Workshopdokumentation

Achtes Nürnberger Demografieforum, 15.10.2026 im Haus-Heilig-Geist
Workshop III

Workshop-Begleitung: Mareen Bähr und Julius Leib; Input: Claudia Laubstein

Einsamkeit, Gemeinschaft und die Gestaltung von Angeboten

Dokumentation der Workshoparbeit. Die PowerPoint-Präsentation von Frau Laubstein zum ersten Teil ist separat abgelegt.

1. Ziel und Leitgedanke

Im Mittelpunkt des Workshops stand die Frage, wie Angebote Begegnung und soziale Teilhabe ermöglichen können, ohne Menschen, die allein leben oder sich einsam fühlen, zu stigmatisieren oder unter Druck zu setzen. Dabei wurde auch die mögliche Nebenwirkung gut gemeinter Maßnahmen betrachtet: Wenn Geselligkeit und Aktivität als einzig richtige Form des Älterwerdens vermittelt werden, können Menschen ausgeschlossen werden, die nicht mitmachen können oder bestimmte Formen von Gemeinschaft nicht möchten.

Leitgedanke: Gemeinschaft soll ermöglicht werden, ohne Alleinsein abzuwerten. Ziel ist nicht, weniger Begegnung anzubieten, sondern Angebote und ihre Kommunikation so zu gestalten, dass unterschiedliche Lebensentwürfe respektiert werden.

2. Ablauf des Workshops

Der erste Teil führte in die Thematik ein und beleuchtete das Ideal des aktiven Alterns sowie die Gefahr, Einsamkeit durch gut gemeinte Botschaften zusätzlich zu problematisieren. Die dazugehörige PowerPoint-Präsentation wird dieser Dokumentation separat beigefügt.

Im anschließenden interaktiven Teil wurde mit der Methode „Der schlechteste Slogan gegen Einsamkeit“ gearbeitet. Die Teilnehmenden entwickelten bewusst überspitzte Slogans und reflektierten anschließend, welche Bilder von Einsamkeit und vom guten Leben im Alter darin sichtbar werden. Aus den Beispielen wurden Hinweise für eine inklusive Gestaltung von Angeboten und deren Ansprache abgeleitet.

3. Ergebnisse der Übung: „Der schlechteste Slogan gegen Einsamkeit“

Die bewusst überzeichneten Beispiele machten sichtbar, wie schnell eine Ansprache belehrend, beschämend oder ausschließend wirken kann. Auf der Stellwand wurden unter anderem folgende Formulierungen festgehalten (teilweise sinngemäß übertragen):

- „Sie sind einsam – Pech gehabt.“
- „Stell dich deiner Einsamkeit und deinen Ängsten.“
- „Raus aus der Hütte, rein in den Schnee.“
- „Exklusiver Skikurs im Ausland – St. Moritz, Schweiz.“
- „Reiß dich zusammen und meld dich an.“
- „Exklusiv, teuer, Anmeldung per QR-Code.“

Die Beispiele sind als kritische Übungsergebnisse zu verstehen (Negativbeispiele), nicht als Empfehlungen für die Öffentlichkeitsarbeit.

4. Was die Beispiele sichtbar machen

Die Auswertung und die Stichworte auf der Stellwand verwiesen auf mehrere Risiken, die bei der Planung und Bewerbung von Angeboten bedacht werden sollten:

- **Schuldzuweisung:** Einsamkeit wird als persönliches Versagen dargestellt; Betroffene erhalten den Eindruck, selbst schuld zu sein.
- **Hohe Zugangshürden:** Kosten, komplizierte Anmeldewege oder digitale Zugangsvoraussetzungen können Menschen ausschließen.
- **Ein enges Altersbild:** Die Botschaft kann vermitteln, dass Älterwerden möglichst jung, aktiv und leistungsfähig aussehen muss.
- **Unpassende Angebotsformate:** Einmalige Veranstaltungen reichen nicht immer aus, um verlässliche Begegnung zu ermöglichen.
- **Zu hohe Anforderungen:** Verbindliche Teilnahme über viele Termine, Auftritte vor Publikum oder verpflichtende aktive Beteiligung können abschrecken.
- **Direkte Problemansprache:** Wer ausdrücklich als einsam angesprochen wird, kann sich etikettiert oder bloßgestellt fühlen.

5. Hinweise für eine gelingende Angebotsgestaltung

Auf der Stellwand wurden als wichtige Ansatzpunkte unter anderem unterschiedliche Angebote, die Bedeutung des konkreten Angebots, Begleitung bei der Teilnahme und eine eher indirekte Ansprache der Zielgruppe festgehalten. Daraus ergeben sich folgende praxisbezogene Gelingenskriterien:

Das Angebot in den Mittelpunkt stellen
→ Mit einer attraktiven Aktivität, einem Interesse oder einem konkreten Nutzen werben – nicht mit dem vermeintlichen Defizit der Teilnehmenden.

<u>Positive Motivation ermöglichen</u>
→ Begegnung, Bewegung, Kultur, Lernen, Kreativität und gemeinsame Interessen sichtbar machen.

<u>Freiwilligkeit wahren</u>
→ Teilnahme ermöglichen, ohne moralischen Druck oder die Erwartung, sich dauerhaft verpflichten zu müssen.

<u>Vielfalt berücksichtigen</u>
→ Unterschiedliche Lebensentwürfe und verschiedene Wünsche nach Nähe, Kontakt und Rückzug anerkennen.

<u>Autonomie respektieren</u>
→ Selbstgewähltes Alleinsein und den Wunsch nach Rückzug nicht automatisch als Problem bewerten.

<u>Stigmatisierung vermeiden</u>
→ Nicht vermitteln: „Du bist einsam, deshalb brauchst du dieses Angebot.“

Niedrigschwellige Zugänge schaffen
→ Kosten, Anmeldung, Erreichbarkeit und digitale Voraussetzungen möglichst einfach halten; bei Bedarf Begleitung anbieten.

Kontinuität ermöglichen
→ Neben einzelnen Veranstaltungen auch wiederkehrende und verlässliche Möglichkeiten zur Begegnung anbieten.

Sprache bewusst prüfen
→ Formulierungen wie „Raus aus der Einsamkeit“ oder „Schluss mit dem Alleinsein“ kritisch hinterfragen.

6. Zentrale Erkenntnisse

- Angebote gegen Einsamkeit müssen nicht zwingend als solche bezeichnet werden. Oft ist es hilfreicher, Begegnung, Kultur, Bewegung, Austausch oder eine schöne gemeinsame Zeit in den Vordergrund zu stellen.
- Gemeinschaft kann ein wichtiger positiver Effekt eines Angebots sein, ohne als Pflicht oder einzig richtiger Weg zum guten Leben dargestellt zu werden.
- Menschen sollten teilnehmen können, ohne ihre Einsamkeit offenlegen zu müssen.
- Niedrigschwellige Zugänge, Freiwilligkeit, passende Begleitung und unterschiedliche Angebotsformen können dazu beitragen, mehr Menschen zu erreichen.
- Bei der Kommunikation sollte stets geprüft werden, welches Bild vom Alter und von Menschen, die allein leben, vermittelt wird.

7. Fazit

Gemeinschaft als Kollateralnutzen: Viele Angebote sind Angebote für Begegnung, Bewegung, Kultur, Austausch, Sport, Bildung etc.. Dass sie Einsamkeit lindern können, ist ein wichtiger Effekt – aber nicht unbedingt das Etikett, mit dem sie beworben werden müssen. Entscheidend ist, Gemeinschaft zu ermöglichen, ohne Alleinsein abzuwerten oder Menschen auf ihre Einsamkeit zu reduzieren.

Anlage

Foto der während des Workshops entstandenen Stellwand.

