninstituts Rückersdorf und der Nürnberger Wohn- und Werkstätten für Blinde und Sehbehinderte. Innehalten, sich etwas Zeit nehmen – Zeit füreinander und Zeit miteinander: Darum ging es den Organisatoren in Nürnberg.

Vom 9. bis 15. Oktober standen auf dem Platz vor der Nürnberger Lorenzkirche zwei „Dunkelcontainer“ bereit, durch die man sich seinen Weg tastend, riechend und hörend suchen musste. Die Besucher des „NoLightDinners“ konnten am 10. und 11. Oktober im Restaurant „Estragon“ ihren Geschmackssinn neu erleben. In der Kirche St. Martha fand am 9. Oktober ein romantischer Klavierabend mit dem blinden Sänger Douglas Yates aus den USA statt. Am 14. Oktober gab es im Sehbehindertenzentrum einen Vortrag zum Thema Augenerkrankungen von Dr. Stephan Fröhlich.

Weitere Veranstaltungen in Bayern:

Würzburg

14. Oktober · Tag der offenen Tür in der Universitätsaugenklinik Würzburg mit Low Vision Ambulanz und Infostand des BBSB

Allgäu

15. Oktober · Tag der offenen Tür mit Hilfsmittelausstellung in der Beratungsstelle

München

15. Oktober · Presseveranstaltung der Landesgeschäftsstelle des Blinden- und Sehbehindertenbundes in den neuen Dunkelräumen des Allianz Dialogue Centers

Rosenheim

15. Oktober · In Rosenheim wurde der umgestaltete Ludwigsplatz kritisch „unter Stock und Lupe“ genommen.



Bilder: (li) Christine Blume-Esterer, (re) M. Jacobs

Infostand des BBSB vor der GALERIA Kaufhof Aschaffenburg (li)
Aktion zum Tag des weißen Stocks in Waren (re)

Regensburg

15. Oktober · Presseveranstaltung in der Beratungsstelle

Augsburg

15. Oktober · Die Bezirksgruppe Schwaben-Augsburg des BBSB ludt zusammen mit der GALERIA Kaufhof zu einer Modenschau für Blinde und Sehbehinderte ein.

Aschaffenburg-Miltenberg

15. Oktober · Tag der offenen Tür mit Hilfsmittelausstellung in der Beratungsstelle, Infostand in der City



Bilder: Kaufhof

Mitarbeiteraktion (li) und Preisverleihung für die sehbehindertengerechte Modenschau in Dortmund (re)

GALERIA Kaufhof

Während der Aktionswoche wurde den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in vielen Filialen wie auch in der Hauptverwaltung die kostenlose Teilnahme an verschiedenen Vorsorgeuntersuchungen angeboten. Es gab einen Sehtest, Gesundheits-Check-Ups mit Messung von Cholesterinwert, Blutdruck und Blutzucker sowie persönliche Beratungsgespräche seitens der kooperierenden Partner. Die Nachfrage war so groß, dass ein weiterer Beratungstag geplant wurde. Darüber hinaus fand z.B. in der Filiale Dortmund eine Modenschau für blinde und sehbehinderte Menschen statt. Die Filiale erhielt für die „etwas andere Modenschau“ den Preis „Augenmaß 2009“. Der Preis würdigt besonders die Integration sehbeeinträchtigter Kunden und ihr Engagement. Die Filiale Aschaffenburg nutzte die Aktionswoche, um gemeinsam mit dem örtlichen Blindenverband die Einkaufsbegleitung für Blinde und Sehbehinderte als zusätzlichen Service vorzustellen.

Marktheidenfeld

Besonders erfreulich war das Engagement des Lions Club Marktheidenfeld während eines verkaufsoffenen Sonntags. Es gab einen Kuchenverkauf, Informationen über Brailleschrift und die Möglichkeit, verschiedene Gegenstände durch Tasten zu erraten. Zudem wurde ein Parcours eingerichtet, in dem interessierte Passanten, die eine Simulationsbrille trugen, bestimmte Aufgaben zu erfüllen hatten. Die Einschränkungen bei diesen Tätigkeiten durch die mit Hilfe einer Brille simulierte Sehbehinderung wurden gut verständlich gemacht und erzeugten bei allen Beteiligten Hochachtung und Respekt gegenüber Betroffenen.

Lohr

Während des Tages der offenen Tür am 11. Oktober im Augenärztlichen Operationszentrum in Lohr konnte sich die interessierte Bevölkerung bei Rundgängen mit Besichtigung des Operationssaals, Vorträgen zum Thema Grauer Star, Grüner Star und



Bilder: Woche des Sehens

**Praxisteam der Augenlaserklinik Lohr (li)
Kuchenstand der Lions in Marktheidenfeld (re)**

Makula-Degeneration die Räumlichkeiten des augenärztlichen Operationszentrums genauer ansehen und sich über Möglichkeiten eines operativen Eingriffes informieren.

Erlebnisgang der CBM in Heidelberg

Das Heidelberger Unternehmen Geuder engagierte sich in Kooperation mit der CBM (Christoffel-Blindenmission) für die Information der Mitarbeiter und Interessierten zum Thema Sehen und Blindheit. Beim Besuch des Erlebnisganges der CBM konnten interessierte Bürger erahnen, was es heißt, blind zu sein. Mit Taststock und Simulationsbrille ausgestattet galt es, alltägliche Hindernisse, wie Treppenstufen oder einen Wechsel des Bodenbelags, zu überwinden.



Bilder: Woche des Sehens

**Der CBM-Erlebnisgang in Heidelberg (li)
Wie man sich mit Führhund und Taststock zurechtfindet (re)**

Der Blindparcours im Gewerbegebiet Rohrbach-Süd wurde u.a. von Oberbürgermeister Dr. Eckart Würzner eröffnet. Das Unternehmen Geuder stellt Instrumente und Geräte her, die bei Augenoperationen benötigt werden. Das Engagement der Firma für soziale Belange ist groß. So war es auch keine Frage, dass sich Vorstand Volker Geuder im Rahmen der „Woche des Sehens“ engagierte.

Erlebnisgang der CBM in Erlangen

In der Woche des Sehens war der Erlebnisgang der CBM die Hauptattraktion bei zwei Aktionstagen der Erlanger Augenklinik. Der Erlebnisgang kam beim Klinikpersonal, bei Besuchern und vor allem bei Erlanger Schülern gut an.

Acht Schulklassen nahmen an einer Unterrichtseinheit teil, welche durch CBM-Mitarbeiter gestaltet wurde. Im Anschluss daran erklärte ein selbst betroffener Mitarbeiter der PRO RETINA, wie man mit Blindenführhunden umgeht und unterschiedliche Hilfsmittel eingesetzt werden können. Zudem stand eine Vortragsreihe zum Thema Augenerkrankungen auf dem Programm.

5. Partner der Woche des Sehens

Acht Verbände tragen die Woche des Sehens

Hier die einzelnen Partner in einer Kurzdarstellung:



Christoffel-Blindenmission e.V. (CBM)

Die CBM ist eine internationale christliche Entwicklungsorganisation, deren Hauptziel es ist, die Lebensqualität der ärmsten Menschen dieser Welt zu verbessern, die behindert sind oder in der Gefahr stehen, behindert zu werden. Die CBM arbeitet mit Partnerorganisationen in den einkommensschwachen Ländern zusammen, um Gesundheitsdienste anzubieten, Kindern mit Behinderungen den Schulbesuch zu ermöglichen und behinderten Erwachsenen Zugang zu Rehabilitationsdiensten und einem Broterwerb zu verschaffen. www.cbm.de



Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V. (DBSV)

Der DBSV ist der Spitzenverband der rund 150.000 blinden und über 500.000 sehbehinderten Menschen in Deutschland. Seine bundesweit circa 250 Beratungsstellen, die kompetente Hilfe bei allen Fragen rund um Blindheit und Sehbehinderung anbieten, sind unter der bundesweit einheitlichen Telefonnummer (0 18 05) 66 64 56 zu erreichen (0,14 €/Minute, Mobilfunk ggf. abweichend). www.dbsv.org



Berufsverband der Augenärzte Deutschlands e.V. (BVA)

Der Berufsverband der Augenärzte vertritt die fachlichen und berufspolitischen Belange der deutschen Augenärzte und vermittelt augenärztliche Kompetenz in der Öffentlichkeit. Der Augenarzt ist der erste Ansprechpartner bei allen Formen einer Sehschwäche. Dank modernster Diagnostik ist er am ehesten in der Lage, die Ursachen einer drohenden Erblindung festzustellen und kann diese in vielen Fällen verhüten und die bestmögliche Therapie vorschlagen. www.augeninfo.de



Deutsches Komitee zur Verhütung von Blindheit e.V. (DKVB)

Das Deutsche Komitee zur Verhütung von Blindheit besteht als Verein seit 1980. Mitglieder sind Augenärzte, Vertreter von Blindenverbänden und Nichtregierungsorganisationen sowie Einzelpersonen, deren Ziel die weltweite Blindheitsverhütung ist. Vorstand und Mitglieder arbeiten ehrenamtlich.

www.dkvb.org



Deutsche Ophthalmologische Gesellschaft e.V. (DOG)

Die DOG ist die medizinisch-wissenschaftliche Fachgesellschaft für Augenheilkunde in Deutschland. Ihr Ziel ist die Förderung der Ophthalmologie vor allem in den Bereichen Forschung und Wissenschaft. Mit über 5.000 Mitgliedern zählt sie zu den bedeutenden medizinischen Fachgesellschaften in Deutschland. Gegründet wurde die DOG 1857 in Heidelberg. Sie ist damit die älteste medizinisch-wissenschaftliche Fachgesellschaft der Welt. Ein besonderes Anliegen der Gesellschaft ist die Bekämpfung vermeidbarer Erblindung und ihrer Ursachen. Die DOG unterstützt daher die Initiative VISION 2020 und beteiligt sich rege an deren vielfältigen Aktivitäten. www.dog.org



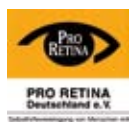
Deutscher Verein der Blinden und Sehbehinderten in Studium und Beruf e.V. (DVBS)

Als Selbsthilfeorganisation fördert der Verein alle Blinden und Sehbehinderten in akademischen und verwandten Berufen sowie den entsprechenden Ausbildungsgängen und vertritt ihre sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Belange, vor allem in Fragen der Aus- und Fortbildung, der Rehabilitation und des Berufs. www.dvbs-online.de



Hilfswerk der Deutschen Lions e.V. (HDL)

Das Hilfswerk der Deutschen Lions unterstützt den Kampf gegen die vermeidbare Blindheit unter dem Motto „Lichtblick für Blinde“ vor allem durch den Auf- und Ausbau von augenmedizinischen Kliniken, die Finanzierung von Stipendien für Augenärzte und die Bereitstellung von Material und mobilen augenmedizinischen Diensten in Entwicklungsländern. In Deutschland wird der Aufbau von Hornhautbanken gefördert. www.lions-hilfswerk.de



PRO RETINA Deutschland e.V. (PRO RETINA)

Die PRO RETINA Deutschland e.V. ist die Selbsthilfevereinigung der Menschen mit Netzhautdegenerationen. Dies umfasst die Krankheitsbilder Retinitis Pigmentosa, Makula-Degeneration, das Usher-Syndrom und seltene Formen der Netzhautdegeneration. Die 6000 Mitglieder sind in 60 Regionalgruppen und Fachgruppen organisiert. Neben der Patientenberatung steht die Förderung der Forschung im Vordergrund. www.pro-retina.de

6. Förderer und Sponsoren

Finanziert wurde die Woche des Sehens durch die Beiträge der acht Partner sowie durch Förder- und Sponsorengelder.



Die Carl Zeiss Meditec AG ist langjähriger Sponsor und konnte auch 2009 für eine Unterstützung gewonnen werden.



Die Aktion Mensch förderte die Woche des Sehens bereits zum achten Mal.

Unser herzlicher Dank gilt diesen Unterstützern, die die Projektwoche nicht nur finanziell, sondern auch ideell voranbringen und eine Aufklärungskampagne in dieser Größenordnung erst ermöglichen.

7. Organisation

Der Aufbau der Woche des Sehens ist dreigeteilt. Auf Vorstandsebene treffen sich alle Partner der Kampagne mindestens einmal jährlich in einer Vollversammlung. Hier wird über die strategische Ausrichtung der Projektwoche, wie z.B. Schwerpunkte, übergreifende Aktionen oder Finanzierungsmöglichkeiten entschieden.

Die Koordinationsgruppe ist für die operative Umsetzung der strategischen Vorgaben verantwortlich. Ihre Aufgabe besteht darin, die Interessen der einzelnen Partner zu bündeln, die zentralen Aktionen vorzubereiten, Sponsoren zu gewinnen und die Kommunikationsmaterialien zu entwickeln. Mitglieder der Koordinationsgruppe waren 2009 Mitarbeiter des BVA, der CBM, des DBSV, des DVBS, der DOG und der PRO RETINA.

Zur Bewältigung der umfangreichen Aufgaben sowie zur persönlichen Kontaktpflege und Hilfestellung bei der Suche nach Kooperationspartnern waren auch 2009 wieder zwei Koordinatorinnen in den Räumen der CBM in Bensheim und des DBSV in Berlin tätig.

8. Elemente der Kampagne

Die Woche des Sehens 2009 sprach die Mitglieder der Partnervereine und -verbände sowie die breite Öffentlichkeit mit einem vielseitigen Kommunikationsmix an, der im Folgenden vorgestellt wird. Auch 2009 wählte die Woche des Sehens ein Kampagnenmotiv mit hohem Wiedererkennungsfaktor aus (siehe Titel).

8.1 Teilnehmermotivation

In Rundschreiben und über interne Publikationen wurden die Mitglieder der einzelnen Partner aufgerufen, sich aktiv an der Woche des Sehens zu beteiligen. Durch persönliche Anschreiben wurden auch verstärkt externe Interessierte eingebunden und zur Teilnahme an der Projektwoche eingeladen. Kontinuierliche persönliche Kontaktpflege per E-Mail und Telefon motivierte potenzielle Veranstalter, die von den Koordinatorinnen mit Rat und Ideen unterstützt wurden. Der Aktionsleitfaden informierte zu den Themen der Kampagne und bot detaillierte Tipps für Veranstaltungen und deren Durchführung.

8.2 Kommunikationspaket

Allen Beteiligten wurden kostenfreie Kommunikationsmaterialien für ihre Veranstaltungen angeboten. Zwei unterschiedliche Paketgrößen waren verfügbar, individuelle Pakete konnten über die Projektkoordination bestellt werden. Die einzelnen Materialien ließen Freiraum für individuelle Ankündigungen und integrierten die regionalen Veranstaltungen durch ein einheitliches Erscheinungsbild in die bundesweite Aufklärungskampagne.

Folgendes Material wurde angeboten: Plakate DIN A2, Handzettel DIN A5, Informationsbroschüren, Simulationsbrillen, Luftballons, eine DVD mit Vorlagen für Vorträge und Pressemitteilungen sowie Hintergrundinformationen zu den einzelnen Themen und die DVBS-Broschüre „Altern und Blindheit“.

8.3 Hörfunkspot

2009 konnte die Kampagne die Fernsehjournalistin Gundula Gause als Schirmherrin gewinnen. Mit ihr wurde ein Hörfunkspot produziert.

Dieser Spot wurde zwischen dem 5. und 13. Oktober bei unterschiedlichen Hörfunkstationen wie z.B. MDR 1, Klassikradio und Jazzradio bundesweit gesendet. Er wurde 492-mal geschaltet und erreichte über 14 Millionen Hörer.

8.4 Pressearbeit und Resonanz in den Medien

Die erfolgreiche Pressearbeit der Woche des Sehens wurde auch in diesem Jahr mit sieben Pressemitteilungen fortgesetzt. Die erste stellte im Juli die neue Schirmherrin vor. Anfang September ging die Vorankündigung der Woche des Sehens an die Redaktionen. Direkt vor der Aktionswoche gab es eine Start-Pressemitteilung mit Verweis auf die drei Themenstränge. An den Folgetagen wurden die Presseerklärungen zu den Spezialthemen an die entsprechend selektierten Redaktionen der Tagespresse versandt.

Printmedien

Die Print-Auflage erreichte hochgerechnet rund 27,5 Millionen. Das bedeutet eine Steigerung von über 14 Prozent gegenüber dem Vorjahr, ein bemerkenswertes Ergebnis, da der Printmarkt in Deutschland seit geraumer Zeit schrumpft.

Zu den auflagenstärksten Print-Titeln gehörten in diesem Jahr BILD München, WAZ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung), Gießener Allgemeine, frau aktuell, Hamburger Abendblatt, Neue Ruhr Zeitung Essen, Leipziger Volkszeitung, Berliner Woche und die B.Z. Berlin.

Besonders ausführliche Artikel waren zu finden in folgenden Print-Medien: Frankenpost Hofer Anzeiger, Ostsee-Zeitung und Lübecker Nachrichten, Kieler Nachrichten, Offenburger Tageblatt, Saarbrücker Zeitung, Pfälzischer Merkur, Mannheimer Morgen, Freies Wort, Rheinische Post, WAZ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung), Mittelbayerische Zeitung, Lausitzer Rundschau, Hamburger Abendblatt, Sächsische Zeitung, Braunschweiger Zeitung, Wochenblatt, Rhein-Zeitung, Freie Presse, Neue Westfälische, Giessener Anzeiger, B.Z. und Schwäbische Zeitung. Auch in den BAGSO Nachrichten, einer Zeitschrift für Aktive in Seniorenarbeit und Seniorenpolitik, sowie im EBU-Newsletter der European Blind Union, der viersprachig in 45 Mitgliedsländern erscheint, wurde über die Woche des Sehens berichtet.

TV

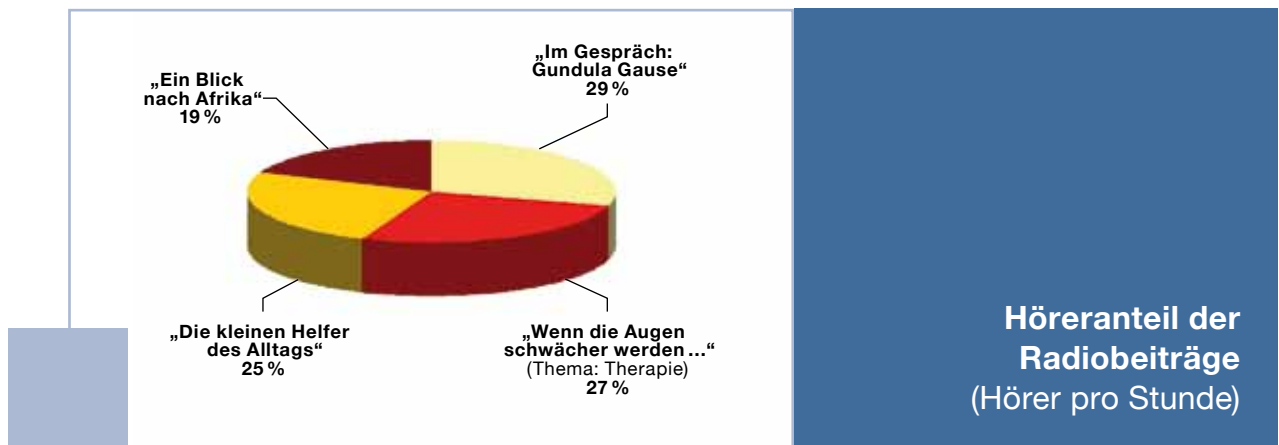
Unter anderem berichteten folgende Fernsehsender – teils mehrfach – über die Woche des Sehens: SWR3, WDR3, MDR3, VOX, RBB, ARD 1 Extra und RTL Nordrhein-Westfalen.

Rundfunk

Die neue Schirmherrin der Woche des Sehens, Gundula Gause, stellte sich für ein Interview zur Verfügung, das für einen vorproduzierten Radiobeitrag genutzt wurde. Damit wurden annähernd 1 Millionen Hörer erreicht.

Zu jedem der drei Schwerpunktthemen gab es wie in den Vorjahren je einen sendefertigen Beitrag und ein Interview. An der Spitze lag das Ärztethema mit 870.000 Hörern, es wurde vor allem in den Bundesländern Berlin, Mecklenburg Vorpommern,

Brandenburg und Sachsen-Anhalt gesendet. Die Beiträge der Selbsthilfe erreichten 820.000 und das Hilfswerkethema 617.000 Hörer. Die „klassischen“ drei Radiothemen hatten insgesamt 2.307.000 Hörer gegenüber 2,2 Millionen im Vorjahr erreicht.



Online

Seit zwei Jahren gibt es eine Auswertung der Internet-Resonanz zur Woche des Sehens. Die Zahl der Meldungen konnte im Vergleich zum Vorjahr um 14 Prozent gesteigert werden. Dazu trugen vor allem die Internetauftritte der Printmedien bei, aber auch Seiten wie Yahoo!Nachrichten und die Landesportale von Baden-Württemberg und Sachsen.

Viele Nachrichtenportale berichteten mehrfach, darunter sr-online.de (Saarländischer Rundfunk), ool.de (Ophthalmologische Nachrichten) und derwesten.de (Westdeutsche Allgemeine Zeitung).

8.5 Internetauftritt

Die Homepage der Woche des Sehens lieferte allen Interessierten zahlreiche Informationen rund um das Thema Sehbehinderung und Blindheit sowie detaillierte Informationen zu den jeweiligen Schwerpunktthemen. Alle Materialien standen zum Download bereit. Über ein Formular konnte das kostenlose Material auch direkt angefordert werden. Bei Rückfragen konnten die Projektkoordinatorinnen zu Rate gezogen werden. Bei der Gestaltung des Internetauftritts wurde großer Wert auf Barrierefreiheit und Nutzerfreundlichkeit gelegt.

Im Pressebereich konnten Journalisten und Interessierte die aktuellsten Pressemitteilungen sowie den Hörfunkspot, die Interviews und Bildmaterial herunterladen. Der mittlerweile etablierte Veranstaltungskalender informierte über alle angemeldeten Aktionen. Die Eingabe einer Postleitzahl oder eines Ortes ermöglichte potenziellen Besuchern, Angebote in ihrer Nähe herauszufinden. Ein neuartiges Auswertungstool ermöglicht eine noch präzisere Darstellung der Seitenaufrufe der Homepage.

Diese verzeichnete ganzjährig kontinuierlich Besucher, wodurch auf ein anhaltendes allgemeines Interesse am Thema geschlossen werden kann. Im September lag die Zahl der Besucher bei über 3000. Diese Zahl stieg im Oktober auf über 7000 Besucher an.

Die Homepage der Woche des Sehens

9. Fazit und Ausblick

- 2009 lag die Anzahl der Veranstaltungen deutlich höher als im Vorjahr.
- Die Woche des Sehens hat folglich einen festen Platz im Terminkalender der Akteure eingenommen.
- Eine Steigerung der Printpresseberichte trotz des schrumpfenden Printmarktes spricht für sich.
- Der mit Gundula Gause produzierte Radiospot erreichte über 14 Millionen Hörer.
- Die in Kooperation mit einer Mediaagentur vorproduzierten Radiobeiträge und -interviews erreichten 10 Prozent mehr Hörer gegenüber dem Vorjahr.
- Dank Gundula Gause wurde ein Top-Ergebnis von insgesamt 3.270.000 Hörern erreicht.
- Die Berichterstattung im Internet weist eine Steigerung von über 14 Prozent auf.
- 2009 wurde die Kampagne erstmals zugunsten des Themas Sehbehinderung erweitert. Ziel für die kommenden Jahre wird sein, dieses Potenzial weiter auszubauen und noch mehr Menschen für die Anliegen der Woche des Sehens zu begeistern.
- 2010 findet die Woche des Sehens vom 8. bis 15. Oktober statt.

Die Partner der Woche des Sehens



Woche des Sehens
c/o Christoffel-Blindenmission
Deutschland e.V.
Nibelungenstraße 124
64625 Bensheim