

BUNDES-HOSPIZ-ANZEIGER

PALLIATIVVERSORGUNG AM LEBENSENDE IM DEUTSCHEN GESUNDHEITSWESEN

Ausgabe 6 - 9. Jahrgang 2011

HERAUSGEBER DEUTSCHER HOSPIZ- UND PALLIATIVVERBAND E.V.

€ 5,00 www.hospiz-verlag.de

SCHWERPUNKTTHEMA: DER UMGANG MIT DER ENDLICHKEIT IN GESELLSCHAFT UND KULTUR

AKTUELL

DT. ALZHEIMERGESELLSCHAFT MIT POLITIKAWARD 2011 AUSGEZEICHNET

(kc) Zusammen mit der Werbeagentur „Zum goldenen Hirschen“ erhielt die Dt. Alzheimer Gesellschaft den Preis für Ihren Werbespot mit Schlagstar Roberto Blanco und die Thrash Metal Band Sodom. Die Agentur hat die Kampagne für die Dt. Alzheimer Gesellschaft unentgeltlich entwickelt und umgesetzt, um auf das Schicksal von Menschen aufmerksam zu machen, die an Alzheimer leiden.

10. FEBRUAR – TAG DER KINDERHOSPIZARBEIT

Zum Zeichen der Solidarität mit Betroffenen und deren Familien hat der Dt. Kinderhospizverein das Symbol des grünen Bandes gewählt. Es drückt die Hoffnung aus, dass sich immer mehr Menschen mit den erkrankten Kindern und deren Familien verbünden. Das grüne Band erhalten Sie kostenlos in der Geschäftsstelle des Dt. Kinderhospizvereins.

INHALT

Aktuelles	1
Schwerpunkt	2-7
International	8-10
Forschung & Lehre ..	11-14
Kongressbericht	15-16
LAG Hospiz	17-18
Vermischtes	19-24



HALT AUF FREIER STRECKE ist eine (Film)Geschichte, die im Tod das Leben feiert (Seite 22)

DER UMGANG MIT DER ENDLICHKEIT IN GESELLSCHAFT UND KULTUR

Zum Schwerpunktthema dieser Ausgabe

von Dr. Birgit Weihrauch, Vorstandsvorsitzende des Deutschen Hospiz- und Palliativverbands

Bis ins letzte Jahrhundert hinein waren Menschen tagtäglich vom Tod umgeben. Christoph Wilhelm Hufeland, Leibarzt von Goethe, beschreibt in seinem Buch „Die Kunst, das menschliche Leben zu verlängern“ seine Beobachtung zur Lebenserwartung am Ende des 18. Jahrhunderts: „Von 100 Menschen, die geboren werden, sterben 50 vor dem zehnten Jahre, 20 zwischen 10 und 20nur 6

kommen über 60 Jahre.“ Vor diesem Hintergrund haben der Tod und das Sterben die Religionen und Kulturen zu allen Zeiten maßgeblich geprägt. Die großen Kulturschätze, die uns aus dem alten Ägypten überliefert sind, entstammen sämtlich dem Totenkult; im Mittelalter waren die Memento Mori Objekte, die man bei sich trug, eine ständige Mahnung: Mensch bedenke, dass du sterblich bist. Fortsetz. S.2

AKTION „EIN KOFFER FÜR DIE LETZTE REISE“

Einmal Jenseits und zurück

Fritz Roth, Bestatter und Trauerbegleiter

Die Idee für die Aktion „ein Koffer für die letzte Reise“ kam mir, als ich einen Koffer für eine Urlaubsreise packte. Um nicht zu viel einzupacken, musste ich mir genau überlegen, was ich mitnehmen wollte, und dabei kam mir die Frage in den Sinn, was eigentlich wichtig genug wäre, um es mit auf „die letzte Reise“ zu nehmen.

Jedes Leben hat ein Ende und darüber denken viele Menschen nicht gerne nach;

es scheint so, als wäre das Thema Tod und Trauer in unserer Gesellschaft zum Tabuthema geworden. Mit meiner Aktion wollte ich Aufmerksamkeit erregen. Aufmerksamkeit für die eigene Endlichkeit. Ich möchte, dass den Menschen klar wird, worin für sie die Bedeutung des Lebens liegt, was sie brauchen, um zufrieden, erfüllt und glücklich zu sein. Sie sollten über den Tod nachdenken, und das auf eine Weise, die nicht ganz alltäglich ist. Fortsetz. S.2