

22.01.2019 - 09:03 Uhr

## Demenz-Kampagne #vollpersönlich / Schweizer Bäckereien-Confiseries sensibilisieren für Demenz



Zürich (ots) -

Ab heute überreichen rund 400 Bäckereien und Confiseries in der ganzen Schweiz ihren Kunden beim Kauf eines «Coffee-to-go» selbstgestrickte Becherwärmer, sogenannte Cupholder. Mit der Kampagne #vollpersönlich machen Pro Senectute und Alzheimer Schweiz gemeinsam mit den gewerblichen Bäckereien und Confiseries auf Demenz und ihre Folgen im Alltag aufmerksam.

In der Schweiz leben heute rund 151'000 Menschen mit Demenz. Die Krankheit führt dazu, dass Betroffene sukzessive die räumliche und zeitliche Orientierung verlieren. Sie schränkt zudem das Gedächtnis und die Sprache ein. Personen, welche an Demenz leiden, leben im Anfangsstadium der Krankheit nach wie vor zuhause und sind somit ein Teil des öffentlichen Lebens. Und genau hier setzt die Kampagne an: Die mitmachenden Bäckereien und Confiseries informieren ihre Kundinnen und Kunden mit MEMO-BOX-Karten, worauf im Gespräch mit einer erkrankten Person zu achten ist und wie man bei einer orientierungslosen Person richtig reagiert.

### Bäckereien-Confiseries sensibilisieren

Für Silvan Hotz, Präsident des Schweizerischen Bäcker-Confiseurmeister-Verbands, ist die gemeinsame Kampagne mit Pro Senectute und Alzheimer Schweiz als «oberster Bäcker» wie auch als Betriebsinhaber spannend: «Bäckereien-Confiseries haben einerseits eine hohe Kundenfrequenz, andererseits stehen wir im persönlichen Kontakt mit unseren Kundinnen und Kunden. Wir nehmen mit der Aktion «#vollpersönlich - Stricken gegen das Vergessen» eine wichtige Rolle bei der Sensibilisierung der Bevölkerung ein. Es erfüllt mich mit Stolz, dass so viele Bäckereien-Confiseries bei dieser für unser Gewerbe neuartigen Kampagne mitmachen.»

### So läuft's

Seit September haben unzählige Freiwillige schweizweit über 61'000 kunterbunte Cupholder für die Sensibilisierungskampagne gestrickt. Ab 22. Januar überreichen rund 400 Bäckereien-Confiseries in der ganzen Schweiz ihren Kundinnen und Kunden den gekauften «Coffee-to-go» mit einem Cupholder und einer Infokarte aus

der MEMO-BOX mit einfachen Tipps für den Umgang mit Betroffenen. Die Aktion dauert nur kurze Zeit, solange der Vorrat an Cupholder reicht.

Folgende Bäckereien-Confiserien unterstützen die Aktion:

[www.swissbaker.ch/vollpersoenlich](http://www.swissbaker.ch/vollpersoenlich)

Weitere Informationen zur Kampagne sowie Fotomaterial finden Sie unter [www.memo-info.ch](http://www.memo-info.ch) sowie auf Facebook @memoinfoch und auf Instagram mit dem Hashtag #vollpersönlich.

Kontakt:

Pro Senectute Schweiz

Judith Bucher, 044 283 89 57, [medien@prosenectute.ch](mailto:medien@prosenectute.ch)

Alzheimer Schweiz

Nani Moras, 058 058 80 41 oder 075 434 98 10, [nani.moras@alz.ch](mailto:nani.moras@alz.ch)

Schweizerischer Bäcker-Confiseurmeister-Verband

Sarah Stettler, 031 388 14 14, [sarah.stettler@swissbaker.ch](mailto:sarah.stettler@swissbaker.ch)

#### Medieninhalte



*Bäckereien-Confiserien im ganzen Land sensibilisieren mit handgestrickten Cupholder für die Kampagne #vollpersönlich / Schweizer Bäckereien-Confiserien sensibilisieren für Demenz. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100002565](http://www.presseportal.ch/de/nr/100002565) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Pro Senectute/Marc Rubli"*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002565/100824133> abgerufen werden.