



[augen]

woche des sehens
blindheit. verstehen. verhüten.

Sehen, was geht!

Aktionsleitfaden
Woche
des Sehens
8.–15. Oktober 2011

Ideen und Tipps zur
Organisation von Aktionen
www.woche-des-sehens.de

Inhaltsverzeichnis

1 Vorwort	3
1.1 Einführung	4
1.2 Die Partner der Woche des Sehens 2011	5
1.3 Unsere drei Themenschwerpunkte in diesem Jahr	5
1.4 LowVision-Kongress	8
1.5 Radiospot mit Gundula Gause	9
1.6 Plakat „Sehbehinderung – was heißt das?“	9
2 Aktionsmöglichkeiten für Augenkliniken und Augenärzte	10
2.1 Fachvortrag	10
2.2 Tag der offenen Tür	11
2.3 Telefonforen	12
2.4 Frage-Forum im Radio	13
3 Aktionsmöglichkeiten zum Thema: Sehen, was geht – weltweit Augenlicht retten!	14
3.1 Vorträge und Filme zu VISION 2020	15
3.2 Gottesdienstmaterial der CBM	15
3.3 Material-Verleih der CBM	15
3.4 Aktionsstände zum Thema Blindheit und Armut	16
3.5 Verhüllungsaktion	16
4 Aktionsmöglichkeiten für Selbsthilfvereine und -organisationen	16
5 Aktionsmöglichkeiten für regionale Veranstalter	18
5.1 Beispiele aus den Vorjahren	18
6 Aktion 60 Se(h)kunden	24
7 Aktionsbeispiele im Detail	25
7.1 Aktionsstände in der Innenstadt	25
7.2 Aktionen im Dunkeln	25
7.3 Hörfilmvorführungen	26
7.4 Einführung in die Brailleschrift und Ihr Name in Blindenschrift	27
7.5 Blinde Computernutzer surfen im Internet	29
7.6 Stadt-Rallyes	29
7.7 Blind oder sehbehindert am Touchscreen	30
7.8 Tage der offenen Tür in Bildungseinrichtungen, ...	31
7.9 Vorführung digitaler Hörbücher im DAISY-Format	31
7.10 Blind mit den öffentlichen Verkehrsmitteln durch die Stadt	32
7.11 Der besondere Gottesdienst: „Sehbehindertensonntag“	32
7.12 Weitere Möglichkeiten	33
8 Aktionen für Schülerinnen und Schüler	34
8.1 Braille-Lesewettbewerbe an Blindenschulen	34
8.2 Weitere Aktionsmöglichkeiten	34
Service-Teil	
1. Veranstaltungskalender auf www.woche-des-sehens.de	36
2. Verlinkung Ihrer Homepage mit www.woche-des-sehens.de	36
3. Pressearbeit	36
4. Bestellung der Kommunikationsmittel	37
5. Ihre Ansprechpartner auf einen Blick	38
6. Spendenaktionen und Spendenquittungen	39
7. Schirmherrschaft	39
8. Finanzielle Förderung von Veranstaltungen	39

1 Vorwort



Bild: ZDF/Thomas Morice

Liebe Leserin, lieber Leser,

wissen Sie, wie sich Blindheit und Sehbehinderung wirksam verhindern lassen? Kennen Sie Hilfsmittel und Rehabilitationsmaßnahmen, die den Alltag sehbehinderter und blinder Menschen erleichtern? Und ahnen Sie, welche Folgen es hat, wenn diese Hilfen ausbleiben?

Nein?

Antworten liefert die diesjährige Woche des Sehens, die mit einer Vielzahl von Aktionen bundesweit vom 8. bis 15. Oktober stattfindet. Unter dem Motto: „Sehen, was geht!“ initiieren Augenärzte, Selbsthilfeorganisationen und internationale Hilfswerke zum zehnten Mal diese bewährte Aufklärungskampagne.

Es hat sich herumgesprochen: Unsere Gesellschaft altert. Die Augenkrankheiten, die in Deutschland die meisten Erblindungen verursachen, werden mit zunehmendem Alter häufiger. Rund 90 Prozent aller blinden Menschen leben in Entwicklungsländern. Die Hälfte von ihnen leidet an der Augenkrankheit Grauer Star, die durch eine Operation geheilt werden kann. Weitere 30 Prozent müssten nicht erblinden, wenn sie rechtzeitig Hilfe bekämen.

Die Jubiläumsausgabe der Woche des Sehens möchte vor allem eines: Mut machen! Wissen Sie, dass sich mit einfachen Vorsorgemaßnahmen und neuen Therapien Augenkrankheiten frühzeitig entdecken oder gar verhindern lassen? Die Folgen einer bereits eingetretenen Sehverschlechterung sind mit gezielter Beratung, speziellem Training und individuell abgestimmten Hilfsmitteln positiv zu beeinflussen. Darum ist es wichtig, zu „sehen, was geht!“ Sie ahnen, worauf ich hinauswill: Lassen Sie uns in dieser Hinsicht gemeinsam für mehr Aufklärung sorgen!

Ich freue mich, im Jubiläumsjahr dabei zu sein – seien Sie es auch!

Ihre



Gundula Gause

1.1 Einführung

Herzlich willkommen bei der zehnten Woche des Sehens vom 8. bis 15. Oktober 2011!

Wir freuen uns, dass Sie sich für unsere Kampagne interessieren und sich daran beteiligen möchten.

Die Woche des Sehens findet seit 2002 statt und hat sich über die Jahre zu der erfolgreichsten deutschen Aufklärungskampagne rund um die Themen Blindheit und Sehen entwickelt.

Unser diesjähriger Schwerpunkt lautet: „Sehen, was geht!“ Mehr dazu sowie alle weiteren wichtigen Informationen rund um die Aktionswoche erfahren Sie auf den folgenden Seiten. Ziel des Leitfadens ist es, Ihnen die Planung einer Veranstaltung im Rahmen der Aktionswoche zu erleichtern und Ihnen kreative wie praktische Tipps für aufsehenerregende Events zu geben.

Unterstützen Sie die Woche des Sehens und machen Sie auf die Bedeutung guten Sehvermögens und die Ursachen von Blindheit aufmerksam!

Wir stehen Ihnen mit Begleitung, Informationen, Materialien, Finanzierung und Ideen zur Seite!

Auf eine gute und erfolgreiche Zusammenarbeit freuen wir uns!



C Barrera
Carolina Barrera



Marion Körner
Marion Körner

(Projektkoordinatorinnen der Woche des Sehens)

c/o Deutscher Blinden- und
Sehbehindertenverband e.V. (DBSV)
Rungestraße 19 · 10179 Berlin
Telefon: (0 30) 28 53 87-280
Fax: (0 30) 28 53 87-200
c.barrera@woche-des-sehens.de

c/o Christoffel-Blindenmission
Deutschland e.V. (CBM)
Nibelungenstraße 124 · 64625 Bensheim
Telefon: (0 62 51) 131-284
Fax: (0 62 51) 131-199
info@woche-des-sehens.de

1.2 Die Partner der Woche des Sehens 2011

Die Woche des Sehens ist eine gemeinschaftliche Initiative von sieben Verbänden, Selbsthilfegruppen und international tätigen Hilfswerken, die sich mit den Themen Blindheit und Sehen befassen und diese aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten. Die Partner tragen die Kampagne ideell und finanziell.



Christoffel-Blindenmission Deutschland e.V.
(CBM)



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



Berufsverband der Augenärzte Deutschlands e.V.
(BVA)



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



Deutsche Ophthalmologische Gesellschaft e.V.
(DOG)



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



PRO RETINA Deutschland e.V.

1.3 Unsere drei Themenschwerpunkte in diesem Jahr

Sehen, was geht – Augenärzte schaffen Klarheit!

Sehen können ist ein Gut, dessen Wert vielfach unterschätzt wird. Erst, wenn das Augenlicht schwindet, stellen wir fest, welche Bedrohung dieser Verlust für unsere Lebensqualität darstellt.

In Deutschland werden in den kommenden Jahren immer mehr Menschen von Blindheit und Sehbehinderung betroffen sein. Lag die Zahl der Neuerblindungen 2010 Schätzungen zufolge bei 7.600, so werden es im Jahr 2020 voraussichtlich 9.500 sein.¹ Denn unsere Gesellschaft altert und die Augenkrankheiten, die hier für die meisten Erblindungen verantwortlich sind, werden mit zunehmendem Alter häufiger: Das Glaukom (Grüner Star), die Altersabhängige Makula-Degeneration (AMD) und die diabetische Retinopathie. Zu den Augenkrankheiten, die im Alter

1) Quelle: Knauer C, Pfeiffer N (2006) Erblindung in Deutschland – heute und 2030, Der Ophthalmologe (6), 103: 735-741

häufig auftreten, zählt auch die Katarakt (Grauer Star). Doch hierbei lässt sich die trüb gewordene Augenlinse in einer meist ambulant ausgeführten Operation durch ein Implantat ersetzen. Deshalb ist der Graue Star in Deutschland keine bedeutende Ursache für Blindheit oder Sehbehinderung. Die anderen genannten Krankheiten sind jedoch insofern tückisch, als die Patienten selbst lange keine Symptome bemerken. Augenärzten fallen jedoch bei der Untersuchung der Netzhaut und des Sehnervenkopfes schon früh erste Veränderungen auf. Sie können den Verlauf dann aufmerksam beobachten und die krankhaften Prozesse meist mit wirksamen Behandlungen stoppen. Gehen die Patienten dagegen erst zum Augenarzt, wenn sie selbst Sehverschlechterungen bemerken, sind häufig schon irreparable Schäden eingetreten.

Während der Woche des Sehens schaffen Augenärzte bundesweit mit Vorträgen, Informationsveranstaltungen und bei Telefonaktionen in Zusammenarbeit mit der örtlichen Presse Klarheit, weshalb es von so großer Bedeutung ist, Angebote zu Früherkennungsuntersuchungen zu nutzen.

Sehen, was geht – auch mit Sehbehinderung!

Die Selbsthilfeorganisationen der blinden und sehbehinderten Menschen möchten in der Woche des Sehens 2011 zeigen, was trotz Sehbehinderung alles möglich ist, wenn geeignete Rehabilitationsmaßnahmen und Hilfsmittel eingesetzt werden. Beim Thema „Vermeidbare Sehbehinderung“ steht in der Regel die medizinische Therapie im Vordergrund. So wird oft übersehen, dass bei der Rehabilitation der Betroffenen einiges im Argen liegt und dass zahlreiche Menschen in Deutschland mehr unter den Folgen einer Sehbehinderung leiden, als nötig wäre. Wenn die Augen schwächer werden, müssen viele vorher selbstverständliche Tätigkeiten neu gelernt werden, weil die optische Kontrolle fehlt. Dafür gibt es spezielle Trainingsmaßnahmen, die sowohl innerhalb als auch außerhalb der Wohnung wieder für mehr Selbstständigkeit sorgen.

Wer von einer Sehbehinderung betroffen ist, braucht zudem gezielte Beratung und auf den individuellen Bedarf abgestimmte Hilfsmittel. Dazu gehören nicht nur vergrößernde Sehhilfen, sondern auch spezielle Geräte, die den Alltag erleichtern, beispielsweise sprechende Uhren. Der richtige Mix aus individuell abgestimmten Hilfsmitteln und Rehabilitationsmaßnahmen kann Folgen einer Sehbehinderung verhindern – weder Stürze und Verletzungen noch der Rückzug aus dem gesellschaftlichen Leben müssen sein. Die Woche des Sehens 2011 möchte Mut machen und aufzeigen, was geht – auch mit Sehbehinderung!

Tag des weißen Stocks

Seit 1969 findet jährlich am 15. Oktober der „Internationale Tag des Weißen Stocks“ der Vereinten Nationen statt. Der Gedenktag geht auf US-Präsident Lyndon B. Johnson zurück, der fünf Jahre zuvor, am 15. Oktober 1964, in einem symbolischen Akt weiße Langstöcke an blinde Menschen übergeben hatte.

Seit dem Jahr 2002 ist der 15. Oktober in Deutschland zugleich der Abschlussstag der Woche des Sehens. Die Selbsthilfeorganisationen werden am diesjährigen Tag

des weißen Stocks aktuelle Themen aufgreifen, um auf Möglichkeiten und Probleme blinder Menschen in der Gesellschaft aufmerksam zu machen.

Sehen, was geht – weltweit Augenlicht retten!

Rund 90 Prozent aller blinden Menschen leben in Entwicklungsländern. Die Hälfte von ihnen leidet an der Augenkrankheit Grauer Star, die durch eine Operation geheilt werden kann. Weitere 30 Prozent müssten nicht erblinden, wenn sie rechtzeitig Hilfe bekämen. Die an der Woche des Sehens beteiligten Hilfswerke, die Christoffel-Blindenmission (CBM) und das Deutsche Komitee zur Verhütung von Blindheit (DKVB), engagieren sich dafür, dass Menschen in Entwicklungsländern nicht mehr an heil- oder verhütbaren Augenkrankheiten erblinden.



**Teufelskreis durchbrechen:
Durch rechtzeitige Vorsorge oder
Behandlung kann vielfach Blindheit und
damit Armut vermieden werden**

Bild: CBM

Dieses Ziel, das bis zum Jahr 2020 umgesetzt sein soll, wird bereits seit zehn Jahren durch die Initiative „VISION 2020 – das Recht auf Augenlicht“ vorangetrieben, an der sich beide Hilfswerke beteiligen. Bisher hat VISION 2020 dazu beigetragen, dass weltweit zehn Prozent weniger Menschen eine Sehbehinderung haben – und das trotz einer wachsenden Bevölkerung im Bereich der über 50-Jährigen, die von abnehmender Sehkraft am meisten betroffen sind. Auch die Anzahl der blinden Menschen ist zurückgegangen – um 13 Prozent (von 45 Millionen im Jahr 2004 auf 39,8 Millionen in 2010). Insgesamt ist das ein großer Erfolg. Trotzdem bleibt das Ziel der Initiative eine große Herausforderung, denn die Gründe für Sehbehinderungen und Blindheit sind vielfältig.

Häufigste Ursachen weltweit sind derzeit: Grauer Star, unkorrigierte Fehlsichtigkeit, Glaukom und Altersabhängige Makula-Degeneration. Während infektiöse Krankheiten wie Trachom oder Onchozerkose (Flussblindheit) global mit Erfolg bekämpft werden, treten chronische Augenkrankheiten wie Grauer Star, Altersabhängige Makula-Degeneration und diabetische Retinopathie häufiger auf.

Blindheit oder Sehbehinderung sind oft nicht angeboren, sondern hängen häufig eng mit Armut zusammen. Wo Armut herrscht, erscheint eine Vorsorge-Untersuchung als Luxus. Ist die Blindheit jedoch bereits eingetreten, vergrößert sie die Armut noch,

da der erblindete Mensch meist nicht mehr zum Unterhalt beitragen kann und die Familie ihn versorgen muss. Vieles lässt sich jedoch durch rechtzeitige Behandlung verhindern und wer am Grauen Star leidet, kann meist auch nach jahrelanger Blindheit geheilt werden.



**Augenlicht retten:
17 Millionen Menschen in
Entwicklungsländern,
die am Grauen Star
erblindet sind, warten
noch auf Heilung**

Bild: CBM / Tansania 2010

So wie die 57-jährige Joyce Kaaya aus Tansania. Als sie von einem CBM-Team bei einer Reihenuntersuchung entdeckt wurde, war die Bäuerin bereits gänzlich erblindet. Doch der Gesundheitshelfer machte ihr Hoffnung. Das sei Grauer Star und der könne operiert werden. Im Kilimanjaro Christian Medical Center in Moshi erhielt sie die ersehnte Operation und konnte bereits am Tag danach wieder sehen. Großartig für Joyce, die sich und ihre Tiere nun wieder selbst versorgen kann, aber auch für ihre Nichte Esther, die nun bei der Feld- und Hausarbeit nicht mehr einspringen muss und ihre Ausbildung zur Näherin wieder aufnehmen kann. So ist mit einer Operation gleich mehreren geholfen. Die in der Woche des Sehens engagierten Hilfswerke bitten um Unterstützung, um in Entwicklungsländern **zu sehen, was geht – und weltweit Augenlicht zu retten!**

1.4 LowVision-Kongress

Zur Eröffnung der Woche des Sehens findet am 7. und 8. Oktober im Essener „Haus der Technik“ der vierte Interdisziplinäre LowVision-Kongress statt. In den kommenden Jahren wird das Thema LowVision einen immer größeren Platz in der medizinischen Diagnostik und Therapie, der Rehabilitation, der Beratung und der speziellen Versorgung mit optischen und elektronischen Hilfsmitteln einnehmen. Die Versorgung sehbehinderter Menschen kann nur gelingen, wenn sich die verschiedenen Berufsgruppen interdisziplinär vernetzen.

Der alle drei Jahre stattfindende Kongress richtet sich an Augenärzte, Augenoptiker, Orthoptisten, Reha-Lehrer, Pädagogen und weitere Aktive in der Sehbehindertenarbeit. Dabei ist das Ziel, den Dialog zwischen den unterschiedlichen Fachdisziplinen, den Selbsthilfegruppen und -verbänden, den Institutionen für blinde und sehbehinderte Menschen und der Industrie zu fördern. Das Angebot fachübergreifender Themen soll die Kompetenz der Kongressteilnehmer stärken und ihnen die individuelle Beratung von Patienten bzw. Kunden erleichtern.

Beim diesjährigen Kongress finden zum ersten Mal sogenannte „Kontroversen“ statt, bei denen aktuelle LowVision-Themen diskutiert werden, etwa die Schnittstelle zwischen Augenärzten und Augenoptikern, die Selbsthilfe im Spannungsfeld zwischen Behinderten- und Patientenorganisation oder die Hilfsmittelrichtlinie und ihre Auswirkungen. Parallel werden Vorträge und Workshops zu den Bereichen „Regionale Netzwerkgestaltung“, „Aktuelle wissenschaftliche Studien“ und „Sehen im Alter“ angeboten.

Der LowVision-Kongress 2011 wird von der LowVision-Stiftung gemeinsam mit ACTO (Aachener Centrum für Technologietransfer in der Ophthalmologie) und dem AMD-Netz Nordrhein-Westfalen in Kooperation mit DBSV und DVBS veranstaltet. Mehr Infos unter www.lowvision-stiftung.de.

1.5 Radiospot mit Gundula Gause

„Was passiert, wenn Sie jetzt mal kurz die Augen schließen? Könnten Sie weiter das tun, was Sie gerade machen? ...“ Das ist ein Textauszug aus unserem Radiospot, der nach dem großen Erfolg im letzten Jahr auch zur diesjährigen Woche des Sehens bundesweit in verschiedenen Radiosendern geschaltet wird. Mit dabei ist auch unsere Schirmherrin Gundula Gause. Den gesamten Spot können Sie sich auf unserer Internetseite anhören.

Was können Sie tun?

Lassen Sie die Besucher Ihrer Veranstaltung spontan innehalten: beim Laufen, beim Essen oder Getränk einschenken. Fragen Sie die Menschen, was ihnen passieren würde, wenn sie genau jetzt die Augen schlössen. Geben Sie ihnen die Möglichkeit, so für die Situation und die Belange der betroffenen Mitbürger sensibilisiert zu werden.

1.6 Plakat „Sehbehinderung – was heißt das?“

Wir haben im vergangenen Jahr ein Plakat erstellt, auf dem zwei alltägliche Situationen abgebildet sind, zum einen mit den Augen eines „normal“ Sehenden wahrgenommen, zum anderen in vier Varianten, wie sie mit Augenkrankheiten wie dem Grauen Star (Katarakt), dem Grünen Star (Glaukom), der Altersabhängigen Makuladegeneration (AMD) sowie der Diabetischen Retinopathie „gesehen“ werden. Die Beispiele sollen veranschaulichen, wie sich jede Sehbehinderung individuell und ganz unterschiedlich auswirkt.

Das Plakat können Sie kostenlos bestellen (siehe Service-Teil Punkt 4 Bestellung der Kommunikationsmittel). Wir sind sicher, dass Sie es gut verwenden können! Ausführliche Informationen über die Funktion des Auges sowie zu den verschiedenen Augenkrankheiten finden Sie auf www.woche-des-sehens.de/das-auge.

2 Aktionsmöglichkeiten für Augenkliniken und Augenärzte

Die Woche des Sehens bietet für Augenarztkliniken und -praxen eine ideale Möglichkeit, um die Themen rund ums Auge zu kommunizieren. Machen Sie auf Ihre Praxis oder Ihre Klinik aufmerksam!

Die Woche des Sehens betreibt bundesweite Pressearbeit und versorgt die Redaktionen mit professionell aufbereiteten Hintergrundinformationen. Wir bieten Ihnen Musterpressemittelungen, die Sie an Ihre örtliche Tageszeitung und andere Medien weitergeben können.

Das kostenlose Kommunikationsmaterial lässt Raum für Ihre individuellen Veranstaltungsinformationen, bindet Sie aber mit einem einheitlichen Erscheinungsbild in die überregionale Aufklärungskampagne ein. Im Verlauf der letzten Jahre haben sich zunehmend mehr Augenärzte mit eigenen Veranstaltungen an der Woche des Sehens beteiligt. Schön, wenn Sie dieses Jahr (wieder) dabei sind!

! Entscheiden Sie, in welcher Form Sie mitmachen möchten. Die Aktionsmöglichkeiten sind vielfältig und werden im Folgenden beschrieben.

2.1 Fachvortrag

Ein Fachvortrag für Ihre Patienten und andere interessierte Besucher ist eine ideale Möglichkeit, um Augengesundheit in das Bewusstsein Ihrer Zuhörer zu rücken. Informieren Sie über die Bedeutung guten Sehens und die Möglichkeiten der Früherkennung. Weisen Sie darauf hin, wie wichtig ein regelmäßiger Besuch beim Augenarzt ist.



Veranstaltungen zur Woche des Sehens sind eine gute Gelegenheit, auf die Bedeutung der Früherkennung hinzuweisen

Bild: BVA

2011 liegt der augenärztliche Fokus auf dem Thema: „Sehen, was geht – Augenärzte schaffen Klarheit!“ Während der Woche des Sehens bieten Augenärzte Vorträge und Informationsveranstaltungen zur Bedeutung guten Sehens, zu Vorsorgeuntersuchungen und Therapiemöglichkeiten an.

Mustervortrag auf DVD

Um Ihnen die Arbeit zu erleichtern, haben wir Mustervorträge vorbereitet. Die DVD ist in unserem Aktionspaket enthalten. Alle Materialien können auch von www.woche-des-sehens.de heruntergeladen werden. Sie finden alle Dokumente ebenfalls im Separee (geschützter Login-Bereich für Mitglieder) auf www.augeninfo.de.

2.2 Tag der offenen Tür

Im Jahr 2010 beteiligten sich rund 60 Augenarztpraxen und Augenkliniken an der Woche des Sehens. Viele Kliniken öffneten ihre Hör- und Operationssäle für das allgemeine Publikum. So wurden die Möglichkeiten der Blindheitsverhütung öffentlichkeitswirksam präsentiert und für alle informativ dargestellt. Besonders attraktiv wird Ihre Veranstaltung durch ein ansprechendes Rahmenprogramm, bei dessen Gestaltung Sie freien Spielraum haben.



Bei einem Tag der Offenen Tür gewinnen die Besucher Einblick in die diagnostischen Möglichkeiten der Augenheilkunde

Bild: BVA

In den vergangenen Jahren bewährten sich folgende Programmpunkte:

- Kurzvorträge zu Augenkrankheiten, Sehhilfen sowie Blindheit in Deutschland und in den Entwicklungsländern.
- Besichtigung der Ambulanzen und Operationssäle, wobei die Besucher auch einen faszinierenden Blick durch ein Operationsmikroskop werfen konnten.

Während der Woche des Sehens haben Sie die Möglichkeit, bei der Carl Zeiss Meditec AG ein Gerätesystem auszuleihen.
Telefon: (0 36 41) 220 335.



Bitte beachten Sie, dass die Anzahl der Geräte begrenzt ist und daher nicht alle Anfragen positiv beantwortet werden können.

Besonders facettenreich wird Ihre Aktion, wenn Sie die Woche-des-Sehens-Partnerorganisationen ebenfalls einladen, sich an diesem Tag in Ihrer Klinik mit einem Aktionsstand zu beteiligen. Blinden- und Sehbehindertenverbände, Hilfswerke sowie Selbsthilfegruppen können Ihr Programm abrunden (z. B. mit einem Vortrag über die Situation blinder Menschen in Entwicklungsländern).

2.3 Telefonforen

Tageszeitungen bieten häufig Telefonforen an, in denen Experten den Lesern für Fragen zur Verfügung stehen. Das Thema Vorsorge beim Augenarzt wird bei vielen auf großes Interesse stoßen. Unter der Marke Woche des Sehens könnten Sie daher in der Zeit vom 8. bis 15. Oktober 2011 über Ihre Tageszeitung ein Telefonforum anbieten.

Fachkräfte stehen für alle Fragen zu den folgenden Punkten zur Verfügung: Augenerkrankungen, Sehhilfen oder Unterstützungsangebote für blinde Menschen in Deutschland sowie Hilfsprojekte für blinde und sehbehinderte Menschen in den Entwicklungsländern.



Ein Augenarzt führt im Rahmen eines Telefonforums eine Beratung durch

Bild: Woche des Sehens

Die Vorteile eines Telefonforums:

- Vergleichsweise geringer Zeitaufwand
- Berichterstattung durch die Tageszeitung (Ankündigung und Nachbericht)
- Regionale Wirkung
- Wetterunabhängig
- In der Regel kostenlos
- Gute Kombinationsmöglichkeiten mit anderen Aktionen

Unsere Empfehlungen:

- Geben Sie Ihrer Tageszeitung rechtzeitig Bescheid, damit der Termin langfristig eingeplant werden kann.
- Die genaue organisatorische Abstimmung erfolgt mit der beteiligten Tageszeitung
- Lassen Sie sich von den Koordinatorinnen der Woche des Sehens für die einzelnen Themenbereiche jeweils einen Fachmann oder eine Fachfrau aus dem Verbreitungsgebiet der Zeitung vermitteln.

■ **Wichtiger Hinweis!**

Bitte verwenden Sie für Ihre Veranstaltung das Logo der Woche des Sehens. Geben Sie dieses für die Berichterstattung unbedingt an Ihre Tageszeitung weiter. So wird sichergestellt, dass sich die Marke Woche des Sehens kontinuierlich weiter etabliert und der Bekanntheitsgrad der Kampagne gesteigert wird.

Das druckfähige Woche-des-Sehens-Logo erhalten Sie auf Anfrage unter: info@woche-des-sehens.de oder unter Telefon: (0 62 51) 131-284.

Einen Musterpresstext für die Ankündigung Ihrer Veranstaltung erhalten Sie unter: c.barrera@woche-des-sehens.de oder unter Telefon: (0 30) 28 53 87-280.

Sollte Ihre Zeitung bislang keine Erfahrungen mit Telefonforen haben, ist Folgendes zu beachten:

- Raumbedarf: Es sollte ein ruhiger und entsprechend großer Raum mit mehreren Telefonanschlüssen zur Verfügung stehen.
- Zeitbedarf: Nicht länger als zwei Stunden, am besten vor- oder nachmittags.
- Ankündigung: Die Zeitung sollte die Teilnehmer in einer Vorberichterstattung vorstellen. Hilfreich sind eine kurze Erläuterung des Fachgebiets und der Funktionen, Fotos sowie die Durchwahl-Telefonnummern.
- Nachberichterstattung: Die wichtigsten Beiträge sollten erfasst werden. Dieser Artikel sollte in Rücksprache mit den Fachleuten erstellt werden (Logo nicht vergessen!).

2.4 Frage-Forum im Radio

Neben der Organisation eines Telefon-Forums in einer Tageszeitung können Sie auch regionale Radiosender ansprechen. Ihre Aktion profitiert auf diese Weise von einem größeren Verbreitungsgebiet.

■ **Wichtiger Hinweis!**

Es sollte eine Vor- und Nachberichterstattung geben und die Woche des Sehens muss in der Berichterstattung dargestellt werden.

3 Aktionsmöglichkeiten zum Thema: Sehen, was geht – weltweit Augenlicht retten!



Machen Sie sich für die weltweite Initiative VISION 2020 stark!

Wir bitten Sie, sich für die weltweite Initiative „VISION 2020 – das Recht auf Augenlicht“ stark zu machen. Diese verfolgt das ehrgeizige Ziel, die vermeidbare Blindheit bis zum Jahr 2020 zu überwinden. Denn 80 Prozent aller blinden Menschen weltweit müssten nicht blind sein, wenn ihnen rechtzeitig geholfen würde durch Vorsorge oder medizinische Behandlung. Auch 85 Prozent aller Sehbehinderungen wären vermeidbar.

Setzen Sie sich als Multiplikator der VISION-2020-Idee ein!

Nutzen Sie Ihre Expertise, um über den diesjährigen Schwerpunkt „Sehen, was geht – weltweit Augenlicht retten!“ zu informieren. Die Woche des Sehens unterstützt Sie mit allen erforderlichen Materialien. Gern vermitteln wir einen erfahrenen Referenten, um auf die Situation blinder Menschen in Entwicklungsländern hinzuweisen.



Ein Exemplar wird dem Kommunikationspaket der Woche des Sehens beiliegen, weitere Exemplare können Sie kostenfrei bei unserer Koordinatorin, Frau Marion Körner anfragen; E-Mail: info@woche-des-sehens.de, Telefon: (0 62 51) 131-284.

3.1 Vorträge und Filme zu VISION 2020

Auf der DVD im kostenlosen Aktionspaket der Woche des Sehens finden Sie einen Mustervortrag. Er informiert über die weltweite Initiative VISION 2020 und ihre Ziele. Auf www.woche-des-sehens.de steht er ebenfalls zum Download bereit.

3.2 Gottesdienstmaterial der CBM

Ab September finden Sie unter www.cbm.de/gottesdienstmaterial Anregungen und Vorlagen für die Gestaltung Ihres Gottesdienstes am 9. Oktober 2011. Laden Sie sich kostenlos das Material zum Motto „**Sehen, was geht – weltweit Augenlicht retten!**“ herunter. Ein weiteres Angebot für Kirchengemeinden ist das Magazin Okuli mit Vorschlägen für Gottesdienste, Konfirmandenarbeit und Religionsunterricht. Sie können dies kostenlos bei Frau Ilona Karin bestellen:
Telefon: (0 62 51) 131-286, okuli@cbm.de.

Über Förder- und weitere Aktionsmöglichkeiten der Woche des Sehens informiert Sie die Projektkoordinatorin Frau Marion Körner unter: (0 62 51) 131-284.

3.3 Material-Verleih der CBM



Folgende Materialien können Sie kostenlos leihen:

- **Filme zu VISION 2020**
Die CBM bietet Ihnen die Möglichkeit, kostenlos Filme über VISION 2020 auszuleihen.

- **Materialkoffer „Blindheit erfahrbar“**
Zum spielerischen Kennenlernen der Themen „Blindheit / Entwicklungsländer“ gibt es einen Materialkoffer mit folgendem Inhalt: Taststock, Klingelball, Blindenalphabet, Blindenschreibtafeln, Tastfibel, Methodische Anleitung. Bitte reservieren Sie den Koffer 6 bis 8 Wochen im Voraus telefonisch unter: (0 62 51) 131 - 294. Es sind nur wenige Exemplare vorhanden! Für Filme und Materialkoffer zahlen Sie nur die Rücksendekosten.

Folgende Materialien können Sie kostenlos bestellen:

- **Broschüre „Freie Sicht aufs Leben“**
Infobroschüre zu den wichtigsten Augenerkrankungen, die in Deutschland eine Rolle spielen. Herausgeber: Carl Zeiss Meditec und CBM.
- **Braille-Alphabete**
- **Flyer zur Einführung ins Braille-ABC für Lehrer/-innen**
- **Materialien für Schulen finden Sie auf Seite 35 beschrieben**

Für nähere Informationen und Bestellmöglichkeiten besuchen Sie die Seite www.cbm.de/material oder schreiben Sie an material@cbm.de.
Materialbestellungen können Sie auch an folgende Adresse richten:
Christoffel-Blindenmission Deutschland e.V. · Referat Kampagnen & Aktionen
Nibelungenstraße 124 · 64625 Bensheim · Telefon: (0 62 51) 131-294

3.4 Aktionsstände zum Thema Blindheit und Armut

Weltweit besteht ein direkter und deutlicher Zusammenhang zwischen Behinderung, Armut und sozialer Ausgrenzung. An einem Aktionsstand in Ihrer Stadt können Sie mit interaktiven Elementen auf diesen Zusammenhang hinweisen und darauf, dass Blindheitsverhütung gleichzeitig zur Armutsbekämpfung beiträgt.



Vermeidbare Blindheit verhindern: Ein Euro kostet eine Vitamin-A-Kapsel, die ein Kind ein Jahr lang vor Kinderblindheit schützt

Bild: CBM/Hartung

3.5 Verhüllungsaktion

Die Verhüllungsaktion gehört zu den Veranstaltungsklassikern der Woche des Sehens. In den vergangenen Jahren haben wir damit überaus gute Erfahrungen gemacht. Die Verhüllung der Augen einer bekannten Statue durch eine stadtbekannt Persönlichkeit auf einem belebten Platz symbolisiert die Bedeutung guten Sehens. In dem Zusammenhang machen Sie auf die Kampagne „VISION 2020 – das Recht auf Augenlicht“ aufmerksam und veranschaulichen, dass gutes Sehvermögen nicht selbstverständlich ist.

4 Aktionsmöglichkeiten für Selbsthilfevereine und -organisationen sowie sonstige regionale Veranstalter

Menschen in Deutschland, die von Sehbehinderungen bedroht oder betroffen sind, deren Angehörige sowie interessierte Bürger, die etwas über Sehbehinderungen und den Umgang damit erfahren möchten, sind die diesjährige Zielgruppe der Selbsthilfe. So bieten sich vielfältige Aktionsmöglichkeiten an. Der Veranstaltungsort sollte zentral gelegen und gut erreichbar sein und kann z. B. gefunden werden in Räumen von Senioreneinrichtungen, Stadtteilläden, Rathäusern, Hotels, Büchereien, Optikerläden, Gemeindehäusern oder sozialen Einrichtungen. Sichern Sie sich rechtzeitig den Raum für Ihre Woche-des-Sehens-Aktion, denn in vielen der Einrichtungen finden ständig Aktivitäten statt, sodass eine frühzeitige Reservierung unbedingt anzuraten ist.

Folgende Schwerpunkte bieten sich an:

- Der Umgang mit der neuen Lebenssituation will bewältigt werden. Das Motto kann hier lauten: „Meine Augen lassen nach, aber ich selbst noch lange nicht.“ Betroffene berichten über eigene Erfahrungen.
- Betroffene verraten Tricks für den Alltag.
- Mobilitätstrainer geben Tipps für die eigenen vier Wände oder referieren zum Thema: „Sicher durch den Straßenverkehr“.
- Vertreter der Selbsthilfe informieren über die vielfältigen Angebote ihres Vereins.
- Experten beraten zum Antrag auf einen Schwerbehindertenausweis, zu Sozialleistungen und Reha-Möglichkeiten.
- Bitten Sie einen Augenarzt, zum LowVision-Thema „Wenn die Brille nicht mehr reicht“ einen Vortrag zu halten.
- Laden Sie den Vertreter einer regionalen PRO RETINA-Gruppe ein, um über die Altersabhängige Makula-Degeneration zu informieren.
- In Hilfsmittelausstellungen lernen die Veranstaltungsbesucher „die kleinen Alltagshelfer“ kennen.
- Bedenken Sie, dass ältere Personen unter Umständen auf Hilfe angewiesen sind, um eine Veranstaltung besuchen zu können. Bieten Sie, wenn möglich, einen Abholservice an.
- Gestalten Sie Ihre Aktion mit mehreren Partnern der Woche des Sehens gemeinsam. So kann ein breit gefächertes, attraktives Programm geboten werden, das zahlreiche interessierte Besucher und die Medien anlockt.
- Infostände runden die Veranstaltung ab und bieten den Interessierten die Möglichkeit, sich weiter zu informieren.
- Verteilen Sie Simulationsbrillen an die sehenden Veranstaltungsbesucher, damit diese sich in die Situation der betroffenen Menschen hineinversetzen können. Binden Sie unsere 60 Se(h)kunden-Aktion in Ihre Veranstaltung mit ein. (Siehe dazu Punkt 6)

Aktionsvorschläge:

- Simulation von Blindheit sowie verschiedener Auswirkungen von Sehbehinderung. Mit Simulationsbrille bewältigen Probanden diverse Alltagsaufgaben (eingießen von Getränken, Fahrplan lesen, essen etc.); mögliche Aktionspartner sind Augenärzte, Optiker und Reha-Lehrer.
- Mobilitätstraining mit Dunkelbrille (Ansprechpartner können Reha-Lehrerinnen und -Lehrer sein).
- Auslegen tastbarer Bilder (Tierbilder, Landkarten, Stadtpläne), die unter der Dunkelbrille erfühlt werden müssen. Entsprechendes Material können Sie, wenn Sie es nicht bereits besitzen, über die Deutsche Zentralbücherei (DZB) in Leipzig, die Deutsche Blindenstudienanstalt (BLISTA) in Marburg oder den Verein zur Förderung der Blindenbildung (VZFB) in Hannover beziehen.

■ Wichtiger Hinweis!

Bitte beachten Sie auch unsere detailliert beschriebenen Aktionsbeispiele unter Punkt 7!

5 Aktionsmöglichkeiten für regionale Veranstalter

Die Woche des Sehens lebt vom Mitmachen; die Veranstaltungen sind deshalb das Kernstück der Woche des Sehens. Im gesamten Bundesgebiet fanden im Jahr 2010 über 350 Aktionen statt, die Partnervereine und -verbände der Aufklärungskampagne durchführten. Erfreulich war die Teilnahme externer Veranstalter wie zum Beispiel des Tourismusverbands Mecklenburgische Seenplatte e.V. mit dem Projekt „Tourismus für Alle“ sowie des „Vereins für GESUNDES SEHEN“, die die Ziele der Woche des Sehens mit ihren Aktionen unterstützten. Erstmals gab es in diesem Jahr Events im Internet, so zum Beispiel einen Experten-Chat zum Thema „Diabetische Retinopathie“. Es wurden zahlreiche Telefonforen angeboten.

5.1 Beispiele aus dem Vorjahr

Folgend geben wir einen Eindruck der vielfältigen Veranstaltungen 2010:

Hildesheim

Am 8. Oktober hatte der Vorsitzende des Vereins für GESUNDES SEHEN e.V. zum Sehtreff eingeladen. Bei seinem Vortrag mit Übungen zum ganzheitlichen Sehtraining gab er eine Einführung in seine Arbeit und wies dabei auch auf die Grenzen der alternativen Methoden hin. Er stellte das breite Feld vor, auf dem die Mitglieder sich bewegen: Von A wie Apfelbeeren – deren Inhaltsstoffe besonders gut für die Augen sind – über M wie müde Augen bis Z wie das Zusammenspiel von „Augen und Psyche“. Während der Woche des Sehens hatten Vereinsmitglieder insgesamt 63 Veranstaltungen angeboten, unter anderem Augenspaziergänge, Vorträge und Workshops, ganzheitliches Sehtraining mit Augenübungen sowie Qi Gong für sehende und nichtsehende Interessierte mit anschließendem Dunkelessen. Unter dem Dach des jungen Vereins finden sich Sehtrainer, ganzheitlich orientierte Therapeuten,



Bilder: (li) Verein für GESUNDES SEHEN e.V.,
(Mitte) Woche des Sehens/Körner,
(re) Woche des Sehens/Brugger

Augenübung zum beidäugigen Sehen (li)
Augenübungen werden ausprobiert (Mitte)
„Augenspaziergang“ in Bremen (re)

Optiker und Augenärzte. Ihr Ziel ist, alternative Methoden zur Stärkung der Sehkraft weiterzuentwickeln, eine ganzheitliche Ausrichtung in der Augenheilkunde zu fördern und dieses Wissen zu vermitteln.

Weimar

Verständnis wecken und aufklären – das wollten die Organisatoren der Veranstaltung zum Tag des weißen Stocks in Weimar. Ausdrücklich hatten die Kreisorganisation Weimar/Apolda des Blinden- und Sehbehindertenverbandes Thüringen e.V. und die PRO RETINA-Landesgruppe auch sehende Mitbürger ins Congress Centrum eingeladen. Das vielseitige Programm umfasste ein begehbares Augenmodell, eine Hilfsmittelausstellung, Vorträge, „Singende Steine“, einen Schnupperkursus im Tischballspielen sowie ein Benefizkonzert. Während der gesamten Woche des Sehens gab es barrierefreie Stadtführungen mit einem siebensitzigen Fahrrad.



Bilder: (li) Woche des Sehens / West, (Mitte/ re) Andreas Böhme

Das begehbare Augenmodell (li), „Singende Steine“, die unter Wasser verblüffende Geräusche erzeugen (Mitte) Die sehbehinderte Musikerin Petti West bei ihrem Auftritt (re)

Waren (Müritz)

Am 13. Oktober boten das Projekt „Tourismus für Alle“ und der Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. barrierefreie Führungen für blinde, sehbehinderte und sehende Besucher durch das Warener MÜRITZEUM sowie die historische Altstadt. Mit Simulationsbrille versetzten sich einige sehende Teilnehmer in die Rolle



Bilder: Woche des Sehens / West

Barrierefreie Führungen im Natur-Erlebnis-Zentrum MÜRITZEUM sowie durch die Warener Altstadt

eines Betroffenen und erkundeten auf diese Weise das Natur-Erlebnis-Zentrum und die Warener Straßen. Weitere Angebote während der Projektwoche waren barrierefreie Kirchenführungen, der Besuch des Bärenwaldes in Stuer sowie Vorträge über Barrierefreiheit.

Dresden

Im ausverkauften Deutschen Hygiene-Museum in Dresden fand am 15. Oktober eine Theateraufführung der besonderen Art statt. Gespielt wurde „Die Frau am Hafen von San Blas“ in einer Inszenierung von Jeronimo Romero Gonzalez, die gleichermaßen für ein blindes wie auch für ein sehendes Publikum konzipiert wurde. Mit bildhafter Sprache, Geräuschen und Musik, aber auch über Geruch, Geschmack und den Tastsinn wurde das Theaterereignis erlebbar.



Bilder: Jean Sebastian Nass

„Die Frau am Hafen von San Blas“ (li)
Das Ensemble des Theaterprojekts mit Schwarzbrille (re)

Tegernsee

Die Lions-Clubs der Zone Isar-Inn im LIONS-Distrikt Bayern-Süd luden am 9. Oktober zu einer Gala in den Barocksaal des Klosters Tegernsee ein. Bei der stimmungsvollen Veranstaltung stellten die sieben Clubs dem interessierten Publikum ihr Programm zur Blindheitsverhütung in Afrika vor. In dessen Mittelpunkt steht die Ausbildung einheimischer Augenärzte.



Bilder: Florian Flatow

Dr. Henry Nkumbe berichtet über seine Arbeit in Afrika (li)
Begeisterter Applaus für den Vortrag von Dr. Nkumbe (re)

Einer der Stipendiaten, der mittlerweile für die Christoffel-Blindenmission (CBM) in Madagaskar arbeitet, berichtete von seinem Werdegang und seiner Arbeit in Afrika. Umrahmt wurden die Vorträge von Musikbeiträgen blinder und sehbehinderter Musiker sowie heiter-besinnlichen Kabaretteinlagen zum Thema Blindheit im zwischenmenschlichen Bereich. Viele der Besucher versetzten sich kurzzeitig in die Rolle eines blinden Menschen und tasteten sich durch den Erlebnisgang der CBM.

Würzburg

Was bedeutet Augeninnendruck und liegt er bei mir im gesunden Bereich? Was kann ich tun, wenn mein Kind sehbehindert ist? Wie kann ich mit einer Sehbehinderung lesen? Diese und andere Fragen wurden am 13. Oktober in Würzburg beantwortet.

Die Augenklinik des Universitätsklinikums hatte einen Nachmittag lang ihre Pforten für interessierte Besucher geöffnet. Der Bayerische Blinden- und Sehbehindertenbund e.V., die PRO RETINA, das Berufsförderungswerk, die Blindeninstitutsstiftung sowie die LowVision-Ambulanz der Augenklinik informierten die Besucher gemeinsam im Foyer der Klinik über ihre Arbeit. Interessierte Bürger waren eingeladen, durch kostenlose Sehtests und Augendruckmessungen, Hilfsmittelpräsentationen und medizinische Vorträge tiefer in die Themen einzusteigen.



Bild: Woche des Sehens

Infostand in Würzburg

Berlin

Das Blindenhilfswerk Berlin (BHW) veranstaltete an verschiedenen Orten der Stadt Aktionen mit Augenbinde, z. B. in der Mensa der Technischen Universität, im Schlossparktheater oder in einer Apotheke. Eine blinde und eine sehende Person des BHW suchten an diesen öffentlichen Orten den direkten Kontakt zu sehenden Menschen, um die Hemmschwelle gegenüber blinden Mitbürgern ein Stück abzubauen. Am Tag des weißen Stocks waren Studierende der Alice-Salomon-Hochschule eingeladen, die langen Flure ihrer vertrauten Bibliothek mit Augenmaske und Blindenlangstock zu durchqueren. Die intensiven Gespräche sowie die durchweg positive Resonanz bestärkten das Duo des BHW, ähnliche Aktionen im kommenden Jahr erneut durchzuführen.

Am 8. Oktober bot eine augenärztliche Gemeinschaftspraxis in Berlin-Prenzlauer Berg einen offenen Praxis-Nachmittag an. Kinder und Erwachsene besichtigten die Räume, ließen sich vom Praxisteam die Geräte erklären oder machten einen Sehtest und informierten sich über Augenkrankheiten. Besonders interessant war der Blick durch die Spaltlampe, um sich das Auge „wie der Arzt“ anzusehen.



Bilder: (li) Blindenhilfswerk Berlin e.V., (re) Woche des Sehens / West

**Eine neue Erfahrung: Das Löffeln einer Süßspeise mit Augenmaske (li)
Praxisteam und Gast neben augendiagnostischen Geräten (re)**

Lüneburg

Am 9. Oktober lud die Gruppe Lüneburg des Regionalvereins Nord-Ost-Niedersachsen zu einem Tag der offenen Tür in ihre Beratungsstelle ein. Über 80 Interessierte informierten sich über die Angebote der Blinden- und Sehbehindertenselbsthilfe, lernten die „Landeszeitung“ auf CD kennen und knüpften neue Kontakte. Hilfsmittelanbieter stellten neue und altbewährte Produkte vor. Vertreter des „Instituts für Rehabilitation und Integration Sehgeschädigter e.V.“ (IRIS) aus Hamburg gaben an ihrem Infostand Auskunft zu den Themen „Orientierung und Mobilität“, „Lebenspraktische Fähigkeiten“ sowie zu weiteren Schulungsprogrammen.



Bild: Gunhild Hanstedt

Tag der offenen Tür in Lüneburg

Eine Mitarbeiterin des vor Kurzem im DBSV in Berlin gegründeten „Beratungsdienstes Auge“ präsentierte ihre Arbeit. Eigens aus dem Schleswig-Holsteinischen

Landesverband war ein Redner angereist, der über den aktuellen Stand des Kampfes um den Erhalt des Landesblindengeldes sowie über die Versorgung seiner Mitglieder im ländlichen Raum referierte.

Bayern

Die Christoffel-Blindenmission (CBM) und der Bayerische Blinden- und Sehbehindertenbund e.V. besuchten vom 11. bis 15. Oktober vier Schulen in Bayern. Über 800 Schüler erfuhren im Unterricht, wie mit vergleichsweise einfachen Mitteln Blindheit in Entwicklungsländern verhütet werden kann und welche Hilfsmittel blinde Menschen in Deutschland einsetzen. Nach der Unterrichtseinheit konnten die Schüler den Erlebnisgang der CBM durchlaufen, um sich kurzzeitig in die Rolle eines blinden Menschen hineinzusetzen.

Karlsruhe

An fünf Abenden präsentierte sich die Augenklinik der St.-Vincentius-Kliniken mit ausgewählten Themen der Augenheilkunde. Dia-Vorführungen und Vorträge informierten über Augenerkrankungen und deren augenchirurgische Behandlungsmöglichkeiten. Am Informationsabend zum Grauen Star gaben Mitarbeiter des Operationsbereichs Einblick in den Ablauf einer Star-Operation und erklärten Instrumente und Geräte. Vertreter des Badischen Blinden- und Sehbehindertenvereins, der Selbsthilfegruppe Blickpunkt e.V., des Deutschen Diabetikerbundes sowie Rehabilitationslehrer stellten ihre Arbeit vor und standen für Fragen zur Verfügung. Hilfsmittelversorger waren mit einer breiten Palette vergrößernder Sehhilfen vor Ort.



Bild: St.-Vincentius-Kliniken

Themenabend Diabetes am Auge. Oberarzt Dr. Felix Gora und Dr. Karoline Vanselow stehen für Fragen zur Verfügung

Leipzig

Am 12. Oktober veranstaltete die Kreisorganisation Leipzig-Stadt des Blinden- und Sehbehindertenverbandes Sachsen e.V. in ihren Räumen einen Tag der offenen Tür. Vereinsmitglieder sowie interessierte Bürger informierten sich über Augenerkrankungen sowie technische Hilfsmittel oder ließen sich von einem Optiker beraten. In einem Vortrag erfuhren sie alles über den Blindenführhund und es bestand die Möglichkeit,

die Blindenschrift kennenzulernen. Ein Referent des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverbandes aus Berlin war mit einer Tischballplatte angereist und wies in die Regeln des Spiels ein. Auch das Angebot des gemeinsamen Kaffeetrinkens als Treffpunkt und Austauschmöglichkeit kam bei den Besuchern gut an.



Bilder: Woche des Sehens / West

Torsten Resa vom DBSV erklärt das Tischballspiel (li)
Reger Austausch beim gemeinsamen Kaffeetrinken in Leipzig (re)

6 Aktion **60** Sekunden

Im Jahr 2007 startete unsere Sensibilisierungskampagne „60 Se(h)kunden“. Ein eigens dafür produzierter einminütiger Film fast nur mit Audiodeskription (gesprochener Bildbeschreibung) versehen, versetzt seine Zuschauer, die eigentlich Bilder erwarten, einen Moment lang in eine Situation von Blindheit und stellt die Bedeutung des Sehens eindrucksvoll in den Blickpunkt. Ziel dieser Aktion ist, das Bewusstsein für die Themen gutes Sehen, Sehbehinderung und Blindheit zu stärken.

Der Film kann von unserer Internetseite www.woche-des-sehens.de heruntergeladen werden und ist auf der DVD des Aktionspakets verfügbar.

Was können Sie tun?

Lassen Sie Ihre Aktion Teil von „60 Se(h)kunden“ werden. Bieten Sie Besuchern an, während Ihrer Veranstaltung 60 Sekunden lang eine Simulationsbrille oder eine Augenbinde zu tragen und damit Tätigkeiten des Alltags auszuüben (Getränke eingießen, Brote schmieren, verschiedene Materialien ertasten, Geld wechseln etc.), um einen Moment lang Blindheit oder Sehbehinderung zu „erleben“ und so für die Situation und Belange der betroffenen Menschen sensibilisiert zu werden.

Simulationsbrillen erhalten Sie auf Anfrage bei den Koordinatorinnen (siehe Seite 4).

7 Aktionsbeispiele im Detail

7.1 Aktionsstände in der Innenstadt

Die regionalen Partner der Woche des Sehens können die Aktionswoche nutzen, um gemeinsam auf die Themen „Blindheit“ und „Sehen“ aufmerksam zu machen und gleichzeitig ihre Organisation bzw. ihren Verband vorzustellen. Besonders empfehlenswert sind gemeinsame Infostände an einem zentral gelegenen Platz.

Wir empfehlen für die Vorbereitung:

- Sie sollten mindestens drei Monate vor der Aktion Kontakt zu den Verantwortlichen der anderen Woche-des-Sehens-Partner in Ihrer Region aufnehmen.
- Wichtig ist die richtige Auswahl des Standorts. Folgende Kriterien helfen Ihnen bei der Auswahl: Laufpublikum, zentral gelegen, nicht zu weiträumig, nicht zu laut.
- Die Genehmigung für die Standfläche, die Sie beim Rathaus (Bürgeramt) beantragen müssen, sollte folgende Punkte umfassen: ungefähre Standfläche, evtl. Ausschankgenehmigung. Für den Aufbau von Lautsprechern muss oftmals eine gesonderte Genehmigung eingeholt werden.
- Da das Wetter im Oktober wechselhaft sein kann, empfehlen wir den Aufbau von Zelten.
- Denken Sie rechtzeitig daran, dass Sie auch Strom benötigen. Anliegende Geschäfte sind in der Regel gern bereit, den Stromanschluss zu gewähren. An öffentlichen Plätzen gibt es oft Stromanschlüsse, auch das muss mit der Stadtverwaltung geklärt werden.
- Sinnvoll ist es, etwa zwei bis drei Wochen vor der Veranstaltung ein Treffen der Partner mit Ortsbesichtigung zu vereinbaren, um die Details zu besprechen.
- Kündigen Sie die Aktion auf den Plakaten der Woche des Sehens an. Besonders in Bäckereien, Apotheken, Drogerien oder anderen Geschäften können Sie auf Anfrage meistens mit Zustimmung rechnen und die Plakate anbringen.
- Eine offizielle Eröffnung, zu der auch die Presse und VIPs Ihrer Stadt (z. B. Bürgermeister, Behindertenbeauftragte etc.) eingeladen werden sollten, ist am besten auf 11 Uhr zu terminieren.

7.2 Aktionen im Dunkeln

- Der Klassiker: das Dunkelrestaurant
- Frühstück im Dunkeln für Schulklassen
- Gelesene Texte und Musikaufführungen in einer Dunkelbar
- Das besondere Erlebnis: Gottesdienst im Dunkeln

Beispiel: Dunkelrestaurant/ -café

Ein besonderes Highlight sind immer wieder Dunkelrestaurants oder -cafés. Für sehende Menschen ist es eine neue und interessante Erfahrung, in völliger Dunkelheit zurechtkommen zu müssen. Neben einem hohen Spaßfaktor wird ihnen gleichzeitig die Situation blinder Menschen im alltäglichen Leben verdeutlicht.

Die Vorteile dieser Aktion sind:

- Wetterunabhängig
- Höchst attraktiv für Presse und Öffentlichkeit

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Wählen Sie frühzeitig einen Veranstaltungsort, der mit relativ geringem Aufwand zu verdunkeln und an dem die notwendige Infrastruktur (Kaffeemaschine, Kühlschrank, Geschirr etc.) bereits vorhanden ist.
- Sorgen Sie für das erforderliche Material, das Sie zum Verdunkeln des Raumes benötigen (Vorhänge, Klebeband etc.) und richten Sie ihn so her, dass Gästen wie Kellnern eine gute Orientierung möglich ist. Überlegen Sie sich, was Sie im Dunkeln anbieten möchten und halten Sie dies in ausreichender Menge bereit.
- Klären Sie mit dem zuständigen Ordnungs- / Bürgeramt, ob für Ihre Veranstaltung eine Schankgenehmigung nötig ist und holen Sie diese gegebenenfalls ein.
- Laden Sie Prominente Ihrer Stadt und die Vertreter der örtlichen Presse ein. Eine solche Veranstaltung ist organisationsaufwändig, aber der garantierte Erfolg wird Sie für Ihre Mühe belohnen.

7.3 Hörfilmvorführungen

Ein Hörfilm ist mit einer gesprochenen Bildbeschreibung (Audiodeskription) unterlegt, damit blinde Menschen auch Zusammenhänge verstehen, die sich nicht aus den gesprochenen Dialogen erschließen. Ziel der Vorführung soll sein, die sehende Öffentlichkeit für den Zweck und die Notwendigkeit von Hörfilmen zu sensibilisieren.

Für Ihre Woche-des-Sehens-Veranstaltung stellen wir Ihnen einen Informationsfilm zur Verfügung, bei dem die erste Sequenz des Films „Der talentierte Mr. Ripley“ in drei Fassungen zu sehen ist: Zuerst ohne Bild mit Originalton, so wie blinde Menschen einen konventionellen Film erleben. Dann mit dem Originalton, zusätzlicher Audiodeskription, aber ohne Bild, so wie blinde Menschen einen Hörfilm erleben. Schließlich mit Originalton, Audiodeskription und Bild, damit die sehenden Zuschauer Bild und Audiodeskription vergleichen können (Gesamtdauer 13 Min.). Ort der Vorführung kann das Zelt des „Aktionsstands in der Innenstadt“ oder ein Raum in einer Augenklinik während eines Tags der offenen Tür sein. Auch mit Kinobetreibern kann man verhandeln, ob sie einen Saal für den „guten Zweck“ kostenfrei oder günstig zur Verfügung stellen. Besonders bei der Vorführung in geschlossenen Räumen empfiehlt es sich, anschließend einen Hörfilm in voller Länge zu zeigen. Äußerst wirkungsvoll ist es, wenn der Raum verdunkelt werden kann. Verteilen Sie alternativ Dunkelbrillen, damit sich die sehenden Zuschauer bei der Vorführung ohne Bild tatsächlich auf den Originalton und die Audiodeskription konzentrieren müssen.

Sollten Sie einen gesamten Film mit Audiodeskription zeigen wollen, ist – neben der Filmauswahl – die Frage der Verwendungsrechte zu klären. Bitte wenden Sie sich hierzu an die Projektkoordinatorin in Berlin, Frau Carolina Barrera, c.barrera@woche-des-sehens.de.

Auf der Internetseite der Hörfilm gmbH (www.hoerfilm.de) finden Sie die Filmtitel, die es bereits mit Audiodeskription gibt. In der Berliner Blindenhörbücherei, Berliner Allee 193-197, 13088 Berlin können Hörfilme ausgeliehen werden: Telefon: (0 30) 8 26 31-11, www.berliner-hoerbuecherei.de.

Die Vorteile der Vorführung sind:

- Überschaubarer Arbeits- und Zeitaufwand
- Wetterunabhängigkeit bei Vorführungen in geschlossenen Räumen
- Geringe Kosten, wenn Monitor und DVD- oder Video-Gerät privat organisiert werden können. Mit einem größeren Kostenaufwand muss gerechnet werden, wenn eine Projektionsleinwand und ein Beamer notwendig sind.
- Kombinationsmöglichkeiten mit den meisten anderen Aktionen
- Attraktiv für Presse und Öffentlichkeit

Wir empfehlen folgende Vorbereitung:

- Zwei Monate vorher sollte feststehen, wo die Hörfilm-Vorführung stattfinden soll. Vom Ort und der erwarteten Zuschauerzahl hängt es ab, ob ein Monitor ausreicht oder eine Projektionsleinwand benötigt wird. Wenn Sie bestuhlen wollen, achten Sie darauf, dass alle Zuschauer freien Blick zum Bild haben.
- Denken Sie daran, dass für die Vorführung Strom gebraucht wird und beantragen Sie gegebenenfalls die Stromversorgung (z. B. bei Aktionsständen).
- Vier Wochen vor der Veranstaltung sollte sichergestellt sein, dass die benötigte Technik am Veranstaltungstag bereitsteht.
- Den Informationsfilm bestellen Sie bitte bis zum 15. September bei der Woche-des-Sehens-Projekt Koordinatorin Frau Carolina Barrera, Telefon: (0 30) 28 53 87-280, Fax: (0 30) 28 53 87-200, c.barrera@woche-des-sehens.de. Er wird spätestens am 1. Oktober ausgeliefert.
- Laden Sie die Mitglieder der Blindenvereine und der Partnerorganisationen der Woche des Sehens so früh wie möglich persönlich per Brief ein.
- Eine Woche sowie zwei Tage vor der Veranstaltung senden Sie eine Pressemitteilung an die örtlichen Medien mit der Bitte um Abdruck. Schicken Sie eine persönliche Einladung an die Pressevertreter.
- Denken Sie daran, dass DVD- und Videoplayer, Monitor und Beamer bei Dieben ungemein beliebt sind und deshalb ständig bewacht werden sollten.

7.4 Einführung in die Brailleschrift und Ihr Name in Blindenschrift

Die Blindenschrift ist ein Medium, das in der Öffentlichkeit auf großes Interesse stößt. Viele sehende Menschen würden gern einen Einblick in diese „Kunst“ erlangen. Vertreter der an der Woche des Sehens beteiligten Blindenverbände können die interessierte Öffentlichkeit in die Brailleschrift einführen. Das kann an den Aktionsständen in der Innenstadt, im Rahmen der Tage der offenen Tür in Augenkliniken

oder in Einkaufszentren, aber auch verbunden mit jeder anderen Aktion der Partner durchgeführt werden.

Eine Person, die die Punktschrift beherrscht, kann deren Geschichte sowie den Aufbau der Zeichen mittels eines Braille-Alphabets erläutern. Anwendungsbereiche lassen sich direkt an Gebrauchsgegenständen wie einer Fernsehzeitung in Blindenschrift oder der Braille-Zeile am Computer veranschaulichen. Blindenalphabete können zum Selbstkostenpreis von den Geschäftsstellen der Blindenverbände bezogen werden.

Gut verbinden kann man diese Aktion mit dem Schreiben des eigenen Namens in Blindenschrift. Das ist spannend und etwas Besonderes. Der sehende Mensch nennt seinen Namen, der im Computer eingegeben, in Blindenschrift ausgedruckt und ausgeschnitten wird. Oder er gibt seinen Namen selbst ein. Eine interessante Präsentationsvariante ist, wenn ein blinder Mensch die Namen auf der Griffeltafel oder mit einer Blindenschriftschreibmaschine schreibt. Notwendig für diese Aktionen sind ein Computer und ein Blindenschriftdrucker, jede Menge Blindenschriftpapier und ein Stromanschluss. Blindenschriftdrucker sowie entsprechende Programme und Treiber sind meist bei den örtlichen Blinden- und Sehbehindertenvereinen vorhanden, die unter der Telefonnummer (0 18 05) 66 64 56 erreichbar sind (0,14 €/Min. aus dem Festnetz, Mobilfunk max. 0,42 €/Min.).

Verteilen Sie parallel dazu Blindenschriftalphabete, um den sehenden Menschen die Chance zu geben, ihr persönliches Namensschild zu überprüfen und mehr über die Punktschrift zu erfahren. Die Alphabete sind ebenfalls bei den Blinden- und Sehbehindertenvereinen erhältlich.

Die Vorteile dieser Aktion sind:

- Geringer Kostenaufwand
- Attraktives Thema für die Öffentlichkeit

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Vier Wochen vor der Veranstaltung sollten der Ort feststehen, die Technik organisiert und ein oder mehrere blinde Menschen mit ausgezeichneten Brailleschrift-Kenntnissen gefunden sein. Planen Sie Sitzmöglichkeiten für alle ein, die die Aktionen über einen längeren Zeitraum begleiten. Vor allem Kinder beschäftigen sich gern mit dieser „Geheimschrift“, bestuhlen Sie also ruhig etwas großzügiger.
- Bestellen Sie spätestens drei Wochen vor der Veranstaltung das Material (Broschüren zur Geschichte der Brailleschrift, Blindenschriftalphabete, Übungstexte etc.), damit es rechtzeitig geliefert werden kann. Sie erhalten es kostengünstig z.B. bei den Landesverbänden des DBSV. Denken Sie auch an die Anwendungsmaterialien wie Zeitschriften in Brailleschrift etc.
- Eine Woche sowie zwei Tage vor der Veranstaltung sollte die Aktion in der Presse angekündigt werden. Bringen Sie jetzt auch die Woche-des-Sehens-Aktionsplakate an.

7.5 Blinde Computernutzer surfen im Internet

Das Internet ist für die meisten Menschen ein visuelles Medium. Für die sehende Öffentlichkeit ist schwer vorstellbar, wie blinde Menschen damit umgehen können, doch gerade für sie wird das World Wide Web zu einem immer wichtigeren Kommunikations- und Informationsmittel. Am besten vermittelt man dies der Öffentlichkeit, indem blinde Surfer vorführen, wie sie das Internet nutzen. Dazu stellt man einen Computer mit Sprachausgabe und Internetverbindung bereit. Ein blinder Computernutzer zeigt dann Schritt für Schritt, mit welchen Hilfsmitteln er im Netz surft und welche Probleme dabei auftreten können.

Die Aktion ist bei Tagen der offenen Tür, in Augenkliniken, Vereinsheimen, kommunalen oder kirchlichen Räumen, aber auch an den Aktionsständen in der Innenstadt möglich. Während in Innenräumen eine Telefonbuchse für die Internetverbindung meist schnell gefunden ist, können an den Aktionsständen einige Internetseiten vorab im Computer gespeichert werden, sodass sie im Offline-Modus vorführbar sind.

Die Vorteile dieser Aktion sind:

- Geringe Kosten, wenn Computer und Zubehör privat gestellt werden. Dann fallen lediglich die Verbindungskosten ins Netz an. Als Partner könnten Hilfsmittelfirmen gewonnen werden.
- Attraktives Thema für Presse und Öffentlichkeit.

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Acht Wochen vor der Veranstaltung sollten der Ort feststehen sowie ein oder mehrere blinde Menschen mit guten Computerkenntnissen und eventuell eigenem Computer gefunden sein. Bitte planen Sie Sitzgelegenheiten für alle ein, die die Aktion über einen längeren Zeitraum begleiten.
- Lassen Sie den Bürgermeister oder einen Webdesigner über die Internetseiten Ihrer Stadt surfen. Vielleicht sind regionale Firmen oder Tageszeitungen daran interessiert, wie gut ihre Seiten von blinden Menschen besucht werden können.
- Formulieren Sie die Einladung als Angebot zur Unterstützung, um den Internetauftritt sehbehindertenfreundlicher zu gestalten.
- Eine Woche sowie zwei Tage vor der Veranstaltung sollte die Aktion in der Presse angekündigt werden. Jetzt ist es auch Zeit, die Woche-des-Sehens-Aktionsplakate aufzuhängen.
- Computer sind bei Dieben heiß begehrt. Lassen Sie die Geräte deshalb nicht unbeaufsichtigt.

7.6 Stadt-Rallyes

Zeigen Sie Politikern oder den Bewohnern und Medien Ihrer Stadt, wie blinde und sehbehinderte Menschen ihre Umgebung erleben. Gut und spielerisch gelingt dies in Form einer Stadt-Rallye. Paarweise werden ein blinder und ein sehender Teilnehmer

mit Dunkelbrille losgeschickt, um verschiedene Aufgaben in der Stadt zu lösen, z. B. das Auffinden markanter Punkte, das Einkaufen von Süßigkeiten im Supermarkt, das Zählen von Treppenstufen in Gebäuden. Ein kleiner Preis für das Siegerpaar erhöht den Spaß in jedem Fall.

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Überlegen Sie sich ein spannendes und abwechslungsreiches Programm. Es sollte nicht länger als zwei Stunden dauern.
- Organisieren Sie zum einen die blinden Mitspieler, die mit den sehenden Partnern auf die Reise geschickt werden sollen, und zum anderen Hilfskräfte, die Sie eventuell an den verschiedenen Stationen benötigen.
- Laden Sie insbesondere Entscheidungsträger (Politiker, Behörden- und Firmenvertreter) sowie die Medien Ihrer Stadt zum Mitspielen bzw. zur Berichterstattung ein.

Vorteile dieser Aktion sind:

- Spaß ist garantiert.
- Spielerisch können Sie zeigen, welchen Problemen blinde Menschen im Alltag begegnen und wie sie diese meistern. Ihre sehenden Mitspieler erfahren dabei, wo Betroffene Hilfe benötigen.
- Lässt sich auch mit anderen Aktionen verknüpfen.

7.7 Blind und sehbehindert am Touchscreen

Blind oder sehbehindert einen Automaten zu benutzen, ist ein großes Problem. Laden Sie sehende Menschen, Politiker und Pressevertreter ein, mit der Dunkelbrille einen Geld-, Fahrkarten- oder Getränkeautomaten zu bedienen, um die dabei auftretenden Schwierigkeiten blinder Menschen zu veranschaulichen.

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Spätestens acht Wochen vor der Demonstration sollte der Veranstaltungsort gefunden sein. Es bieten sich eine Bankfiliale, der Bahnhof oder eine Kantine mit Getränkeautomat an.
- Stimmen Sie sich frühzeitig mit denjenigen ab, die Automaten in ihren Räumlichkeiten stehen haben, denn deren Genehmigung müssen Sie einholen. Vielleicht finden Sie hier ja auch Ihr „Versuchskaninchen“, z. B. im Bankdirektor, den Sie „seinen“ Geldautomaten blind bedienen lassen, oder im Bahnhofsvorsteher, den Sie vor dem Fahrkartenautomaten schwitzen lassen.
- Informieren Sie die regionalen Medien über Ihre Aktion und laden Sie gegebenenfalls zu einer kleinen Pressekonferenz ein.

Vorteile der Aktion sind:

- Wetterunabhängig
- Relativ geringer Vorbereitungsaufwand
- Gut kombinierbar mit anderen Aktionen

7.8 Tage der offenen Tür in Bildungseinrichtungen, Hör- und Punktschriftbibliotheken, Punktschriftdruckereien, Hilfsmittelfirmen und Führhundsschulen

Tage der offenen Tür eignen sich dazu, einen Eindruck von der Leistungsfähigkeit blinder und sehbehinderter Menschen zu vermitteln und zu zeigen, wie diese lernen und ausgebildet werden. An Tagen der offenen Tür lässt sich demonstrieren, welche Hilfsmittel es für die Bewältigung behinderungsbedingter Einschränkungen gibt und wie diese hergestellt (bzw. bei Führhunden: ausgebildet) werden.

Die Vorteile solcher Aktionen sind:

- Geringe Kosten, da die Infrastruktur vorhanden ist.
- Wetterunabhängig
- Attraktives Thema für Presse und Öffentlichkeit
- Gut kombinierbar mit Aktionen anderer Projektpartner

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Acht Wochen vor der Aktion sollten Sie sich im Klaren darüber sein, welches Anliegen Ihrer Institution oder Firma Sie darstellen möchten. Finden Sie geeignete Personen, die dies vermitteln können, und bauen Sie Gelegenheiten zum Ausprobieren/Erleben von Alltagssituationen im Dunkeln ein.
- Laden Sie Lokalpolitiker ein, dies erhöht die Aufmerksamkeit der Medien.
- Eine Woche sowie zwei Tage vor der Veranstaltung sollte die Aktion in der Presse angekündigt werden. Bringen Sie jetzt auch die Woche-des-Sehens-Plakate an.

7.9 Vorführung digitaler Hörbücher im DAISY-Format

Die Abkürzung DAISY steht für „Digital Accessible Information System“ (Digitales System für den Zugang zu Informationen). Auf eine DAISY-CD passen Hörbücher bis zu 40 Stunden Länge. Sie bietet umfassende hierarchische Navigationsfunktionen. Der Benutzer kann wie in einem richtigen Buch blättern, es von der ersten bis zur letzten Seite lesen oder von Kapitel zu Kapitel springen. Digitale Hörbücher im DAISY-Format lösen die Audio-Kassette immer mehr ab und gewinnen an Popularität. Führen Sie der Öffentlichkeit die Möglichkeiten der digitalen Hörbücher vor. Als Veranstaltungsort bietet sich eine Hochschule an, denn gerade für blinde Studierende ist gut strukturierte Literatur enorm wichtig. Laden Sie auch Schwerbehinderte und Fachstudienberater ein, um sie mit diesem Medium vertraut zu machen.

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Acht Wochen vor der Veranstaltung sollte der Ort feststehen.
- Achten Sie darauf, dass Sie Hörbücher für die Demonstration verwenden, die über eine Struktur in mehreren Hierarchiestufen verfügen. Gut geeignet sind z. B. „Der Spiegel“ oder ein beliebiges Fachbuch.
- Stellen Sie sicher, dass zum Betrieb des DAISY-Abspielgeräts genügend Strom oder Akku-Kapazität vorhanden ist.

Vorteile der Aktion:

- Geringe Kosten
- Gut mit anderen Aktionen kombinierbar

7.10 Blind mit den öffentlichen Verkehrsmitteln durch die Stadt

Nicht an allen Haltestellen kann ein blinder Mensch sicher sein, dass er den richtigen Bus erwisch hat, da oft zwei oder drei Linien hintereinander halten und es nicht in allen Bussen und Bahnen automatische Haltestellenansagen gibt. Laden Sie deshalb Vertreter Ihrer Verkehrsbetriebe und die Medien zu einer Stadtrundfahrt ein, um sie auf derartige Probleme hinzuweisen und um Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Vorgehen:

- Überlegen Sie, auf welche Missstände Sie konkret aufmerksam machen möchten.
- Sprechen Sie potenzielle Partner für Ihre Stadtrundfahrt mindestens vier Wochen vor dem gewünschten Termin an.

Vorteile der Aktion:

- Kostengünstig
- Weitgehend wetterunabhängig

7.11 Der besondere Gottesdienst: „Sehbehindertensonntag“

In den Gottesdiensten der evangelischen und katholischen Kirchengemeinden kommen jeden Sonntag viele Menschen zusammen. Einige dieser Menschen haben mit den Themen „Blindheit und Sehbehinderung“ kaum persönliche Erfahrung, andere kennen in ihrem Bekanntenkreis Menschen mit Sehschädigung und wiederum andere bemerken, dass ihre eigene Sehfähigkeit abnimmt.

Auch in einigen biblischen Geschichten geht es um das Thema „Sehen“. Diese Geschichten können im Gottesdienst vorgelesen werden und anschließend können Betroffene erzählen, was für sie Sehen bzw. Sehbehinderung bedeutet. Der Gottesdienst kann ein guter Ort sein, sehr viele unterschiedliche Menschen zu erreichen und anschließend mit ihnen ins Gespräch zu kommen.

Vorgehen:

- Suchen Sie Menschen mit Sehbehinderung und Christen aus der Gemeinde, die Interesse haben, gemeinsam an einer solchen Gottesdienstvorbereitung und -gestaltung mitzuwirken.
- Setzen Sie sich mit dem Pfarrer oder einem anderen Zuständigen zusammen und klären Sie, ob der Gottesdienst am Sonntag der Woche des Sehens (9. Oktober 2011) zu diesem Thema gestaltet werden kann.
- Suchen Sie gemeinsam Texte, Lieder, Gedanken und Gebete aus. Überlegen Sie,

wer an diesem Tag eventuell aus seinem Leben und von seinen Überzeugungen berichten kann.

- Überlegen Sie, wie möglichst viele Menschen mit und ohne Sehbehinderung von diesem Gottesdienst erfahren können (siehe auch 3.2).

Einen ausgearbeiteten Gottesdienstvorschlag und zahlreiche Anregungen finden Sie in den Materialien, die Sie downloaden können unter:
www.sehbehindertensonntag.de.

Die Vorteile dieser Aktion sind:

- Fördert die Kommunikation, das Verständnis und die Toleranz in der Gemeinde.
- Gut mit anderen Aktionen kombinierbar.

7.12 Weitere Möglichkeiten

- Vorstellung von Computerarbeitsplätzen für blinde Menschen (Kooperationspartner können Hilfsmittelhersteller, Bildungseinrichtungen etc. sein).
- Gemeinsame Aktionen mit Sportvereinen (Tandemfahren als „blinder“ Passagier, Sommerski, Tanzen im Dunkeln, Torballspiel blinder Sportler gegen populäre Fuß- oder Handballer, Schachspiel gegen einen Prominenten etc.).
- Ausstellungen blinder Künstler, die sich mit dem Thema „Sehen“ oder „Blindheit“ auseinandersetzen; Aufträge an sehende Künstler, ein visuelles Kunstwerk für Blinde erlebbar zu machen (z. B. indem es ertastbar gemacht oder mit einer musikalischen Interpretation dargeboten wird).



Simulation einer hochgradigen Sehbehinderung beim Benefizessen

Bild: Woche des Sehens

- Vorstellung von Blindenführhunden, deren Ausbildung und Können (Ansprechpartner sind Führhundhalter und Führhundschulen).
- Ausstellungen zum Thema „Blindheit und Entwicklungsländer“.
- Gestalten eines Schaufensters mit Gegenständen oder Hilfsmitteln zu den Themen Sehen/Nichtsehen wie z. B. einer Blindenschriftschreibmaschine, Langstöcken, dem Woche-des-Sehens-Plakat etc. Ihr Ansprechpartner ist Lothar Wüstner, Telefon: (09 11) 7 36 00 22, L.c.wuestner@t-online.de.
- Konzerte von Chören oder Bands blinder Musiker.

8 Aktionen für Schülerinnen und Schüler

8.1 Braille-Lesewettbewerbe an Blindenschulen

Braille-Lesewettbewerbe sind beliebt bei blinden Schülern, ihren Eltern, Lehrern und bei der Presse und sorgen stets für Begeisterung. Im Rahmen der Woche des Sehens können Landeswettbewerbe durchgeführt werden.

8.2 Weitere Aktionsmöglichkeiten

Interessant für die Schüler könnte sein:

- Eine gemeinsame Unterrichtsstunde blinder und sehender Schüler (z. B. Chemie, Physik, Sport oder Geometrie) oder eine Lesestunde, in der blinde Schüler Brailleschrift vorlesen und dabei die Schrift erklären
- Eine Stunde Mobilitätstraining mit Dunkelbrille
- Vorstellung von Blindenhilfsmitteln und Lehrmaterialien
- Der Besuch eines blinden Führhundhalters mit seinem Hund
- Der Aufbau eines Dunkel-Parcours in der Turnhalle oder eines Cafés im Dunkeln
- Sehtests durch Augenärzte und Augenoptiker
- Vorträge im Rahmen der Berufsfindung, z. B. von Augenärzten, Sonderschul- oder Reha-Lehrern, Hilfsmittelherstellern etc.

Die Vorteile einer Aktion an einer Schule sind:

- Themen können ausführlich behandelt werden
- Wetterunabhängig
- Attraktiv für die Presse

Wir empfehlen folgendes Vorgehen:

- Nehmen Sie mindestens drei Monate vor Kampagnenbeginn Kontakt zu einer örtlichen Schule auf, um die Aktivitäten zu koordinieren (beachten Sie bitte die Ferienzeiten!).
- Informieren Sie – in Absprache mit der Schulleitung – die regionale Presse.

! Der Bayerische Blinden- und Sehbehindertenbund hat ein Konzept mit Anregungen zur Gestaltung eines Schulbesuchs erstellt, das Interessierte in der Geschäftsstelle des BBSB bestellen können. Ihre Ansprechpartnerin: Frau Elke Runte, Telefon: (0 89) 5 59 88 -132, elke.runte@bbsb.org.

Bestellung: Materialpaket für Grundschulen „Schülerwerkstatt“

Diese Unterrichtsmaterialien richten sich an Lehrkräfte dritter und vierter Schulklassen, die das Thema „Blindheit verstehen. Blindheit verhüten.“ mit ihren Schülern behandeln möchten. Die Schülerwerkstatt kann bei der Christoffel-Blindenmission bestellt werden. Telefon (0 62 51) 131-294, material@cbm.de.

! Für den Besuch einer Schule oder Kindergruppe können Sie kostenlos **Graue-Star-Simulationsbrillen und Blindenalphabete mit Flyern zur Einführung ins Braille-ABC anfordern.** Das Paket kann bei der Christoffel-Blindenmission, Nibelungenstraße 124, 64625 Bensheim, bestellt werden.
Telefon: (0 62 51) 131-294 · material@cbm.de

Service-Teil

1. Veranstaltungskalender auf www.woche-des-sehens.de

Registrieren Sie Ihre Aktion bitte unbedingt in unserem Veranstaltungskalender, damit örtliche Pressevertreter und Interessierte sie auch finden und die Aktion somit regen Zuspruch erhält. Für unsere Erfolgsbilanz ist es ebenfalls wichtig zu wissen, wie viele Menschen sich an der Kampagne beteiligen.

Sollten Sie bei der Eintragung Hilfe benötigen, wenden Sie sich bitte an Frau Marion Körner, Koordinatorin der Woche des Sehens, unter (0 62 51) 131- 284 oder senden Sie eine Mail an: info@woche-des-sehens.de.



2. Verlinkung Ihrer Homepage mit www.woche-des-sehens.de

Wenn Sie selbst Betreiber einer Homepage sind, freuen wir uns, wenn Sie auf Ihrer Seite einen Link zu www.woche-des-sehens.de setzen. Sie unterstützen damit unseren Internetauftritt und verhelfen der Woche des Sehens zu noch mehr Bekanntheit.

3. Pressearbeit

Auch in diesem Jahr erhalten Sie von uns Musterpressemittellungen, die Sie individuell ergänzen können. Von unserer Homepage unter: >Für Veranstalter< >Materialien< können Sie den Presstext ab August herunterladen und an die regionalen Medien verteilen. Gerne senden wir ihn auch per Mail oder Post zu.

Im Folgenden finden Sie einige Tipps, damit Ihre Veranstaltung Resonanz in der Presse findet:

- Recherchieren Sie die Kontaktdaten von Redakteuren Ihrer regionalen Zeitungen, Radio- und eventuell Fernsehsender. Diese finden Sie im Impressum des jeweiligen Mediums oder auf der entsprechenden Internetseite.
- Nehmen Sie Kontakt zu den Redaktionen auf und fragen Sie nach dem Ansprechpartner für Ihr Thema. Es empfiehlt sich, für jedes Medium und jeden Journalisten eine Karteikarte mit folgenden Informationen anzulegen:
 - Name, Anschrift und E-Mail-Adresse der Redaktion und des Redakteurs
 - Erreichbarkeit – beste Anrufzeit etc.
 - Zielgruppe des Mediums
 - Verbreitung, Auflagenhöhe
 - Erscheinungsweise (täglich, wöchentlich etc.)
 - Ganz wichtig: der Redaktionsschluss! Bis wann muss dem Redakteur die Pressemeldung vorliegen, damit sie rechtzeitig zu Ihrer Veranstaltung erscheint?
- Etwa vier Wochen vor dem Veranstaltungstermin nehmen Sie noch einmal Kontakt zum jeweiligen Journalisten auf und weisen auf die Aktion hin.

- d) Etwa eine Woche vor der Veranstaltung (bitte unbedingt Redaktionschluss beachten!) schicken Sie Ihre Pressemitteilung an die örtlichen Medien mit Bitte um Abdruck bzw. Hinweis auf die Veranstaltung und eventuell einer persönlichen Einladung zu Ihrer Aktion.
- e) Benutzen Sie als Textvorlage unsere Musterpressemitteilung und ergänzen Sie diese mit Ihren individuellen Daten. Vergessen Sie nicht Ihre Kontaktdaten und geben Sie Ihre direkte Durchwahl an. Bedenken Sie, dass Journalisten unter Zeitdruck stehen. Vermeiden Sie daher, dass diese sich zu Ihnen durchfragen müssen. Seien Sie ansprechbar für Rückfragen.

Die Projektkoordinatorin in Berlin,
Frau Carolina Barrera,
Telefon: (0 30) 28 53 87- 280,
c.barrera@woche-des-sehens.de
hilft Ihnen bei Bedarf gern weiter.

Eine Bitte an Sie: Wir freuen uns, wenn Sie uns nach Ihrer Veranstaltung die Berichterstattung zukommen lassen sowie Fotos mit dem Hinweis, wer darauf zu sehen und wer Urheber des Fotos ist. Vielleicht haben Sie ja auch einen Hinweis auf Radio- oder Fernsehbeiträge. Diese Materialien benötigen wir zur Dokumentation der Kampagne und nehmen sie gerne in die Kommunikationsmittel für die nächste Woche des Sehens auf.

4. Bestellung der Kommunikationsmittel

Für Ihre Aktion stellt die Woche des Sehens folgende Mittel **kostenlos** zur Verfügung:

- Woche-des-Sehens-Plakate (DIN A2) mit einem Freiraum für individuelle Aufdrucke
- Broschüren mit Infos zu den Schwerpunktthemen
- Ankündigung Ihrer Veranstaltung auf www.woche-des-sehens.de
- Kopierfähige Handzettel (DIN A5) mit freier Rückseite für eigene Aufdrucke
- Eine Musterpressemitteilung
- Eine DVD mit Muster-PowerPoint-Vorträgen/ -Pressemitteilungen und Hintergrundinformationen zu den Schwerpunkten
- Plakat mit Sehbehinderungs-Simulationen (DIN A2)
- Broschüre „Altern und Blindheit“ der DVBS-Gruppe „Ruhestand“
- Diesen Aktionsleitfaden

■ Wichtiger Hinweis!

Die Broschüre der DVBS-Gruppe „Ruhestand“ sowie Informationen über deren Aktivitäten erhalten Sie auch direkt beim Deutschen Verein der Blinden und Sehbehinderten in Studium und Beruf e.V. (DVBS) · Frau Imke Troltenier
Frauenbergstraße 8 · 35039 Marburg
Telefon: (0 64 21) 9 48 88 - 0
troltenier@dvbs-online.de
www.dvbs-online.de

Kommunikationspaket

für alle, die Material auslegen möchten (z. B. in der Augenarztpraxis, Augenklinik):

- 2 Plakate (Woche des Sehens)
- 50 Broschüren (Woche des Sehens)
- 1 Plakat mit Sehbehinderungssimulation
- 1 Broschüre „Altern und Blindheit“ der DVBS-Gruppe „Ruhestand“
- 1 Broschüre (VISION 2020)
- 1 Nachbestellfax

Optional kann beim Kommunikationspaket auch eine DVD mit Mustervorträgen und Pressemitteilungen mitbestellt werden.

Veranstaltern größerer Aktionen bieten wir die folgenden Materialien an:

Aktionspaket

für alle, die eine eigene Veranstaltung im Rahmen der Woche des Sehens durchführen:

- 5 Plakate (Woche des Sehens)
- 100 Broschüren (Woche des Sehens)
- 100 Handzettel (Woche des Sehens)
- 1 DVD mit Mustervorträgen und -pressemittellungen
- 5 Plakate mit Sehbehinderungssimulation
- 25 Luftballons
- 10 Simulationsbrillen
- 1 Broschüre „Altern und Blindheit“ der DVBS-Gruppe „Ruhestand“
- 1 Auswertungsbogen
- 1 Nachbestellfax

Individuelle Zusammenstellungen für Ihre Veranstaltung sind selbstverständlich auch möglich. Kontaktieren Sie uns!



Bestellen Sie diese Materialien per E-Mail bei den Koordinatorinnen (siehe Punkt 5)

Wichtiger Hinweis!

Die Kommunikationsmaterialien werden ab Ende August versandt. Alle Dokumente stehen vorab bereits online zur Verfügung: www.woche-des-sehens.de unter dem Link >Für Veranstalter<.

Falls Sie die Produktion Ihrer Kommunikationsmaterialien durch die Woche des Sehens fördern lassen möchten, lesen Sie bitte unbedingt vorher die Informationen unter Punkt 8: Finanzielle Förderung von Veranstaltungen.

5. Ihre Ansprechpartner auf einen Blick

Ihre Ansprechpartner sind die Projektkoordinatorinnen der Woche des Sehens. Sie stehen Ihnen für Informationen und zur Unterstützung bei der Organisation Ihrer Veranstaltung sowie bei der Suche nach Veranstaltungspartnern gern zur Verfügung.

Für Augenärzte, Augenkliniken, Kirchengemeinden und Hilfswerke:

Frau Marion Körner
c/o Christoffel-Blindenmission
Deutschland e.V. (CBM)
Nibelungenstraße 124
64625 Bensheim
Telefon: (0 62 51) 131-284
Fax: (0 62 51) 131-299
info@woche-des-sehens.de

Für den Blinden- und Sehbehindertenbereich (Vereine und Einrichtungen) und andere Veranstalter:

Frau Carolina Barrera
c/o Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V. (DBSV)
Rungestraße 19
10179 Berlin
Telefon: (0 30) 28 53 87-280
Fax: (0 30) 28 53 87-200
c.barrera@woche-des-sehens.de

6. Spendenaktionen und Spendenquittungen

Alle Partner der Woche des Sehens sowie alle Veranstalter können die Aktionswoche zur Durchführung von Spendenaktionen nutzen.

Unbedingt darauf zu achten ist, dass:

- die Spendenaktion nicht als Spendenaktion der Woche des Sehens firmiert, also auch das Logo der Woche des Sehens und die Informationsmaterialien der Kampagne nicht für den Spendenaufruf genutzt werden dürfen;
- das Motto des Spendenaufrufs mit den Zielen der Kampagne in Einklang steht;
- Partner von Gemeinschaftsveranstaltungen nicht konkurrierende Spendenaktionen bei derselben Veranstaltung durchführen.

Denkbar ist, die Spendenaktion durch den Verkauf von Essen und Getränken bei Veranstaltungen im Dunkeln zu fördern oder bei kostenfreien Aktionsangeboten (z. B. med. Massagebehandlungen, Theater- oder Konzertvorführungen, Lesungen etc.) zu Spenden aufzurufen.

Spendenquittungen

Für das Ausstellen von Spendenquittungen zeichnet allein derjenige verantwortlich, der zu Spendenaktionen aufgerufen hat. Beachten sollten Sie dabei, dass nur als gemeinnützig anerkannte Organisationen zum Ausstellen von steuerrechtlich anerkannten Spendenquittungen berechtigt sind.

7. Schirmherrschaft

Als Schirmherrin der Woche des Sehens darf nur Gundula Gause bezeichnet werden. Sollte eine Veranstaltung während der Aktionswoche einen eigenen prominenten Paten haben, muss dies in der Kommunikation klar von der Schirmherrschaft der Woche des Sehens abgegrenzt werden. (Richtig: „Schirmherr der Veranstaltung XY ist ...“)

Alle Materialien, in denen die Schirmherrin Gundula Gause erwähnt wird, sind der Projektkoordination vorzulegen. Der Kontakt für alle Anfragen an die Schirmherrin ist die Projektkoordination. Hier erhalten Sie auch das Grußwort oder das Pressefoto der Schirmherrin.

8. Finanzielle Förderung von Veranstaltungen

Das gemeinsame Auftreten der Woche-des-Sehens-Partner bei Veranstaltungen und in den Medien ist ein erklärtes Ziel der Kampagne. Durch die Kooperation mehrerer Partner wird eine weit größere Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erreicht, als ein einzelner Veranstalter erlangen kann. Eine Gemeinschaftsaktion bietet eine gute Gelegenheit, Ihre Belange und Ziele einem breiten Publikum zu präsentieren.

Deshalb fördern wir entsprechende Veranstaltungen auch finanziell. Im Folgenden finden Sie die Richtlinien und Bedingungen für die finanzielle Förderung einer Veranstaltung im Rahmen der Woche des Sehens. Lesen Sie die Hinweise zum Antrag bitte gut durch und benutzen Sie das eingelegte Formular, wenn Sie einen Antrag auf Förderung stellen möchten.

Hinweise zum Antrag und Antragsformular auf finanzielle Förderung regionaler Veranstaltungen im Rahmen der Woche des Sehens 2011:

8.1 Allgemeines

- Eine Förderung ist möglich, wenn sich zwei der sieben Partner der Woche des Sehens zusammenschließen. Die Partner der Woche des Sehens 2011 sind: Christoffel-Blindenmission (CBM), Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband e.V. (DBSV), Berufsverband der Augenärzte (BVA), Deutsches Komitee zur Verhütung von Blindheit e.V. (DKVB), Deutsche Ophthalmologische Gesellschaft (DOG), Deutscher Verein der Blinden und Sehbehinderten in Studium und Beruf e.V. (DVBS), PRO RETINA Deutschland e.V.
- Eine regionale Veranstaltung kann mit bis zu 300,- Euro gefördert werden.
- Eine höhere Förderung ist möglich (siehe dazu Punkt 8.2: Kriterien für die Förderung einer Veranstaltung mit mehr als 300,- Euro).
- Für jede Veranstaltung kann nur ein Förderantrag eingereicht werden.
- Die Aktion muss während der Woche des Sehens (8. – 15. Oktober 2011) stattfinden.

- Sie ist gegenüber Medien und Öffentlichkeit deutlich als eine Aktion im Rahmen der Woche des Sehens kenntlich zu machen.
- Kostenloses Kommunikationsmaterial wird auf Bestellung zur Verfügung gestellt. Dieses kann durch individuelle Informationen ergänzt werden.
- Alle Partner beteiligen sich aktiv an der Aktion. Das heißt, mindestens ein Vertreter jedes Partners ist vor Ort anwesend, betreut einen Informationsstand oder Ähnliches.
- Wird eine Förderung bewilligt, dokumentieren die Veranstalter die Aktion (durch Fotos, Pressemeldungen etc.) und stellen das Material der Woche des Sehens bis 15. November 2011 zur Verfügung.
- Das Budget ist limitiert. Die Förderanträge werden in der Reihenfolge des Eingangs bearbeitet.

8.2 Kriterien für die Förderung einer Veranstaltung mit mehr als 300 Euro

Eine höhere Förderung ist möglich:

- Bei größeren/ aufwändigeren Aktionen.
- Wenn mehr als zwei Partner der Woche des Sehens sich an einer Veranstaltung beteiligen.
- Wenn die Aktion besonders öffentlichkeits- und medienwirksam ist.
- Wenn prominente Teilnehmer vertreten sind, z. B. politische Größen der Stadt oder Region bzw. Persönlichkeiten aus Sport, Kunst und Kultur.

Es müssen nicht alle Punkte erfüllt sein. Die Liste gibt einen Überblick über mögliche Beurteilungskriterien. Grundsätzlich ist eine Absprache mit der Projektkoordination erforderlich.

8.3 Druck eigener Kommunikationsmaterialien

Natürlich kann jeder eigenes Kommunikationsmaterial wie Flyer, Handzettel oder Plakate herstellen. Das Logo der Woche des Sehens soll jedoch verwendet werden, ebenso die Internetadresse www.woche-des-sehens.de. Nach Möglichkeit werden zusätzlich zum Logo der Woche des Sehens auch die Partnerlogos eingesetzt.

■ Wichtiger Hinweis!

Wenn eine Förderung beantragt wird, müssen sämtliche eigenen Materialien mit der Projektkoordination besprochen und von der Projektkoordination freigegeben werden. Nehmen Sie Kontakt zu uns auf! Wir beraten Sie gern.

Folgendes ist zu beachten:

Logo der Woche des Sehens

Das Logo der Woche des Sehens ist farbig oder schwarzweiß in druckfähiger Qualität über die Projektbüros in Bensheim und Berlin zu erhalten. Es darf nicht verändert werden. Materialien, in denen das Logo der Woche des Sehens verwendet wird, müssen den Projektkoordinatorinnen zur Kenntnis zugesandt werden. Das Logo in Schwarz-Weiß wird nur verwendet, wenn einfarbig schwarz gedruckt wird. Die Mindestgröße ist eine Breite von 45 mm. Das Verhältnis von Höhe und Breite darf nicht verändert werden. Die Positionierung des Logos der Woche des Sehens ist frei wählbar, es ist jedoch gut sichtbar auf Publikationen zu platzieren.

Logos der Partner

Nach Möglichkeit werden zusätzlich zum Logo der Woche des Sehens auch die Partnerlogos eingesetzt.

Die Logos der Partner sind in druckfähiger Qualität über die Projektbüros erhältlich. Optisch und durch wörtliche Kennzeichnung sind die Logos der Partner der Woche des Sehens von Partner-Logos einzelner Aktionen oder Veranstaltungen zu trennen, damit es nicht zu Missverständnissen kommt. Zum Beispiel: „Partner der Woche des Sehens:“ und „Partner der Veranstaltung:“.

Logos der Sponsoren

Nach Möglichkeit werden auch die Logos der Sponsoren eingesetzt. Die Logos von Sponsoren können in von einzelnen Veranstaltern für ihre eigene Veranstaltung gedruckten Materialien mit abgedruckt werden, dann allerdings mit dem Zusatz „Die Woche des Sehens wird unterstützt von:“. Wenn die Veranstaltung eigene Förderer hat, müssen diese klar von den Sponsoren der Woche des Sehens getrennt werden.

Grundsätzlich wird der Entwurf der Projektkoordination vor der Produktion noch einmal vorgelegt und muss von ihr freigegeben werden.

Verwendung des Titel-Motivs

Das Motiv der Woche des Sehens darf im Zusammenhang mit der Woche des Sehens frei verwendet werden, sofern die Quelle „Woche des Sehens“ angegeben wird. Die Bildrechte liegen bei der Woche des Sehens. Das Motiv steht als jpg zum Download, in anderen Dateiformaten (tiff, eps) in den Koordinationsbüros zur Verfügung.

Name und Slogan

Der Name „Woche des Sehens“ wird in der Öffentlichkeit nicht abgekürzt. Er kann mit dem Slogan (Motto) „Blindheit. verstehen. verhüten.“ erweitert werden.

Thema

Unter dem wechselnden Thema finden sich die Schwerpunkte der Partner der Woche des Sehens (z. B. „Sehen, was geht!“). In sämtlichen Publikationen wird das Thema gemeinsam mit dem Namen „Woche des Sehens“ genannt, um einen einheitlichen Auftritt zu gewährleisten und das aktuelle Thema publik zu machen.

Die Schwerpunkte 2011 sind:

- Sehen, was geht –
Augenärzte schaffen Klarheit!
- Sehen, was geht –
weltweit Augenlicht retten!
- Sehen, was geht –
auch mit Sehbehinderung!

Schreibstil

Heilung und Hilfe stehen im Vordergrund, nicht die Krankheit. Die Würde des Menschen soll gewährleistet werden. Deshalb sprechen wir von Menschen mit Sehbehinderung oder von blinden Menschen, nicht von Sehbehinderten oder Blinden.

Farben für Materialien

Blau der Woche des Sehens in CMYK: 100 % Cyan, 53 % Magenta, 0 % Gelb und 18 % Schwarz.

Kontraste: Angenehme Farben bedeuten nicht gleichzeitig gut erkennbare Farben. Farb- und Helligkeitskontraste sind wichtig, damit Menschen mit Seheinschränkungen die Materialien gut lesen können. Optimale Kontraste entstehen zum Beispiel bei schwarzer Schrift auf weißem oder gelbem Hintergrund. Auch Blau auf Weiß und gelbe oder weiße Schrift auf Schwarz oder Blau lassen sich gut lesen.

Typografie

Für Material der einzelnen Veranstalter empfiehlt die Woche des Sehens serifenlose Schriften wie Arial oder Verdana. Schriftgröße: 12 pt oder größer
Keine Kursivschrift.
Großbuchstaben nur als Hervorhebung verwenden, nicht für längere Texte.

Textstruktur

Linksbündig formatierte Texte erleichtern das Orientieren. Aufzählungszeichen und deutlich erkennbare Überschriften fördern die Lesbarkeit.

Verwendung der Fotos

Die Bilder, die im Presse- und Downloadbereich der Homepage der Woche des Sehens stehen, dürfen mit entsprechendem Bildnachweis verwendet werden. Hilfestellung bei den Bildrechten geben die Projektkoordinatorinnen. Organisationen, die von der Woche des Sehens für verschiedene Veranstaltungen gefördert werden, sollten Fotos und Berichte ihrer Aktivitäten an die Koordinatorinnen senden.

8.4 Fristen

- Der vollständig ausgefüllte und von allen Partnern unterzeichnete Antrag auf Förderung muss der Projektkoordinatorin Frau Carolina Barrera bis spätestens 8. September 2011 vorliegen.
- Dem Antrag muss eine Kostenaufstellung mit den voraussichtlichen Ausgaben beigelegt sein (Kostenvoranschläge z. B. für Raummiete, Catering, Materialkosten etc., siehe dazu auch Punkt 8.5: Abrechnung).
- Die Originalrechnungen und Belege müssen bis spätestens 01.12.2011 vorliegen (siehe dazu auch Punkt 8.6: Auszahlung der Förderung).
- Zu spät eingegangene Rechnungen können nicht abgerechnet werden (siehe dazu auch Punkte 8.5 und 8.6).

8.5 Abrechnung

- Es dürfen nur reine Veranstaltungskosten abgerechnet werden.
- Dies müssen Leistungen von Fremdfirmen sein, z. B. Kosten für Druck, Raummiete, Catering etc.
- Jahrbücher oder Ratgeber können nicht im Rahmen der Förderung einer regionalen Veranstaltung abgerechnet werden.

8.6 Auszahlung der Förderung

- Der Antragsteller stellt eine Rechnung mit Nennung der Veranstaltung der Woche des Sehens, der Bankverbindung, auf die das Fördergeld überwiesen werden soll, sowie des Betrages der zu überweisenden Summe. Der Gesamtbetrag darf die Höhe der bewilligten Förderung nicht überschreiten.
- Der Rechnung müssen die Originalbelege beigelegt sein.
- Sämtliche Unterlagen müssen bis zum 1. Dezember 2011 bei der Woche des Sehens, c/o DBSV, Rungestraße 19, 10179 Berlin vorliegen (siehe hierzu auch Punkt 8.4: Fristen).

Für Rückfragen zu den Fördervoraussetzungen und dem Antrag steht die Projektkoordinatorin für regionale Aktionen unter:

Telefon: (0 30) 28 53 87-280 oder c.barrera@woche-des-sehens.de gern zur Verfügung.

Antragsformular / Kopiervorlage

Woche des Sehens
c/o DBSV
Rungestraße 19
10179 Berlin
Fax: (0 30) 28 53 87-200

Antrag auf Förderung einer regionalen Veranstaltung im Rahmen der Woche des Sehens 2011

Antragsteller

1. Projektpartner: _____

(Ansprechpartner für Rückfragen)

Straße, Hausnummer: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Fax: _____

E-Mail: _____

2. Projektpartner: _____

Straße, Hausnummer: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Art der Aktion: _____

Ort der Aktion: _____

Datum der Aktion: _____

Ort, Datum: _____

Unterschriften aller Partner (nur Woche-des-Sehens-Kooperationspartner)
(Bei mehr als zwei Partnern bitte weiteres Formular benutzen.)

Anlage: Kostenaufstellung

Die Partner der Woche des Sehens



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