

Hver femte dansker genkender demenssymbolet

Står du i køen nede i din lokale dagligvareforretning, er der stor sandsynlighed for, at der en i køen, der kender til det nationale symbol for demens. Hver femte dansker genkender nemlig allerede symbolet, viser en kendskabsundersøgelse Folkebevægelsen for et Demensvenligt Danmark har foretaget blandt 1000 repræsentativt udvalgte danskere på 18 år og derover via Norstats panel.

Det er mindre end et halvt år siden, at det nationale symbol til mennesker med demens blev lanceret, men allerede nu genkender 20% af befolkningen symbolet. Endvidere kan to ud af tre af dem, der genkender symbolet, uden hjælp koble symbolet til demens.

Symbolet er også blevet godt modtaget af målgruppen, mennesker med demens. 5000 demenskits er allerede blevet distribueret, og der er samarbejde om distribution i 93 af landets 98 kommuner.

”Vi er kommet godt fra start med det nye symbol. Det er vi glade for, men der er stadig rigtig mange, der ikke kender til det. Det bliver et langt sejt træk at få oplyst danskerne, men det er positivt, at vi er kommet godt for land,” siger Lone Harlev, der er sekretariatsleder hos Folkebevægelsen for et Demensvenligt Danmark.

Fokus på detail og lokale indsatser

Over halvdelen af de mennesker (56 pct.), der lever med demens og fortsat bor i eget hjem, oplever ifølge deres pårørende udfordringer, når de skal handle, viser tal fra rapporten: indsæt link til rapporten.

Det næste skridt på den rejse, som Lone Harlev omtaler, som et langt sejt træk, bliver derfor at få aktiveret detailbranchen. Her er ambitionen, at fysiske forretninger i hele landet skal have en plakat med symbolet i deres baglokale.

”Vi vil gerne have, at butikspersonale i hele landet kender til symbolet. Derfor ønsker vi, at der skal hænge plakater med symbolet i baglokalerne og personalerummene i alle landets butikker. Vi når nok ikke alle, men så mange som muligt,” siger hun og fortsætter.

”Ved at hænge det op i baglokalerne sikrer vi også, at der bliver ved med at være kendskab til symbolet uafhængigt af, at det er branche, hvor der kan være stor udskiftning,” siger Lone Harlev.

Indsatsen på detailområdet er sat i verden for at sikre, at mennesker med demens får en god oplevelse, når de foretager sig helt almindelig hverdagsgøremål som at købe dagligvare. Og det er med baggrund i positive erfaringer, at Demensvenligt Danmark vil fokusere på detailbranchen.

I forbindelse med lanceringen af symbolet tilbage i demensugen har Allerød været testkommune. Her er der blevet lavet en særlig indsats med plakater og andet kommunikationsmateriale i byens forretninger. Det har givet positive resultater og indikationer, som skaber optimisme.

De gode takter skal nu rulles ud i hele landet, når Folkebevægelsen for et Demensvenligt Danmark i uge 19 næste år igen afholder demensuge, hvor man vil opfordre til at kommuner og frivillige uddeler kommunikationsmateriale, som Folkebevægelsen for et Demensvenligt Danmark laver, med det nye symbol.

Du kan læse mere om demensugen her: <https://www.demensvenligt danmark.dk/demensugen/>