

URt, 27.08.05

Die kulturelle Dimension des Alters

INTERVIEW / Klaus Bremen ist Organisator des Projektes „Erinnern-Vergessen: Kunststücke Demenz“. Er erklärt, warum diese Kampagne so spannend für ihn ist.

MOERS. Die Kampagne „Erinnern-Vergessen: Kunststücke Demenz“ kommt in die „heiße Phase“. Die letzten Vorbereitungen laufen, bevor es am 1. Oktober endlich in Moers losgeht. Ein guter Zeitpunkt, um eine erste Zwischenbilanz zu ziehen. Wir sprachen deshalb mit Klaus Bremen vom Paritätischen Wohlfahrtsverband NRW, der die Kampagne „Erinnern-Vergessen: Kunststücke Demenz“ angestoßen hat und als Geschäftsführer einer Trägergesellschaft des Paritätischen die organisatorische Verantwortung für das Projekt trägt.

Frage: Herr Bremen, wie ist diese Idee entstanden?

Bremen: Aus dem sozialen Bereich heraus auf Themen und Anliegen aufmerksam zu machen, geschieht oft mit Hilfe der inhaltlichen Begründungen für unsere Arbeit, die aus der Medizin oder der Soziologie entlehnt sind. Solche Ausführungen sind für die Fachwelt interessant – die Bürgerinnen und Bürger können wir dadurch oft nicht für unsere Anliegen interessieren. Durch Altheatergruppen habe ich immer wieder erlebt, dass auch schwierigere Themen des Alters und der Pflegebedürftigkeit spielerisch und kreativ aufgegriffen werden. Besonders beeindruckend geschah dies anlässlich des Welt Alten Theater Festivals 1999 in Köln: Dort brachten Altheatergruppen aus der ganzen Welt die Themen älterer Menschen auf die Bühne. Seit dieser Zeit bewegt mich die Idee, auch die Situation demenzkranker Menschen und ihrer Angehörigen in ande-



Einen riesigen Erfolg hatte in Moers das Stück „Ich muss gucken, ob ich da bin“.

rer Weise, eben mit theatralischen Mitteln, aufzugreifen.

Frage: Die Vorarbeiten für die Kampagne laufen jetzt schon fast über zwei Jahre, wie hat sich die Kampagne während dieser Zeit verändert?

Bremen: Es war von Anfang an klar, dass wir mit dem Projekt ein großes Experiment wagen. Das Schlosstheater hat mit „Ich muss gucken, ob ich da bin“ den ersten Schritt gemacht. Nach neun ausverkauften Vorstellungen mit insgesamt rund 1000 Zuschauerinnen und Zuschauern und großem Medien-Echo wissen wir: Mit Mitteln des Theaters wird auch ein so brisantes Thema wie die Demenz-Erkrankung alter Menschen zugänglich. Vielleicht ist in dieser ersten Zeit der Eindruck entstanden, es handle sich vor allem um dieses eine Theaterprojekt. Die jetzige Phase wird zeigen, dass wir auf die Mischung aus Theater-Aktivitäten und öffentlichen Aktionen zielen.

Frage: Die enge Verbindung von wohlfahrtspflegerischen und künstlerischen Perspektiven ist also Programm. Was interessiert Sie dabei besonders?

Bremen: Was ich am Theater liebe, sind die Geschichten, die erzählt werden und dass sie von ganz konkreten Menschen mit ihren ganz konkreten Problemen handeln. Um diese Menschen geht es uns auch in der Wohlfahrtspflege. Aber im

„Uns und unser Zusammenleben als Ältere immer neu erfinden...“

Alltag unseres Sozialstaats laufen wir auch Gefahr, dass sie „Fälle“ werden, die möglichst wirtschaftlich bearbeitet werden. Künftig werden wir uns selbst und unser Zusammenleben als Ältere vielleicht immer neu erfinden müssen: Im Theater, in der Literatur, im Film, in

der Musik - in unserem Kulturleben insgesamt steckt die Möglichkeit, diesem Neu-Erfinden Ausdruck zu geben. In diesem Sinne können die sozialen Themen des Alters immer auch eine kulturelle Dimension gewinnen- und diese Dimension interessiert mich.

Frage: Das Projekt „Ich muss gucken, ob ich da bin“ hatte schon Premiere. Viele andere Aktionen sind in Planung, dabei kommt es immer wieder zu Kontakten mit Menschen. Gibt es eine Begegnung oder ein Erlebnis, das Sie während der Arbeit an der Kampagne besonders beeindruckt hat?

Bremen: Ich bin besonders beeindruckt von dem Engagement und der Energie, die die beiden Schauspieler Roland Silbernagl und Wilhelm von Hoegen in das Spiel mit den demenzkranken Schauspielerinnen und Schauspielern einbringen.

Frage: Wie soll es mit der Kampagne „Erinnern-Vergessen: Kunststücke Demenz“ weitergehen?

Bremen: Im November greift das Theater an der Ruhr unsere Kampagne auf, und im Februar des nächsten Jahres sind Aktivitäten in Krefeld und Mönchengladbach geplant. Schon jetzt gibt es eine Reihe von Anfragen aus anderen Städten in NRW, ob wir bereit sind, auch dort eine solche Kampagne zu organisieren. Auf jeden Fall können wir unsere Erfahrungen zur Verfügung stellen, wenn an anderen Orten Kampagnen und „Kunststücke Demenz“ produziert werden sollen.