

Musik- und Zelluloid-Erinnerungen für Senioren als Therapiemittel

Jörg Hauswald



In meinem Urlaub besuchte ich das Konzert „Rosen aus dem Süden“ mit André Rieu. Er erzählte von einem Brief, den er von einem Arzt erhalten hatte: „André, Du machst mich arbeitslos. Die Patienten legen eine CD von Dir in einen Player ein und werden gesund.“ – Auch ich als Ergotherapeut stellte dieses Phänomen bei meiner Arbeit in einem Pflegeheim fest. Welche Wirkung Musik- und Zelluloid-Erinnerungen auf Seniorinnen und Senioren haben, wird in diesem Fachartikel beschrieben. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Hintergrundwissen zur Erinnerungspflege.

1. Musik- und Zelluloid-Erinnerungen als Bestandteil der Erinnerungspflege

Die Musik- und Zelluloid-Erinnerung gehört zur Erinnerungspflege, die fester Bestandteil der Altenhilfe bei der Begleitung von Menschen mit Demenz ist. Der Begriff „Erinnerungspflege“ wurde vom Bundesministerium für Gesundheit 2006 gewählt und stellt eine Abgrenzung zur Erinnerungsarbeit und Reminiszenztherapie dar; beide verfolgen in unterschiedlicher Intensität psychotherapeutische Ziele.

„Die Erinnerungspflege trägt zur Lebens- und Pflegequalität bei, sie stärkt den Selbstwert von Menschen mit Demenz und schafft Situationen, die zum Austausch anregen und mit positiven Gefühlen verbunden sind. Sich zu erinnern ist für ältere Menschen eine Möglichkeit, auf ihr Leben zurück zu blicken, dadurch Identität aufrechtzuerhalten, Freude zu erleben und sozial- und alltagsgeschichtliches Wissen fortzuschreiben. In der Betreuung von Menschen mit Demenz ist die Erinnerungspflege mit weiteren Zielen verbunden: Förderung sozialer Teilnahme, Unterstützung kommunikativer Fähigkeiten, Erhalt von Identität,

Förderung positiver Emotionen wie Freude bzw. melancholisches Schwelgen. Erinnerungspflege kann als zeitlich begrenzte Aktivierung (max. 90 Min.) in einer Gruppe umgesetzt oder als Einzelintervention angeboten werden. Erinnerungspflege ist aber auch Teil des alltäglichen Interaktionsgeschehens in der Betreuung von Menschen mit Demenz. Die Inhalte für die Erinnerungspflege nähren sich aus zwei Wissensbeständen: 1. Hintergrundwissen zur Zeit-, Sozial- und Alltagsgeschichte einer Generation und 2. Spezialwissen zur individuellen Biografie.“ (BMG 2006, S. 94)

Die Rahmenempfehlung von 2006 hat auch Forschungsergebnisse bezüglich der Erinnerungspflege veröffentlicht: „Qualitative Aussagen zu erfolgreich durchgeführter Erinnerungspflege lassen einen Trend in Bezug auf die Unterstützung des Selbstwertgefühls, eine Verringerung psychologischer Depressionen, die Steigerung der Lebenszufriedenheit und eine Verbesserung positiver Stimmungen erkennen. Kasl-Godley et al. (Kasl-Godley Julia et al. 2000) resümieren, dass eine Verbesserung der kognitiven Funktionen durch erinnerungsbezogene Aktivierungen nicht erreicht werden kann. Allerdings lässt sich eine Verbesserung der sozialen und psychologischen Funktionen, eine Verbesserung der Beziehung zwischen Bewohnerinnen, Bewohnern und Pflegenden und eine Abnahme von herausfordernden Verhaltensweisen erkennen.“ (BMG 2006, S. 97)

Eine sehr gelungene Informationsquelle für Erinnerungspflege mit angrenzender Biografiearbeit erschien 2020 in der Pflegezeitschrift „demenz DAS MAGAZIN“, 44-2020. In dieser Fachzeitschrift wurden meine Beobachtungen zu Musikgenuss und Kinoatmosphäre in einem Pflegeheim begründet. Ich stellte fest, dass einige Heimbewohner trotz einer Demenzerkrankung immer noch sehr gerne ins „Heinz-Rühmann-Zimmer“ (www.erinnerungspflege.online) kamen, um zum Beispiel eine Operettenverfilmung (z. B. „Im weißen Rößl“ von 1960 mit Peter Alexander und Waltraut Haas) in **voller Länge** anzuschauen.

„Wie die Forschung zum autobiografischen Gedächtnis belegt, erinnern Menschen im Alter über 40 Ereignisse aus der Zeit der Jugend und des frühen Erwachsenenalters (von ca. 16 bis 25 Jahre) besonders gut. Wissenschaftler nennen dies den sogenannten ‚Erinnerungshügel‘ (engl. reminiscence bump; Jansari & Parkin: 1996). ... Ebenfalls im Gedächtnis abgelegt wird kulturelles Wissen in Form der Kenntnis (populär-)kultureller Produkte wie beispielsweise Musik (Schlager, Pop, Volksmusik), weithin bekannten Spielfilmen oder Radio- und Fernsehsendungen aus dieser prägenden Lebensphase. Diese Art populärer Medienprodukte aus der Zeit der Jugend und des frühen Erwachsenenalters werden mit vergleichsweise hoher Wahrscheinlichkeit erinnert und haben häufig eine hohe emotionale Bedeutsamkeit.“ (Radzey 2020, S. 30)

Bei meinen jahrelangen Beobachtungen in unserem „Heinz-Rühmann-Zimmer“ stellte ich fest, dass Kinofilme mit viel Musik und Tanz bei den Bewohnenden sehr beliebt und auch von Menschen mit einer Demenz gerne angeschaut werden. Noch beliebter sind Musiksendungen, zum Beispiel die „Peter Alexander-Show“.



Vorführung der „Peter-Alexander-Show“ im „Heinz-Rühmann-Zimmer“ der Pflegeeinrichtung (Quelle: Peter Alexander: Die Spezialitäten Show – Komplettbox mit 7 DVDs). Peter Alexander ist hier mit seinen Star-Gästen Roy Black und Wencke Myhre in der zweiten Show 1969 zu sehen (Erstsendung am 06.07.1969, ZDF).

„Am leichtesten gelingt ein emotionaler Zugang bei den meisten Menschen mit Musik. In ihrer Passung auf die jeweilige Person abgestimmt birgt sie gute Chancen auf einen positiven Zugang. Musik nimmt eine zentrale Stellung ein, wenn es darum geht, Menschen mit Demenz zu erreichen und positive Erinnerungen zu fördern. Hierzu gibt es aktuell auch Forschungen, die aufzeigen, dass es ein eigenes ‚Musikgedächtnis‘ gibt, das im Gehirn so verortet ist, dass es selbst bei einer fortgeschrittenen Alzheimer-Erkrankung noch wenig beeinflusst ist (Jacobsen et al.: 2015).“ (Radzey, 2020, S. 29)

2. Die beliebteste Freizeitbeschäftigung in der Wirtschaftswunderzeit

Im Westen wie im Osten war der Gang ins Kino die beliebteste Freizeitbeschäftigung der 1950er Jahre. „Bis Ende der fünfziger Jahre verbrachten die Bundesbürger deutlich mehr Freizeit im Kino, als dies heute der Fall ist. Im Jahr 1956 besuchten 817,5 Millionen Menschen die mehr als 5.000 Lichtspielhäuser in der Bundesrepublik, und ‚Die Trapp-Familie‘ (1956) mit Ruth Leuwerik war der erfolgreichste Film. Die fünfziger Jahre waren die Blütezeit des deutschen Kinos, wenn man den Publikumszuspruch als Maßstab nimmt.“ (Mänz & Warnecke 2004, S. 84)

Im Vergleich zu den o.g. Besucherzahlen wurden im erfolgreichen Jahr 2009 im gesamten Bundesgebiet 146 Millionen Kino-Besucher gezählt, 2018 waren es 105 Millionen und 2019 wurden 118,6 Millionen Kinobesucher ermittelt. Die Einwohnerzahl der BRD betrug 1956 52,2 Millionen und diejenige des vereinigten Deutschlands im Jahr 2009 82 Millionen. Setzt man die Einwohnerzahl von 1956 und 2009 ins Verhältnis zu den Kinobesuchen, so ergibt sich, dass die Bevölkerung im Jahr 1956 30 Mal mehr das Kino besuchte als im Jahr 2006. Zum Vergleich: In der DDR gab es 1957 1.400 Kinos und 316 Millionen Besucher (Class 2000).

Der Anteil der 10 bis 29 Jahre alten Kinobesucher im Jahr 2015 betrug 41%. Die 20- bis 29-Jährigen sind damit mit Abstand die häufigsten Kinobesucher der 1990iger Jahre. Mit großem Abstand folgten die 10- bis 19-jährigen sowie die 30- bis 39-jährigen Besucher. Die über 50-Jährigen gingen kaum noch ins Kino (ebd.). Wendet man die Statistik auf die 1950iger und 1960iger Jahre an, wird deutlich, dass die jetzigen Seniorinnen und Senioren die mit Abstand größten Kinogänger der damaligen Zeit waren.

Nach Mänz und Warnecke (2004) gingen insbesondere die Frauen gerne ins Kino der 1950er Jahre. Diese Erkenntnis deckt sich mit meiner Beobachtung, dass speziell die weiblichen Bewohner gerne zu den Gruppenveranstaltungen „Wunschfilm“ und „Wunschmelodie“ ins Heinz-Rühmann-Zimmer kommen. Aufgrund der Pandemie biete ich zusätzlich „Singkreis ohne Singen – Volkslieder per Video“ an.

Unsere jetzigen älteren Heimbewohner haben den technischen Fortschritt bewusst miterlebt. Das Radio und vor allem das Kino der 1950er Jahre (wie oben beschrieben) eroberten die Herzen der jungen Men-

schen. Aus den Gesprächen mit den Bewohnern konnte ich entnehmen, dass es ihnen trotz Hunger und Not doch möglich war, ihre Idole im Kino zu erleben. So haben sie sich oft das Geld für die Eintrittskarten „vom Munde abgespart“. Der Kinobesuch in den 1950er Jahren war für viele Menschen fester und festlicher Bestandteil ihrer arbeitsfreien Zeit. Die vom Drumherum des Kinobesuchs, vom Kinoraum und von den Filmen gebotene Gesamtattraktion entsprach offensichtlich am besten den Bedürfnissen vieler Menschen nach Unterhaltung und ließ sie mehrmals in der Woche ins Kino gehen.

Die deutschen Kinofilme konnten sich gegen Hollywood behaupten. Mitte der 1950er Jahre erlebte die BRD den größten Kinoboom – und zwar mit westdeutschen Filmen auf den Jahreshitlisten, darunter zu fast einem Viertel Heimatfilme.

Die Gesamtattraktion Kinobesuch in der Wirtschaftswunderzeit ist für unsere jetzigen Bewohner unvergessen geblieben. Medien wie Zeitungen, Zeitschriften bzw. Illustrierte unterstützten eine Starkultur. Die prominente Film-Illustrierte „Film-Revue“ förderte den Starkult und war für die breite Berichterstattung über die Bambi-Verleihung die Top-Adresse. Gleiches gilt für „Star-Revue“, die durch die Herausgabe des „Starometer“ bekannt war.

3. Das Filmplakat für die Erinnerungspflege

Die gemalten Filmplakate vom Beginn der Kinokultur bis in die 1960er Jahre sind begehrte Sammler-Objekte und können einen hohen Verkaufserlös erzielen.

Vor zwei Jahren stellte ich mir die Frage, welchen Stellenwert Filmplakate für die Erinnerungspflege haben. Vorzugsweise kommen solche zu Kassenknüllern in Frage. Um sich an einen Film und Star zu erinnern, ist es nicht nötig, den Film oder Trailer anzuschauen. Es reicht, wenn man nur das Filmplakat sieht. Mir konnten die Bewohner allein durch das Betrachten des Filmplakates sagen, ob sie den Film gerne sahen, oder sie gaben mir Auskünfte über die Darsteller.

Für die Lichtspieltheater galt: Ohne Plakat kein Film. Das Filmplakat hatte einen sehr hohen Stellenwert bei der Bewerbung. Die Plakate waren nicht nur im Kino präsent, sondern fester Bestandteil der damaligen Litfasssäulen. In den vielen Büchern und Nachschlagewerken über Kunst fürs Kino wurden die Arbeiten der

damaligen Grafiker sehr gewürdigt. Auf zwei Grafiker, Ernst Litter und Klaus Dill, gehe ich näher ein:

Ernst Litter soll, nach Aussage einiger Kollegen, der beste „Gesichter-Zeichner“ seiner Zunft gewesen sein. Für die deutschen Filme gab es häufig einen „Litter“ (Plakat von Ernst Litter). Auch kam es vor, dass es für einen Film mehrere Plakate dieses Meistergrafikers gab. Ein Beispiel ist der Film von 1952 „Ich tanze mit Dir in den Himmel hinein“ mit Johanna (Hannerl) Matz und Adrian Hoven mit drei Motiven.



In den 1950er Jahren erlebte Deutschland den größten Kino-Boom, insbesondere durch Heimatfilme.

Auch über Klaus Dill gibt es ein Buch über sein Schaffenwerk. Er erhielt am 6. Juni 1997 den Deutschen Filmpreis. In der Laudatio von Eberhard Diepgen (ehemaliger regierender Bürgermeister von Berlin) heißt es: „Ja, meine Damen und Herren, zum Film gehören auch Filmplakate ... sie sind ein Stück Filmkunst. ... Für sein Lebenswerk soll heute das Filmband in Gold erhalten: Klaus Dill.“ (Heider & Urban 2002, S. 6) Klaus Dill ist eng verbunden mit den großen Erfolgen der amerikanischen Filme in Deutschland. So hat er beispielsweise Elvis Presley, Marilyn Monroe, Kirk Douglas, John Wayne, Laurel & Hardy, Sophia Loren, Clint Eastwood und viele weitere Stars gemalt.

Filmplakate sind dekorative Zeitzeugen. Sie sind besondere Ausstellungsstücke und sehr geeignet für die



Filmplakate – Dekorative Zeitzeugen vergangener Tage

Innenarchitektur sozialer Einrichtungen für Senioren. Sie können auch ein „Hingucker“ zum Beispiel für Praxisräume, Wartezimmer von Ärzten und Therapeuten sein, die viel mit Senioren arbeiten. Die Filmplakate drücken unbewusst die Träume und das Lebensgefühl der vielen Filmfreunde jener Zeit aus.

4. Filmprogrammhefte

Der kleinere Bruder des Filmplakates ist das Filmprogrammheft. Dieses konnte man immer an der Kasse kaufen. In der BRD gab es mehrere Anbieter. Die Ausfertigungen waren einfarbig braun oder grün, aber auch farbig. Die bekanntesten hießen „Illustrierte Film-Bühne“ und „Das neue Filmprogramm“.

In der DDR gab es das Progress-Filmprogramm, welches 1966 in „Film für Sie“ umbenannt wurde.

Die Filmprogramme waren begehrte Sammelobjekte der jetzigen Senioren. Derzeitig werden viele Sammlungen aufgelöst, sodass man sehr günstig über eBay viele Filmprogramme kaufen kann. Es gibt allerdings auch Filmprogramm-Raritäten, die 20,00 Euro oder mehr kosten. Dazu gehören Dick und Doof oder Elvis Presley. Alle Filmprogrammhefte haben gemeinsam, dass sie eine gute Gestaltung mit Filminhalten und Mitwirkungslisten aufweisen und dazu attraktive Fotos besitzen. Die Titelseite ist mit den Hauptdarstellern gestaltet. Filmprogramme können ein herrliches Therapiemittel für die Arbeit mit Senioren sein.

5. Trailer

Ein Trailer ist ein aus einigen Passagen des originalen Werks zusammengesetzter Videoclip mit einer meist kurzen Laufzeit, der zur Bewerbung eines Kino- oder Fernsehfilms, eines Computerspieles oder einer anderen Veröffentlichung dient. (<https://de.wikipedia.org/wiki/Trailer>, 10.06.21)

Ein Trailer ist für die Erinnerungspflege sehr gut geeignet, weil er sich auf die Höhepunkte des Films kon-

zentriert. Meist sind in der Mini-Fassung des Films die musikalischen Elemente vertreten. Die Stars werden einzeln kurz dargestellt.

Die jetzige Bezeichnung ist auch „Händlervideo“.

6. Weitere Medien für die Musik- und Zelluloid-Erinnerung

Die Musik- und Kinokultur der Wirtschaftswunderzeit (besonders in der BRD) hat noch viele weitere Medien geschaffen. Alle sind für eine Beschäftigung oder Therapie geeignet.

Die vielen Presseartikel brachten fast wöchentlich neue Nachrichten und Bilder über Stars. In Mänz und Warnecke (2004, S. 48 f.) sind auf zwei Seiten 32 Zeitschriften mit einem Star auf der Titelseite abgelichtet. Einige Beispiele sind: „Film-Revue“, „Stern“, „Bravo“, „Constanze“, „Frau im Spiegel“.

Die Starfotos waren ein unverzichtbares Mittel, um den damaligen Starkult zu etablieren. Meist hatten sie die Größe von ungefähr 90 × 130 mm und waren damit etwas kleiner als eine Postkarte. Besonders signierte Fotos waren bei Sammlern sehr begehrt.

Auch die Aushangfotos für das Kino wurden zu Sammelobjekten. Sie gibt es immer noch und werden auf ebay angeboten.

Auch die damaligen Cover von Schallplatten lassen sich als Anschauungsmaterial gut verwenden. Nicht umsonst gibt es den Begriff „Schallplatten Cover-Kunst“.

7. Musik- und Zelluloid-Erinnerung als gemeinsame Medien-Kategorie

Mit dem Tonfilm entstand die Filmmusik. Viele Titel wurden zu Schlagern.

Fast alle populären Schlager der Jahre zwischen 1930 und 1940 stammen aus Filmen und sind von Filmschauspielern zum ersten Mal gesungen worden. Die Filme dieser Jahre präsentierten ihre eigenen funkelnagelneuen Lieder und wurden begeistert aufgenommen und nachgesungen.

Tonfilme und Filmschlager waren Begriffe, die allmählich kaum noch voneinander zu trennen waren – so wenig, dass man bald von jedem bekannten Schauspieler der Leinwand mit Selbstverständlichkeit erwartete, er müsse auch singen können. So sangen sie denn, die einen mehr schlecht als recht, die anderen überraschend originell und prägnant. (vgl. „Heimat deine Sterne“).

In der Wirtschaftswunderzeit hielt die deutsche Filmindustrie an dem Erfolgsmodell der Ufa-Zeit fest. Die erfolgreichsten Filme waren Operettenverfilmungen, Musikfilme und Heimatfilme mit Volksliedern. Operettenmelodien, Volkslieder und Schlager waren die populärste Musik für die breite Masse der Bevölkerung. Indem die Musikrichtungen mit Zelluloid verbunden wurden, entstand für viele Menschen ein Filmgenuss.

Im Gegensatz zur Ufa-Zeit wurden die erfolgreichen Sänger als Haupt- und Nebendarsteller für die Filme engagiert. So ist ein Rudolf Schock nicht nur ein gefeierter Tenor, sondern als singender Schauspieler in vielen Filmen präsent gewesen. Auch der erfolgreiche Schlagersänger Roy Black war als Hauptdarsteller in



Operettenverfilmungen gehörten zu den erfolgreichsten Filmen der Wirtschaftswunderzeit.

vielen Filmen zu sehen – nicht zu vergessen Peter Alexander. In jedem Film hat er gesungen. Derzeitig werden seine Musik- und Operettenfilme sowie seine Unterhaltungssendungen in unserem „Heinz-Rühmann-Zimmer“ von den Bewohnern am liebsten gesehen.

Die BRD produzierte die meisten Musik- und Unterhaltungssendungen in Europa: Auch diese Medien-Kategorie gehört zur Musik- und Zelluloid-Erinnerung. Hier eine Auswahl:

- „Der Blaue Bock“ mit Heinz Schenk 1957–1987
- „Hotel Victoria“ mit Vico Torriani 1961–1968
- „Musik aus Studio B“ mit Chris Howland 1961–1976
- „Peter Alexander: Spaziergänge“ 1963-1966 ARD
- „Peter Alexander präsentiert Spezialitäten“ 1969–1978
- „Starparade“ mit Rainer Holbe und Manuela 1968–1980
- „ZDF-Hitparade“ mit Dieter Thomas Heck 1969–2000
- „Musik ist Trumpf“ mit Peter Frankenfeld und Harald Juhnke 1975–1981
- „Wir machen Musik“ mit Lou van Burg 1976–1981
- „Peter Alexander: Wir gratulieren“ 1979–1985 ZDF
- „Melodien für Millionen“ mit Dieter Thomas Heck 1985–2007
- „Peter Alexander Show“ 1987–1995

8. YouTube – eine Erinnerungs-Schatztruhe?

Auf YouTube gibt es alle Arten von Videos, u. a. Film- und Fernsehausschnitte, Musikvideos und Trailer. Jede Musikrichtung ist vertreten. YouTube liefert lebendige Bilder der Stars, wie sie im Erinnerungshügel der Menschen gespeichert wurden. Es sind diejenigen Momente auf Zelluloid festgehalten, als ein Schauspieler oder Sänger zum Publikums-Magneten wurde. So kann man z. B. den jungen Hans Albers in einer seiner besten Rollen als Clown Quick mit seinem Lied noch einmal erleben – ein absoluter Erinnerungs-Genuss.

Doch leider kann dieses Erinnerungs-Highlight nur im privaten Bereich stattfinden. Das Vorführen von YouTube-Videos in Altenheimen ist nach BGH-Rechtsprechung kein Privatgebrauch, da es an der persönlichen Verbundenheit unter den Bewohnern fehlt. Gleiches gilt für Video-Kassetten und DVDs.

Als Therapeut kann ich jedoch auf YouTube als Erinnerungs-Schatztruhe für den persönlichen Bereich verweisen. Angehörige können mit dem Klienten diese Möglichkeit der Therapieunterstützung selbst nutzen. Ich habe mich am 07.01.2021 an die GEMA gewandt und nachgefragt, ob Pflegeheime für ihre soziale Arbeit innerhalb der Einzelbetreuung für die Musik- und Zelluloid-Erinnerung YouTube nutzen dürfen. Mir wurde bestätigt, dass dies für die Erinnerungspflege zulässig ist – auch im Offline Modus.

Ich nahm zum „Wir sind Altenpflege e.V.“ Kontakt auf und ließ mich durch den Vorsitzenden Armando Sommer ausführlich beraten. Die Nutzungsbedingungen

von YouTube verweisen auf die Richtlinien zum Urheberrecht. Wer nicht über ein Nutzungsrecht verfügt, darf YouTube Videos nicht nutzen. Für den privaten Bereich gilt die Übereinkunft der GEMA mit YouTube.

Für die Vorbereitung einer Beschäftigung oder einer Therapie ist YouTube eine wertvolle Auskunftsquelle. Das Besondere der Musikvideos auf YouTube sind die Kommentare zum Video. Sie sind offen, ehrlich und kommen „von Herzen“. Mit Hilfe dieser Kommentare konnte ich ermitteln, welche Filme, Musik und Stars im Gedächtnis vieler Menschen verblieben sind. Auf diesem Kulturgedächtnis habe ich meine Arbeit aufgebaut.

Zur Veranschaulichung bietet sich „Ich brauche keine Millionen (Musik, Musik, Musik)“ aus dem Film „Hallo Janine“ (1939) an. Das Video hatte 1.187.841 Aufrufe im Jahr 2020, am 11.06.2021 waren es 1.711.582. Innerhalb des letzten Jahres wurde das Video über 500.000 Mal aufgerufen! Es erhielt 10.127 positive und 416 negative Kommentare:

Beispiel 1: „Hab das meinem Großvater gezeigt, und er hat angefangen zu weinen. Er war noch ein kleiner Junge im zweiten Weltkrieg und kann sich immer noch so gut an diese Lieder erinnern.“

Beispiel 2: „Was für eine Bühnenshow WOW!“

Beispiel 3: „... Aber wer von unter 50 Jahre alt ist kennt noch Marika Röck und Co, hat Interesse daran – leider die wenigsten. Das ist der Lauf der Zeit ...“

Die Auswertung der Kommentare ergibt: Dieses 9 min. lange Video aus dem Film „Hallo Janine“ ist im Kulturgedächtnis jener Zeit fest verankert.

9. Das Konzept „Heinz-Rühmann-Zimmer“

Für die Anwendung der Musik- und Zelluloid-Erinnerungen habe ich um 2003 das Konzept „Heinz-Rühmann-Zimmer“ entwickelt. In dieser Zeit lebten noch diejenigen Senioren, die mit den Stars der 1930er und 1940er Jahre aufgewachsen sind. Schnell bemerkte ich, dass die Schlager der Ufa-Zeit von den damaligen Bewohnern gern gehört wurden, sodass ich ein Ratespiel „Wer singt dieses Lied?“ entwickelte. Meist hörte ich die Schlager zum ersten Mal:

- Du hast Glück bei den Frau'n, Bel Ami (1939) – **Waldmüller**, Lizzi
- Ich brech' die Herzen der stolzesten Frau'n (1938) – **Rühmann**, Heinz
- Kann denn Liebe Sünde sein (1938) – **Leander**, Zarah



Die Gestaltung des Eingangsmilieu-Zimmers „Heinz Rühmann-Zimmer“ lädt bereits zum Besuch ein.

- Ob Blond, ob Braun, ich liebe alle Frauen (1935) – **Kiepura**, Jan
- Ich tanze mit dir in den Himmel hinein (1937) – **Harvey**, Lilian

Durch eine Studienreise sowohl zum Filmmuseum in Berlin und Potsdam als auch zum Filmpark Babelsberg schaffte ich mir eine Grundlage, um das Konzept „Heinz-Rühmann-Zimmer“ zu entwickeln. Dieses besteht aus den gleichwertigen Komponenten *Milieu-gestaltung* und *Musik- und Zelluloid-Erinnerung*.

Die Atmosphäre der damaligen Lichtspielhäuser ist vielen Bewohnern noch in Erinnerung. Der Besuch eines Kinos in den 1940ern bis 1960ern war für die Menschen etwas Besonderes. Dieses damalige Gefühl der Freude für den Gang ins Kino wird im „Heinz-Rühmann-Zimmer“ wiederbelebt.

Die Gestaltung des *Milieu-Zimmers* beginnt schon vor dem Beschäftigungs-Raum. Hier orientierte ich mich an den Lichtspielhäusern. Es gab die dekorierten Schaukästen, in denen Filmplakate und Kino-Aushangfotos eine Vorfreude auf das Kinoerlebnis vermittelten.

Für die zweite Komponente *Musik- und Zelluloid-Erinnerung* wird eine entsprechende Medien-Technik benötigt, die sich aus der Raumgröße ableitet. Meine Erfahrung zeigt, dass sich mit einer guten Heimkino-Anlage eine Kino-Atmosphäre gut erreichen lässt. Für die „lebendigen Bilder“ kann auf einen Beamer zurückgegriffen werden; der Ton kann von einer guten mobi-

len Musikanlage kommen. Die Musikanlage lässt sich dann auch fürs „Grüne“ nutzen.

Für die rechtliche Absicherung der Abspiegelung von „lebendigen Bildern“ in öffentlichen Bereichen wie Altenheimen ist die MPLC zuständig. Eine entsprechende Lizenz für die Filmwiedergabe sollte unbedingt eingeholt werden.

Wenn soziale Einrichtungen ihrem Heimkino den Namen des 12-maligen Bambigewinners Heinz-Rühmann geben wollen, können sie sich an die Firma „Musik- und Zelluloid-Erinnerungen“ wenden. Heinz Rühmann verkörpert die Erinnerungen an das Musik- und Film-schaffen von der Weimarer Republik bis in die 1970er Jahre Deutschlands (auch der DDR).

Für die Wandgestaltung kann auf viele dekorative Erinnerungsobjekte aus der Kinokultur der damaligen Zeit zurück gegriffen werden. Am besten geeignet sind Filmplakate sowie die wesentlich preiswerteren A3-Poster Filmprogramm. Diese sind beispielsweise im Shop „Musik- und Zelluloid-Erinnerung“ (www.erinnerungspflege.online/) erhältlich.

10. Seniorenspiele für die Musik- und Zelluloiderinnerung

Es gibt Memos und Puzzle, die die goldenen Star- und Kinojahre für das Spielen nutzen – die MuZell-Reihe. MuZell bedeutet Musik- und Zelluloid-Erinnerung.



Puzzle und Memo-Spiele, die durch den Erinnerungshügel (von ca. 16–25 Jahre, engl. reminiscence bump) geprägt sind, sind neu. Für den privaten Bereich kann die Erinnerungs-Schatztruhe YouTube genutzt werden. Die Kino- und Star-Kultur der 1950er und 1960er Jahre war so dominant, dass man mit diesen Spielen viele

Senioren erreichen kann. Die Spiele sind für die Erinnerungspflege konzipiert – für die Einzeltherapie sowie für die Kleingruppe. Die MuZell-Reihe kann zur Beschäftigung genutzt werden, ist aber auch in der Therapie von Senioren einsetzbar. Da die Filme und Stars auch in der damaligen DDR bekannt waren (fast alle Kinoproduktionen der BRD und Österreich der 1950er und 1960er Jahre wurden in den Kinos der DDR gezeigt; hier gibt es eigene Filmplakate und Filmprogramme), kann das MuZell auch in den neuen Bundesländern verwendet werden. Gleiches gilt für Österreich und der Schweiz.

Literatur:

BMG (2007): Die Rahmenempfehlung zum Umgang mit herausforderndem Verhalten bei Menschen mit Demenz in der stationären Altenhilfe, Berlin.

Class, V. (2000): Entwicklung und Struktur des deutschen Kinomarktes; https://hdms.bs-zbw.de/frontdoor/deliver/index/docId/257/file/Volker_Class.pdf.

<https://www.erinnerungspflege.online/>: „Heinz-Rühmann-Zimmer“; „Musik- und Zelluloid-Erinnerung“, Online-Shop.

Heider, M. & Urban, E. (2002): Kunst fürs Kino – Die Plakate des Filmpreisträgers Klaus Dill. Leipzig: Henschel Verlag.

„Heimat deine Sterne“ – CD Box. Hamburg: Membran International GmbH.

Mänz, P. & Warnecke, N. (2004): Die ideale Frau – Ruth Leuwerik und das Kino der fünfziger Jahre. Berlin u. Leipzig: Filmmuseum Berlin – Deutsche Kinematik und Henschel Verlag.

Radzey, B. (2020): Erinnerungspflege. demenz DAS MAGAZIN, 44/2020, Hannover: Verlag Brinkmann Meyhöfer

Der Autor:



Jörg Hauswald
Ergotherapeut
joerg-hauswald@online.de
www.erinnerungspflege.online

Stichwörter:

- Erinnerungspflege
- Erinnerungshügel
- Musikgedächtnis
- Milieugestaltung