

## Jahresbericht 2025

### Niederschwellige Sensibilisierungskampagne «Würdevolles Leben mit Demenz im Thurgau»

### «Demenz aus der Sicht der Enkelkinder 2025»



Impulsveranstaltung vom Samstag, 3. Mai 2025  
im Thurgauerhof, Weinfelden

## Inhaltsverzeichnis

Seite	Inhalt
03	«Demenz aus der Sicht der Enkelkinder» Warum ist das wichtig?
04	Weg der Umsetzung
05	Ergebnisse der Umsetzung
05	Impulsveranstaltung
08	Bewertung der Impulsveranstaltung durch die Besucher
09	Ziehung der Wettbewerbsgewinner / Matinee
10	Ehrungen im Conny-Land
12	Schulen im Kanton
14	Schullektionen
15	Medienarbeit
16	Medienübersicht
17	Erreichte Kontakte
17	Rückblick und Dank

### **Das Projektteam der kantonalen Sensibilisierungskampagne 2023 - 2025**

Rebecca Bohli,

Werner Lenzin,

Carsten Niebergall,

René Künzli

Pflegefachfrau HF

Sekundarlehrer und Medienfachmann

Gerontologe

Projektleiter

### **1. Jahresthema 2025 «Demenz aus der Sicht der Enkelkinder» Warum ist das wichtig?**

Die Beziehung zwischen Grosseltern und Enkelkindern ist besonders innig. Sie haben einige Gemeinsamkeiten. Enkelkind und Grosseltern stehen vor grossen Entwicklungsaufgaben. Bei den Grosseltern steht der Rückzug aus dem Berufsleben bevor, mit der Suche nach einer sinnstiftenden nachberuflichen Zeit. Die Enkelkinder bereiten sich auf das eigenständige Privat- und Berufsleben vor. Die Grosseltern betreuen ihre Enkel, wenn Mutter und Vater im Berufsleben stehen, oder es in einer Ein-Elternteil Familie aufwächst. Dies prägt die Beziehung zwischen den beiden Generationen stark. Grosseltern haben einen reichen Fundus an Erfahrung. Wer kann den Kindern besser vermitteln, wie gewisse Lebenssituationen gemeistert werden können, was sich im Umgang mit Menschen bewährt? Wer nimmt sich die Zeit, wenn die Kinder Sorgen haben, hin-, statt zu-zuhören? Wer nimmt sich empathisch dieser Sorgen an, wenn nicht die Grosseltern? Die ausgezeichnete Beziehung zwischen Grosseltern und Enkelkindern wird auch durch eine Studie des Generationen-Barometers des Instituts für Demoskopie Allensbach eindrücklich dokumentiert.

Die Beziehung beruht auf Gegenseitigkeit. Die Enkelkinder schenken den Grosseltern Liebe und Wärme. Die Grosseltern erfahren einen neuen Lebenssinn, haben eine wertvolle und wichtige Aufgabe. Das Alter hat in unserer Gesellschaft nicht den Stellenwert, den es verdienen würde. Die Grosselternrolle hingegen ist eine gesellschaftliche Aufwertung, diese Aufgabe ist positiv besetzt. Leider haben, aus verschiedenen Gründen, nicht alle Kinder das Glück einer engen, liebevollen Grosseltern-Enkel-Beziehung. Moderne Kommunikationsmittel können eine Umarmung, ein liebevolles Streicheln nicht ersetzen.

Was geschieht, wenn Oma oder Opa an Demenz erkrankt? Dann sind die Enkelkinder stark betroffen. Die durch die Krankheit verursachten Veränderungen können beim Kind grosse Irritationen, Gefühle der Ablehnung, des Liebesentzugs auslösen. Dass Grosseltern vergesslich werden können, ist für die meisten Kinder kein Problem. Wenn jedoch Omas Telefon im Kühlschrank klingelt, oder Opa mit dem Pyjama einkaufen gehen will, dann finden auch die Enkelkinder, dass da etwas nicht mehr stimmt. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Kinder aufzuklären, dass es sich in diesen Fällen um eine Krankheit im Gehirn handelt, die ein solches Verhalten bewirkt. Sie müssen wissen, dass Menschen mit einer Demenz von Tag zu Tag vergesslicher werden, dass sie komische Dinge tun und sonderbare oder keine Antworten geben. Irgendwann einmal wissen sie nicht mehr, wer sie selber sind, und kennen auch ihre Familienangehörigen nicht mehr. Kinder sollten auch wissen, dass heftige Reaktionen und sogar Aggressivität ein Erscheinungsbild der Krankheit sein können. Sonst besteht die Gefahr, dass sie die veränderten Verhaltensmuster ihrer Oma oder ihres Opas falsch deuten und die Schuld dafür bei sich suchen. Darum ist es wichtig, dass wir den Kindern die Möglichkeiten aufzeigen, wie sie trotz dieser Krankheit in einer guten Verbindung mit Oma/Opa bleiben können.

Sie werden mit viel Freude auch weiterhin mit ihren Enkeln singen, malen, spielen oder spazieren gehen, gemeinsam basteln. Alles, was die Grosseltern

früher gerne getan haben, sind gute Anknüpfungspunkte. So eine schöne Verbindung kann noch lange Zeit gepflegt werden.

Die Beachtung der nachstehenden Verhaltensregeln hilft den Kindern, eine gute Verbindung aufzubauen und zu halten. Achte im Kontakt mit Oma/Opa darauf, dass du:

- langsam und deutlich sprichst.
- kurze Sätze verwendest und guten Augenkontakt behältst
- sie im Gespräch gut beobachtest, ob sie dich auch verstehen
- korrigiere sie nicht
- ihre Nähe suchst. Setze dich neben oder vor sie hin
- sanft ihre Hände hältst
- ruhig und geduldig bleibst.

Es braucht alles etwas mehr Zeit. Kinder haben grundsätzlich durch ihre Spontaneität, ihre Offenheit und ihren Humor einen guten und natürlichen Zugang zu ihren demenzkranken Grosseltern. Es ist wichtig, dass mit den Kindern regelmässige Gespräche geführt werden. Es gibt eventuell offene Fragen, Ängste oder auch Zweifel. Sterben und Tod ist untrennbar mit diesem Thema verbunden.

## **2. Weg der Umsetzung**

### **2.1. Broschüren**

Die Kindergeschichte von Katrin Hofer Weber «Anna mag Oma und Oma mag Äpfel» ist das zentrale Jahresthema. Die Geschichte ist weitgehend selbsterklärend und sehr schön illustriert. Der Kanton hat einen Nachtragskredit von CHF 20'000.-- bewilligt, sodass allen Kindern im Kanton im Zyklus 1 und 2 diese Broschüre kostenlos über die Schulen abgegeben werden kann.

**Wettbewerb:** Damit die Kinder möglichst auch die Eltern in das Thema einbeziehen, haben wir einen Wettbewerb am Schluss der Broschüre angebracht. Er besteht aus sechs Multiple Choice-Fragen, die sich auf den Inhalt der Geschichte beziehen.

### **2.2. Impulsveranstaltung**

Die Veranstaltung wurde auf Samstag, 3.5.2025 festgelegt. Der Anlass fand wieder im Thurgauerhof in Weinfelden von 14.00 – 15.30 Uhr statt. Das Programm ist voll auf Kinder ausgerichtet.

### **2.3. Schulen im Kanton Thurgau**

Den Unterstufen im Kanton werden folgende Angebote unterbreitet: Eine für die Schule kostenlose Lektion zum Thema Demenz mit der Geschichte von «Anna mag Oma» durch uns. Übergabe der Broschüre für die Schüler.

### **2.4. Weitere Anlässe**

#### **2.4.1. Matinee im Seeburgtheater, Kreuzlingen**

Wir versuchen, mit den Verantwortlichen des Seeburg-Theaters, die das Stück «Honig im Kopf» im Juli/August aufführen, gemeinsam etwas zu unternehmen.

#### **2.4.2. Preisübergabe an die Gewinner des Wettbewerbs**

Wir nutzen die Preisübergabe, an welcher etwas über 100 Teilnehmer erwartet werden, das wichtige Thema «Demenz» ins Zentrum zu stellen.

#### **Medienarbeit**

Aufzeigen, warum «Demenz aus der Sicht der Kinder» wichtig ist, wie man das kindergerecht vermitteln kann und worauf Kinder achten müssen, damit sie auch weiterhin eine gute Verbindung zum Grosi oder zum Opa haben können.

### **3. Ergebnisse der Umsetzung**

#### **3.1. Broschüren mit der Geschichte von «Anna»**

##### **3.1.1. Der Verlag**

Böhm Press AG ist uns nach längeren Verhandlungen mit der Autorin Katrin Hofer Weber und der Illustratorin Tatjana Mai-Wyss grosszügig entgegengekommen, sodass wir das Recht erhielten, das Kinderbuch als Jahresbroschüre auf Format A 5 zu übernehmen. Die Zusammenarbeit war in jeder Hinsicht lösungsorientiert, konstruktiv und vertrauensvoll. Auch bei den Produktionskosten sind sie uns grosszügig entgegengekommen.

##### **3.1.2. Zusatzkredit**

Der Kanton hat unserem Gesuch um einen Zusatzkredit von CHF 20'000.-- grosszügig entsprochen. Wir danken herzlich für den bewilligten Betrag.

##### **3.1.3. Konzept**

Unser Ziel: Wir setzten die Kindergeschichte «Anna mag Oma und Oma mag Äpfel» für 2025 zum zentralen Thema. Die Broschüre ergänzten wir mit einer kindergerechten selbsterklärenden Einleitung und am Schluss fügten wir einen Wettbewerb mit sechs Multiple Choice-Fragen bei. Der tiefere Sinn des Wettbewerbs ist, dass die Kinder dazu animiert werden, sich mit den Eltern über den Inhalt der Geschichte zu unterhalten. Alle massgebenden Institutionen im Kanton wurden wieder aufgeführt.

#### **3.2. Veranstaltungen**

##### **3.2.1. Impulsveranstaltung**

Am Samstag, 3. Mai durften wir 400 Besucher, davon 180 Kinder, zum Anlass «Weisst du, was Demenz bedeutet» im Thurgauerhof in Weinfeldern begrüssen. Beeindruckend war, dass viele Kinder im Kindergartenalter mit Grosseltern oder Eltern eintrafen. Die Sorge, ob diese Kinder auch das gut 90 Minuten dauernde Programm durchhalten würden, hat sich als unbegründet erwiesen. Die unterschiedlichen Programmteile und insbesondere Andrew Bond, haben die Kinder bewegt und auch voll ins Programm einbezogen.

##### **Programm**

1. René Künzli hat die Anwesenden begrüsst und Ziel und Zweck der Kampagne, insbesondere des Jahresthemas «Demenz aus der Sicht der Enkelkinder», vorgestellt.
2. Andrew Bond hat musikalisch durch das ganze Programm geführt und
3. Rebecca Bohli hat ihrem Sohn Mathis und ihrer Schwiegermutter die Krankheit Demenz erklärt.
4. Die Kinderbuchautorin Katrin Hofer Weber hat ihre Geschichte «Anna mag Oma und Oma mag Äpfel» mit den Bildern aus dem Buch erzählt.

### **Aussteller im Foyer**

Folgende 12 Institutionen haben ihre Dienstleistungen vorgestellt und standen den Besuchern für Fragen zur Verfügung.

Alzheimer Thurgau, Pro Senectute, SRK Thurgau, Spitex Arbon, Oase, Tapeutenwechsel, Tageswohning Wiifäldä, aufsuchende Demenz Beratungsstelle, Pro Junior, Curaviva, Tertianum Zedernpark, terzStiftung.

Andrew Bond und Katrin Hofer Weber hatten auch einen Tisch.

Andrew Bond zog die Kinder in seinen Bann und liess sie auch aktiv teilhaben.





Hier erklärt Rebecca Bohli ihrem Sohn Mathis und Schwiegermutter, was Demenz ist.



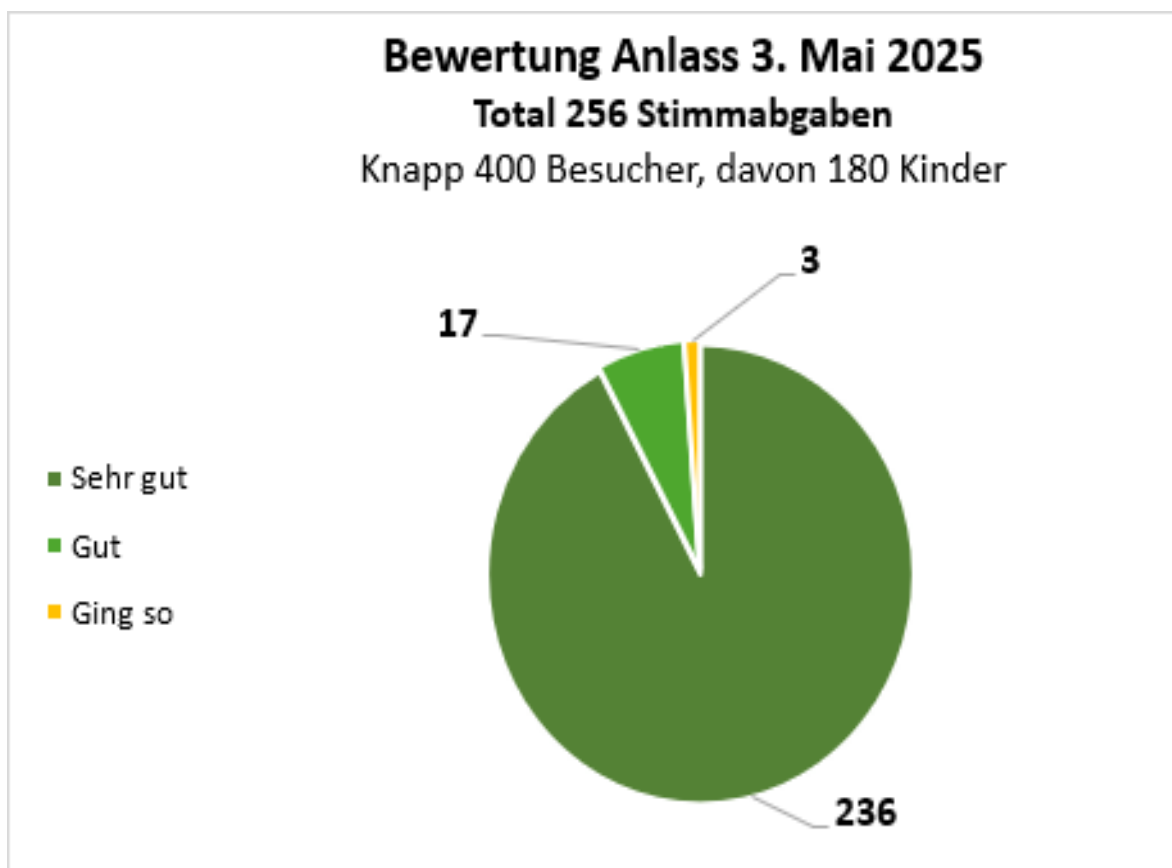
Katrin Hofer Weber erzählt den Besuchern die Kindergeschichte von Anna.



Einige Aussteller haben sich auch etwas Kindergerechtes einfallen lassen. Da gab es auch leckere Preise.

**So wurde der Anlass von einem Teil der Anwesenden bewertet.**

Damit auch die Kinder abstimmen konnten wurden drei Abstimmungs-Schachteln mit drei Gesichtern aufgestellt. Das Ergebnis der Abstimmung sieht wie folgt aus.



### **3.2.2. Ziehung der Wettbewerbsgewinner am Freitag, 27.06.2025**

Mit der Ziehung der 20 Wettbewerbsgewinner spielte Regierungsrat Urs Martin «Glücksfee». Insgesamt gingen 285 Talons ein, davon waren 250 richtig. Dar- aus zog Urs Martin die 20 Gewinner, die am Samstag, 6. September im Conny- Land geehrt werden.



### **3.2.3. Matinee am Sonntag, 3.8., Seeburgtheater in Kreuzlingen**

Der Regisseur Giuseppe Spina vom Theater «Honig im Kopf» lud uns zu einem Gespräch mit ihm und zur Vorstellung der Kampagne «Demenz aus der Sicht der Enkelgeneration» ein. 35 Besucher waren anwesend.



### 3.2.4. Ehrungen im Conny-Land

Am Samstag, 6. September um 09.30 Uhr konnten wir insgesamt 114 Personen zum Frühstück mit Seelöwen begrüßen. 19 der 20 Kinder, die den Wettbewerb durch «Glücksfee» Regierungsrat Urs Martin gewonnen haben, konnten drei Personen zur Ehrung einladen. Zusätzlich war eine Vorstandsdelegation von Alzheimer Thurgau anwesend. Nach dem Frühstück wurde ein Gruppenfoto der glücklichen Gewinner gemacht. Während dieser Zeit wurde Alzheimer Thurgau zum 30-jährigen Jubiläum geehrt. Wir überreichten dem Präsidenten, Bruno Lüscher, eine Ehrenurkunde, die von Regierungsrat Urs Martin und René Künzli, Ehrenpräsident der terzStiftung unterschrieben wurde. Ein eigens für diese Ehrung erstelltes Lied «30 Jahre Alzheimer Thurgau» wurde abgespielt. Danach standen die Kinder im Zentrum. Rebecca Bohli rekapitulierte mit den Kindern kurz die Geschichte von «Anna». Werner Lenzin führte ein kurzes Interview mit der Kinderbuchautorin Katrin Hofer Weber und dann stand jedes der 19 Kinder allein auf einem Podest. Nach der kurzen Ehrung überreichte Katrin Hofer Weber jedem Kind ein Originalbuch mit einer persönlichen Widmung. Danach konnten die die Anwesenden das Conny-Land genießen.



114 Personen, vorwiegend Kinder beim Frühstück.



Katrin Hofer Weber überreicht allen 19 Kinder ein Originalbuch mit Widmung.



Jedes Kind erhielt ein Erinnerungsfoto nach dem schönen Anlass.

### **3.3. Schulen im Kanton**

#### **3.3.1. Ausgangslage**

Die Broschüre mit der Kindergeschichte «Anna mag Oma und Oma mag Äpfel» von Katrin Hofer Weber ist aus unserer Sicht die ideale, selbsterklärende Kindergeschichte einer Enkelin, die eine enge und gute Beziehung zu ihrer Oma hat. Plötzlich verändert sich diese Beziehung fundamental. Oma ist an Demenz erkrankt und kennt Anna nicht mehr. Das führt zu erheblichen Irritationen bei Anna, sie empfindet, dass Oma sie nicht mehr liebhat. Glückliche Umstände, Bilder aus der Vergangenheit, geben Anna den Schlüssel zu einer neuen Verbindung mit Oma.

Der Schlüssel für eine neue und gute Verbindung zum Betroffenen liegt meistens in seiner Biografie. Die Geschichte zeigt dies sehr anschaulich auf.

#### **Ziele:**

Wir wollen möglichst viele Kinder der 1. – 6. Schulklasse im Kanton über diese Geschichte erreichen, um ihnen die Krankheit Demenz, die möglichen Auswirkung und Veränderungen aufzuzeigen. Wichtig ist uns aber auch, ihnen die Möglichkeiten vorzustellen, wie sie eine neue und gute Beziehung, trotz dieser Krankheit, aufbauen können.

#### **Das wollen wir mit zwei wichtigen Massnahmen erreichen:**

- a) Über die Kindergeschichte den Kindern die Krankheit Demenz näher zu bringen.
- b) Den Primarschulen Zyklus 1 und 2 im Kanton Lektionen zum Thema Demenz mit dem Inhalt der Geschichte und Erklärungen von «Anna mag Oma und...» anbieten.

#### **Wie gingen wir vor?**

1. Den Primarschulen Broschüren kostenlos abgeben und wenn gewünscht, Lektionen selber durchführen. Dieses Angebot wurde allen Schulbehörden im Frühjahr 2024 erstmals schriftlich unterbreitet.
2. Im Herbst 2024 wurden die Schulgemeinden nochmals mit dem Angebot angeschrieben. Sie erhielten ein Bestell- und Terminvereinbarungsformular für die Broschüren Bestellung und Lektionen mit Retourkuverts.
3. Ergebnis sehr geringe Resonanz.
4. Daraufhin unternahmen wir anfangs März 2025 nochmals einen Anlauf und schrieben allen Schulleiterinnen / Schulleitern eine persönliche E-Mail. Wir luden sie ein, diese für sie kostenlose Kampagne, die den Kindern einen Mehrwert gibt, zu unterstützen oder uns mindestens ein Feedback zu geben.
5. Nach einer Frist von drei Wochen haben wir den 2/3 der Schulleitungen, die sich nicht gemeldet haben, telefoniert.
6. In vielen Medienberichten – Interviews – wurde immer wieder auf die Angebote an die Schulen hingewiesen.
7. Das Departement hat die Angebote auch für die Lehrerschaft online gestellt.

**Das für uns sehr ernüchternde Ergebnis ist:**

### **Broschüren**

Wir konnten von insgesamt 20'000 Broschüren **knapp 3'000 den Schulen übergeben, also rund ein Siebtel** unseres Bestandes.

### **Was waren die Begründungen seitens der Schulen?**

Wir finden die Kampagne sehr wertvoll, aber

1. passt leider nicht in das jetzige Programm
2. wir kommunizieren nur noch digital
3. wir verteilen keine Unterlagen von Dritten an die Schüler
4. wir würden die wertvolle Broschüre gerne den Schülern übergeben, doch es besteht ein Behörde-Beschluss, der die Weitergabe von Unterlagen, die nicht von der Schule selbst kommen, untersagt – z.B. Frauenfeld.
5. wir kommen zu gegebener Zeit auf Sie zu.

**Überlegungen, wie wir die Broschüren den Kindern überreichen können, waren:**

#### **1. Altersinstitutionen im Kanton**

Wir haben alle Alters- und Pflegeheime im Kanton angeschrieben und sie gebeten, die Broschüren im Heim aufzulegen. Dem Schreiben haben wir eine Broschüre, ein Bestellformular und ein frankiertes Geschäftsantwortkuvert beigelegt. Lieferung selbstverständlich ohne Kosten.

**Ergebnis:** Wir konnten rd. 1'500 Broschüren liefern können.

#### **2. Seeburgtheater Kreuzlingen spielt das Stück «Honig im Kopf»**

Wir haben mit den Organisatoren Verbindung aufgenommen und sie angefragt, haben unser Projekt vorgestellt und eine Zusammenarbeit abgeklärt.

##### **Ergebnisse:**

Sie übernahmen 100 Broschüren, die sie bei der Abendkasse auflegten. Doch daraus ergab sich eine zusätzliche Möglichkeit an der Matinee vom Sonntag, 3.8. unsere Kampagne vorstellen zu dürfen.

#### **3. Turbo AG**

Wir haben die Direktion der Turbo AG angefragt, ob wir unsere Broschüren in ihren Zügen auflegen dürfen.

**Ergebnis:** Die Anfrage wurde abschlägig beantwortet.

#### **4. Einkaufszentren / Bahnhöfen**

Wir haben geprüft, ob wir mit jeweils drei bis vier Kindern, jeweils an einem Samstag vor Einkaufszentren interessierten Kindern / Eltern die Broschüren anbieten.

**Ergebnis:** Eine realistische Berechnung des Aufwands und des Nutzens hat uns von dieser Idee abgebracht.

## Neubeurteilung

### 5. Abgegebene Broschüren:

Bis anfangs Mai hatten wir gegen 4'500 Broschüren abgeben können.

### 6. Eingegangene Wettbewerbstalons

Bis zu diesem Zeitpunkt sind gerade mal 5 Talons eingegangen.

### 7. Veranstaltung vom Sa. 6.9.:

Die Ziehung der 20 Gewinner vom Freitag, 27.6. durch Regierungsrat Urs Martin im Regierungsgebäude mit Pressevertretern und die Preisverteilung standen auf dem Spiel. Der Einsendeschluss für den Wettbewerb war auf den 16.6. angesetzt.

### 8. Fazit:

Die Prüfung von sinnvollen Distributions-Möglichkeiten zeigte, dass wir die Broschüren für den Wettbewerb zu spät und wenn überhaupt, nur mit unverhältnismässig hohem Aufwand in diesem Jahr abgeben können.

### 9. Entscheid

Trotz diesen Schwierigkeiten wollten wir, dass möglichst viele Kinder diese schöne Broschüre, noch vor der Ablauffrist des Wettbewerbs erhalten. Daher entschieden wir uns, die Broschüren über die Frauenfelder Nachrichten und dem Weinfelder Anzeiger zu verteilen.

**Ergebnis:** Es gingen insgesamt 285 Talons ein.

## 3.4. Schullektionen

Folgende Lektionen konnten durchgeführt werden:

### Aufstellung über effektiv ausgeführte Lektionen

Nr.	Schule	Klassen	Datum
1	Sirnach	Zyklus 1 und 2	Feb 24
2	Bischofszell	Zyklus 1 und 2	Mär 24
3	Kreuzlingen Hort	Zyklus 1 und 2	Mär 24
4	Kreuzlingen Hort	Zyklus 1 und 2	Sep 24
5	Kreuzlingen Hort	Zyklus 1 und 2	Okt 24
6	Ermatingen	Zyklus 1 und 2	Dez 24
7	Ermatingen	Zyklus 1 und 2	Dez 24
8	Üsslingen-Buch	Zyklus 1 und 2	13. Mai 25
9	Üsslingen-Buch	Zyklus 1 und 2	13. Mai 25
10	Üsslingen-Buch	Zyklus 1 und 2	13. Mai 25
11	Wilten-Gottshaus	Zyklus 1 und 2	16. Mai 25
12	Wilten-Gottshaus	Zyklus 1 und 2	16. Mai 25
13	Hüttwilen	Zyklus 1 und 2	23. Mai 25

Nr.	Schule	Klassen	Datum
14	Hüttwilen	Zyklus 1 und 2	23. Mai 25
15	Hüttwilen	Zyklus 1 und 2	26. Mai 25
16	Hüttwilen	Zyklus 1 und 2	26. Mai 25
17	Bischofszell	Zyklus 1 und 2	23. Mai 25
18	Bischofszell	Zyklus 1 und 2	15. Sep 25
19	Bischofszell	Zyklus 1 und 2	15. Sep 25
20	Märstetten	Zyklus 1 und 2	Sep 25
21	Märstetten	Zyklus 1 und 2	17. Sep 25
22	Märstetten	Zyklus 1 und 2	17. Sep 25

### 3.5. Medienarbeit

#### 3.5.1. Film

Um es den Lehrkräften einfacher zu machen, haben wir einen Film mit Katrin Hofer Weber erstellt. Darin liest sie die Geschichte in ihrem Buch «Anna mag Oma und Oma mag Äpfel» und gibt auch gleichzeitig Erklärungen ab.

So haben die Schulen ein Lehrmittel zur Hand, das ohne grosse Vorbereitung zum Thema Demenz in einer Lektion eingesetzt werden kann. Der Film ist auf [www.demenz-terzstiftung.ch](http://www.demenz-terzstiftung.ch) aufgeschaltet.

#### 3.5.2. TV-Bodensee

Patrick Eich lud die Kinderbuchautorin Katrin Hofer Weber und René Künzli zu einem Gespräch zum Thema «Demenz aus der Sicht der Enkelkinder» ins TV-Studio Steckborn ein. Dieses Gespräch ist ebenfalls auf der Homepage [www.demenz-terzstiftung.ch](http://www.demenz-terzstiftung.ch) zu finden.

#### 3.5.3. Fünf Teaser

Damit wir die Kinder erreichen und um für den Anlass vom Samstag, 3. Mai zu werben, haben wir fünf Kurzfilme gedreht, die wir in den Sozialen Medien einspielten. Zusätzlich hat TV-Bodensee diese Teaser über einen Monat ebenfalls eingespielt.

#### 3.5.4. Medienspiegel

Dort wo wir Angaben über die Reichweite hatten, haben wir die übernommen. Sonst haben wir mit einem Faktor gerechnet, den wir in der Aufstellung anzeigen.

#### 3.5.5. Bemerkung zur Medienübersicht

In der Übersicht sind Artikel im November und Dezember aufgeführt, die noch nicht erschienen, jedoch bereits gebucht sind. Am Do. 20.11. erscheint eine Zusammenfassung dieses Jahresberichtes – ohne Finanzen – und am Do. 11.12. wird ein Interview mit Rückblick auf die ganze kantonale Sensibilisierungskampagne in den Thurgauer Nachrichten erscheinen. Ob andere Zeitungen die Artikel auch übernehmen? Das wäre dann in der nachfolgenden Übersicht nicht berücksichtigt.

## Medienübersicht

Medien	Monate												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Thurgauer Zeitung	1		1				1	1	2				6
TG Nachrichten ganzer Kanton	1												1
Thurgauer Nachrichten	1	2	1	1	2		1		2	1	1	1	13
Frauenfelder Nachrichten Online		1											1
Weinfelder Anzeiger		1			1				1				3
Bote vom Untersee	1				1			1	1				4
Elgger/Aadorfer Zeitung					1								1
Bodensee TV				3									3
Bildung Thurgau				1									1
Schulplattform Kt. Thurgau			1										1
Dorfzeitung Amlikon										1			1
<a href="http://www.demenz-terzstiftung.ch">www.demenz-terzstiftung.ch</a>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total</b>													<b>36</b>

## Medien Auswertung

Medien	B	A	R	Totale A	Totale R
Thurgauer Zeitung	6	22'573	72'000	135'438	432'000
TG Nachr. ganzer Kanton	1			145'000	217'500
Thurgauer Nachrichten *	13	115'276	172'914	1'498'588	2'247'882
Frauenfelder Nachr. Online **	1				37'500
Weinfelder Anzeiger *	3	17'000	25'500	51'000	76'500
Bote vom Untersee *	4	4'500	6'750	18'000	27'000
Elgger/Aadorfer Zeitung *	1			1'800	2'700
Bodensee TV **	3		5'000		15'000
Bildung Thurgau **	1				1'000
Schulplattform Kt. Thurgau **	1				1'000
Dorfzeitung Amlikon ***	1			1'000	4'000
<a href="http://www.demenz-terzstiftung.ch">www.demenz-terzstiftung.ch</a> **	1				15'000
<b>Total</b>	<b>36</b>			<b>1'850'826</b>	<b>3'077'082</b>

**Legende:** B Berichte, A Auflage, R Reichweite

**Bemerkungen:**

\*Reichweite nicht verfügbar. Wir rechnen tief mit einem Faktor 1.5

\*\*Schätzungen

\*\*\*Faktor 4

Erreichte Kontakte 2025	
Kennzahl	Erreichte Personen
Aktionen	2025
<b>Anzahl erreichter Einwohner</b>	
- Printmedien effektiv 911 k Leserschaft x Faktor 1.3	3'077'082
- 20'000 Broschüren Leserschaft x Faktor 3.5	70'000
- Impulsveranstaltung Anwesende	400
- 22 Lektionen à durchschnittlich 15 Schüler	330
- Matinee in Kreuzlingen und Ehrungen im Conny-Land	150
- Soziale Medien inkl. den fünf Teaser «geschätzt»	50'000
<b>Total erreichte Kontakte im Kanton Thurgau</b>	<b>3'197'962</b>

#### Fazit Medienarbeit 2025

Bei den rund 290'000 Einwohnern im Kanton Thurgau und bei **3'197'962** Kontakten wurde **jeder Einwohner theoretisch 11-mal** mit der Botschaft «Demenz» erreicht.

## 4. Rückblick

### 4.1. Was lief gut?

Dank dem aktiven, innovativen und kompetenten Projektteam konnten diese guten Ergebnisse erreicht werden.

Ich danke herzlich:

**Rebecca Bohli,** Pflegefachfrau HF  
**Werner Lenzin,** Sekundarlehrer und Medienfachmann  
**Carsten Niebergall,** Gerontologe

Sie haben massgeblichen Anteil an der erfolgreich durchgeführten kantonalen Sensibilisierungskampagne zum Thema Demenz. Die Zusammenarbeit war immer ausserordentlich konstruktiv kritisch, ziel- und wirkungsorientiert, und die Lösungen und Aktionen waren kosteneffizient.

### **Institutionen**

Wir hatten mit allen themenrelevanten Institutionen im Kanton einen ausgesprochen guten und offenen Umgang. Hoch erfreulich hat sich die Kampagnen-Partnerschaft mit Alzheimer Thurgau entwickelt.

#### **4.2. Was lief nicht gut?**

Die Zusammenarbeit mit den Schulgemeinden und Schulleitungen haben wir uns wesentlich kooperativer, offener und interessierter vorgestellt. Selbst persönliche Schreiben mit Antwortfaldon und Retourkuverts blieben grossmehheitlich unbeantwortet. Das gibt uns zu denken. Die Schulen haben doch für die Kinder eine wichtige Vorbildfunktion. Vorleben der Grundwerte. Das haben viele vermissen lassen.

#### **4.3. Lehren:**

Von den Erfahrungen der Vorjahre haben wir im abschliessenden Kampagnenjahr sehr profitiert. Rückblickend auf dieses Jahr darf festgestellt werden, dass – bis auf die Schulen – alle Aktivitäten erfreuliche Ergebnisse zeigten.

#### **4.4. Dank**

Wir danken dem kantonalen Amt für Gesundheit für die ausgesprochen vertrauensvolle, offene und schöne Zusammenarbeit und der Regierung des Kantons Thurgau für das uns geschenkte Vertrauen herzlich.

Berlingen, 20.10.2025rk

Projektleiter René Künzli