

**Kurzinterview durch die Arbeitsgruppe „Gesund älter werden“ der
Kommunalen Gesundheitskonferenz für den Landkreis Karlsruhe**

PROJEKT „CAPPUKINO“

Ein Projekt der Stadt Bruchsal und NAIS (Neues Altern in der Stadt)

Interviewpartner:

Simone Kaucher

Mitglied der AG Gesund älter werden

Volker Falkenstein

Stadtverwaltung Bruchsal
Amt für Familie und Soziales
Seniorenbeauftragter & Projektleiter NAIS

Bei Rückfragen zum Projekt erreichbar unter

Tel.: 07251 / 79357

E-Mail: volker.falkenstein@bruchsal.de

Stand: März 2020

1. Können Sie das Projekt kurz mit eigenen Worten beschreiben?

Das „CappuKino“ ist ein Kinoprogramm für Alt und Jung in angenehmer Atmosphäre. An jedem dritten Montag im Monat wird um 16.30 Uhr ein aktueller Kinofilm für vier Euro im Cineplex Bruchsal gezeigt. Das „CappuKino“ ist als Treffpunkt gedacht, der Begegnungen zwischen Menschen jeglicher Altersgruppe ermöglicht. Das Projekt soll auch einen Impuls gegen die soziale Vereinsamung setzen und die Menschen aktivieren, die sonst zurückgezogen leben und nicht rauskommen.

Weitere Informationen über das Projekt „CappuKino“ gibt es unter:

<http://www.neues-altern.de/cappukino/cappukino.html>

2. Wen erreichen Sie damit? (Zielgruppe, Anzahl der Teilnehmer, Besucher)

Mit dem „CappuKino“ möchten wir alle Generationen gleichermaßen ansprechen. Es ist somit als generationenübergreifendes Projekt zu verstehen. Der überwiegende Anteil der Besucher/-innen sind Senior/-innen im Alter von 65 Jahren und älter, was durchaus der Uhrzeit der Veranstaltung geschuldet ist. Dennoch kommen auch jüngere Bürger/-innen zum „CappuKino“, wodurch ein Treffpunkt für Alt und Jung geschaffen wird.

Als wir mit dem Projekt vor 13 Jahren starteten, kamen rund 50 Besucher/-innen in das Cineplex Kino. Die Nachfrage ist aber schnell gestiegen und mittlerweile nehmen mindestens 700 Menschen das Angebot des „CappuKinos“ wahr, weshalb oftmals zwei bis drei Kinosäle gefüllt sind.

3. Wie erreichen Sie die Zielgruppe?

Zum einen bewerben wir das Projekt in den klassischen Printmedien. Dazu nutzen wir vor allem das Amtsblatt der Stadt Bruchsal, es wurden aber auch schon Presseartikel in der BNN veröffentlicht oder einen Beitrag im Kraichgau TV gesendet. Außerdem gestalte ich in jedem Halbjahr Flyer mit dem aktuellen Programm, die dann an Veranstaltungen verteilt und überall in der Stadt ausgelegt werden.

Zum anderen legen wir großen Wert auf die persönliche Ansprache. Die Stadt Bruchsal ist Teil des NAIS-Netzwerks („Neues Altern in der Stadt“) und kann somit über das Netzwerk mit dem Multiplikatoren-Ansatz Werbung für „CappuKino“ machen. Außerdem wird auf Veranstaltungen auf „CappuKino“ aufmerksam gemacht und oftmals bringen Besucher/-innen von vorherigen Kinofilmen neue Besucher/-innen mit. Generell ist „CappuKino“ aber schon sehr bekannt und braucht kaum zusätzliche Werbung.

4. Welche Ziele verfolgt das Projekt?

„CappuKino“ zielt darauf ab, Begegnungen zwischen den Menschen zu ermöglichen und Menschen mit verschiedenen Interessen zusammenzubringen. Demnach ist das „CappuKino“ für die Besucher/-innen oftmals Anlass, um sich zum gemeinsamen Kinobesuch mit anschließendem Restaurant- oder Cafébesuch zu verabreden oder um nach dem Kinobesuch gemeinsam zum Sport zu gehen. Somit soll das Projekt der sozialen Einsamkeit entgegenwirken.

Wir haben also die Hoffnung, dass sich etwas aus dem „CappuKino“ Besuch entwickelt und wir auch die Menschen erreichen, die sonst nicht rausgehen. Die Soziale Chancengleichheit kann hier als übergeordnetes Ziel genannt werden. Der niedrige Eintrittspreis von vier Euro,

die unkomplizierte Ticketbestellung und die kurzfristige Stornierungsmöglichkeit möchte ich hier als Beispiele für den niederschweligen Zugang nennen.

Außerdem bietet das „CappuKino“ die Möglichkeit, die Menschen mit Informationen über weitere Angebote zu erreichen. Demnach können wir kurz vor der Ausstrahlung des Kinofilms andere Projekte wie beispielsweise die „Bewegte Apotheke“ oder Veranstaltungen bewerben und somit Impulse für weitere Aktivitäten in der Stadt setzen.

5. Wer setzt vor Ort das Projekt um?

Initiator und umsetzende Kraft von „CappuKino“ ist die AG 3 „Geistig fit + aktiv!“ des NAIS-Netzwerks in Bruchsal. Der Sprecher der AG ist Dieter Müller, der gemeinsam mit den Ehrenamtlichen der AG die Filmauswahl trifft, das Projekt organisiert und Öffentlichkeitsarbeit betreibt. Die AG arbeitet eng mit dem Cineplex Kino und mir als Ansprechpartner bei der Stadt Bruchsal zusammen. Generell ist die AG aber sehr selbstständig.

6. Welche Hürden/Stolperfallen zur Einführung oder Umsetzung des Projektes gibt bzw. gab es?

Die erste Hürde war natürlich, das Cineplex Kino davon zu überzeugen, dass das „CappuKino“ ein tolles Projekt ist. Wir sind hier ja stark auf die Unterstützung des Kinos angewiesen. Außerdem war zu Beginn des Projekts erst einmal unklar, wie sich das Ganze entwickelt, ob das Projekt von den Bürgern/-innen angenommen wird und ob sich der ganze Aufwand letztendlich lohnt.

7. Wie haben Sie die Probleme gelöst?

Uns ist das Feedback der Besucher/-innen wichtig. Dadurch erfahren wir, ob alles so funktioniert, wie es funktionieren soll, ob der Ticketverkauf reibungslos klappt, ob es einen barrierefreien Zugang zum Kino und in die Säle gibt, ob die Filmauswahl ansprechend ist und so weiter. Wir reflektieren den Prozess und hinterfragen viel, damit wir herausfinden können, ob wir auf dem richtigen Weg sind und unser gesetztes Ziel erreichen. Dabei steht die AG im engen Austausch mit dem Kino und ist auch selbst bei den Vorstellungen präsent, um mit den Besuchern/-innen ins Gespräch zu kommen.

8. Was gelingt besonders gut?

Hier möchte ich betonen, wie gut die gegenseitige Abstimmung zwischen allen Partnern des Projekts funktioniert– den Ehrenamtlichen (die AG), dem Hauptamtlichen (mir) und dem Cineplex Kino. Uns ist eine offene Gesprächskultur wichtig und wir sind offen für Feedback. Außerdem haben wir alle ein gemeinsames Ziel, das wir verfolgen: Wir möchten etwas für die Soziale Chancengleichheit tun und somit der sozialen Einsamkeit entgegenwirken.

9. Wie finanzieren Sie das Projekt?

Es fallen lediglich für den Druck der Flyer direkte Kosten an, die von der Stadt Bruchsal übernommen werden. Ich selbst entwerfe den Flyer und gebe ihn dann in Druck.

Das Cineplex Kino stellt natürlich das Personal, die Räumlichkeiten und die Filme zur Verfügung und verlangt dafür vier Euro pro Besucher/-in. Dabei bekommt das Kino keinen finanziellen Zuschuss von der Stadt. Aber die Entwicklung des Projekts zeigt, dass „CappuKino“ auch einen Mehrwert für das Kino hat, wodurch es eine klassische „Win-Win-Situation“ für die Bürger/-innen und das Kino darstellt.

10. Was möchten Sie anderen Kommunen noch mitgeben, falls sie dieses Projekt umsetzen möchten?

Mir ist abschließend wichtig zu betonen, dass es grundsätzlich notwendig ist, dass die Projekte von der Chefetage und auch kommunalpolitisch getragen werden. Nur so können Projekte überhaupt gut anlaufen.

An diesem Projekt finde ich besonders schön, dass Haupt- und Ehrenamt so gelungen zusammenarbeitet. Die Ehrenamtlichen leisten tolle Arbeit und sie haben den Zugang zu der Zielgruppe. Sie sind viel näher an der Bevölkerung, als ich es bin. Wenn es um das Thema „Erreichbarkeit der Zielgruppe“ geht, ist das ein ganz wesentlicher Faktor, weil die Ehrenamtlichen in die direkte und persönliche Ansprache mit den Menschen gehen können. Wenn wir es schaffen, mit dem Projekt die Menschen gut zu erreichen, dann kann „CappuKino“ selbst als Multiplikator gesehen werden, da wir durch das Projekt die Menschen über weitere Angebote und Veranstaltungen informieren können und somit womöglich ihre Teilhabe an weiteren Projekten und Angeboten steigern können.

Und als letzten Punkt möchte ich hervorheben, dass es bei einem Projekt mit mehreren Projektpartnern wichtig ist, dass die Zielsetzung für jeden eindeutig ist und das Hauptziel nicht aus den Augen verloren wird. Dazu gehört auch, unsere Arbeit immer mal wieder kritisch zu hinterfragen und den Prozess anzupassen.