

## #bademantelchallenge: Bundesweite Kampagne wirbt für Solidarität und Demenzforschung



V.l.n.r.: Sebastian Schmidt (WEFRA LIFE Group, Healthcare-Kommunikationsagentur), Alexander Stotz (Ströer Media Deutschland GmbH), Dr. Sabine Helling-Moegen (DZNE-Stiftung), Judith Williams (Unternehmerin). Quelle: DZNE / Hoffmann

### **Ströer engagiert sich zugunsten der Initiative #bademantelchallenge – Für ein Leben ohne Demenz.**

**München, 8. September 2023. Mit einer heute gestarteten Kampagne auf digitalen Medienträgern im öffentlichen Raum in zehn deutschen Großstädten unterstützt Ströer die Initiative der „Deutschen Demenzhilfe“ #bademantelchallenge – Für ein Leben ohne Demenz. Die Aktion setzt Zeichen der Solidarität für Menschen mit Demenz und wirbt um Spenden für die Demenzforschung.**

In Deutschland leben aktuell rund 1,8 Millionen Menschen mit Alzheimer oder einer anderen Form der Demenz. Tendenz steigend. Mit dem Bademantel als Symbol macht die #bademantelchallenge auf diese dramatische Situation aufmerksam und wirbt für Spenden für die Forschung. Die Kampagne des Stiftungsfonds „Deutsche Demenzhilfe“ appelliert an alle, sich in der Öffentlichkeit und an ungewöhnlichen Orten im Bademantel zu fotografieren, dieses Bild per Social Media zu teilen und andere zu nominieren, an der Aktion mitzumachen. Dafür schafft eine deutschlandweite Kampagne besondere Aufmerksamkeit: Noch bis zum 21. September – dem Welt-Alzheimerstag – werden auf digitalen Medienträgern von Ströer in zehn deutschen Großstädten die Motive der #bademantelchallenge zu sehen sein. Schauspielerin Katy Karrenbauer, Kickbox-Weltmeisterin Marie Lang,

#### **Medienkontakt**

Sabine Hoffmann  
DZNE, Pressesprecherin  
Tel.: 0228 43302-260  
E-Mail: [sabine.hoffmann@dzne.de](mailto:sabine.hoffmann@dzne.de)

TV-Star Detlev Steves und Unternehmerin Judith Williams sind die Gesichter dieser Kampagne.

### **Sensibilisierung für das Thema Demenz**

„Wir wollen dem Thema Demenz eine öffentliche Bühne geben, denn Menschen mit Demenz haben immer noch viel zu oft das Gefühl, dass sie sich und ihre Erkrankung verstecken müssen. Dabei verstehen wir den Bademantel als Symbol der Solidarität mit Menschen mit Demenz und als Sinnbild für die enormen Herausforderungen, die eine Demenzerkrankung mit sich bringt. Für die Betroffenen selbst aber auch für deren Familien, die sich mit dieser Situation tagtäglich auseinandersetzen müssen“, sagt Dr. Sabine Helling-Moegen, stellvertretende Vorsitzende des Kuratoriums der DZNE-Stiftung. Die Stiftung steht mit ihrem Förderfonds „Deutsche Demenzhilfe“ hinter der #bademantelchallenge. „Außerdem werben wir dafür, die Demenzforschung am DZNE durch Spenden zu unterstützen. Denn für wirksame Therapien gegen Demenz bedarf es Forschung – und Forschung kostet viel Geld.“

„Die tückische Krankheit macht vor niemandem halt. 15 Jahre lang habe ich meinen an Alzheimer erkrankten Vater begleitet. Es ist mir ein Anliegen, dass diese Krankheit mehr Aufmerksamkeit in der Gesellschaft erfährt und nicht einfach als normaler Alterungsprozess abgetan wird. Die Forschung muss deutlich intensiviert werden, damit der Krankheit Einhalt geboten werden kann“, so Unternehmerin Judith Williams anlässlich der Präsentation der #bademantelchallenge in München.

„Demenzerkrankungen haben enorme gesellschaftliche Auswirkungen. Aber wie können wir gesellschaftsrelevante Themen sichtbarer und verständlicher machen? Die digitalen Informationsstrukturen im öffentlichen Raum öffnen neue Räume und Wege: Über unsere Medienträger erreichen wir in kürzester Zeit sehr viele Menschen – direkt und unmittelbar – so schaffen wir nicht nur große Aufmerksamkeit für das Thema Demenz, sondern informieren, sensibilisieren, interagieren und bringen Bewegung in das urbane Umfeld“, sagt Alexander Stotz, CEO der Ströer Media Deutschland GmbH.

**Über die #bademantelchallenge:** Die Kampagne wird von der Healthcare-Kommunikationsagentur WEFRA LIFE betreut, von der auch das Kreativkonzept und die Idee für die Challenge stammt. Neben Ströer wird der TV-Sender RTL die Aktion medial begleiten. Die Kampagne wird durch Ströer in Berlin, Dortmund, Dresden, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Köln, München, Schwerin und Stuttgart auf digitalen Screens an Verkehrsknotenpunkten wie Bahnhöfen, Straßen, und U- und S-Bahnsteigen zu sehen sein. Infos: [www.bademantelchallenge.de](http://www.bademantelchallenge.de)

**Über die DZNE-Stiftung:** Die Stiftung setzt sich für ein Leben ohne neurodegenerative Erkrankungen ein und fördert das gesamte Forschungsspektrum des Deutschen Zentrums für Neurodegenerative Erkrankungen (DZNE), das neben der Erforschung von Demenz auch die Erforschung von Nervenerkrankungen wie Parkinson und ALS umfasst. Die #bademantelchallenge richtet den Fokus jedoch explizit auf Demenz und Demenzforschung. Die Abwicklung eingeworbener Spenden geschieht über den Forschungsförderfonds „Deutsche Demenzhilfe“ der DZNE-Stiftung. Dieser Fonds ist Träger der #bademantelchallenge. Die DZNE-Stiftung ist in der Verwaltung des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft. [www.dzne-stiftung.de](http://www.dzne-stiftung.de)

**Über das Deutsche Zentrum für Neurodegenerative Erkrankungen (DZNE):** Das DZNE ist ein von Bund und Ländern gefördertes Forschungsinstitut, das bundesweit

zehn Standorte umfasst. Es widmet sich Erkrankungen des Gehirns und Nervensystems wie Alzheimer, Parkinson und ALS, die mit Demenz, Bewegungsstörungen und anderen schwerwiegenden Beeinträchtigungen der Gesundheit einhergehen. Bis heute gibt es keine Heilung für diese Erkrankungen, die eine enorme Belastung für unzählige Betroffene, ihre Familien und das Gesundheitssystem bedeuten. Ziel des DZNE ist es, neuartige Strategien der Vorsorge, Diagnose, Versorgung und Behandlung zu entwickeln und in die Praxis zu überführen. Dafür kooperiert das DZNE mit Universitäten, Universitätskliniken und anderen Institutionen im In- und Ausland. Das Institut ist Mitglied der Helmholtz-Gemeinschaft und zählt zu den Deutschen Zentren der Gesundheitsforschung. [www.dzne.de](http://www.dzne.de)

**Über Ströer:** Ströer ist ein führendes deutsches Medienhaus und setzt mit der „OOH plus“ Strategie auf die Stärken des OOH-Geschäfts unterstützt durch die flankierenden Geschäftsfelder Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce. Die Ströer Gruppe vermarktet und betreibt mehrere tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum und betreibt rund 300.000 Medienträger im Bereich "Out of Home". Die Bereiche Digital & Dialog Media und DaaS & E-Commerce flankieren das Kerngeschäft. Zudem publiziert das Medienhaus im Digital Publishing Premium-Inhalte über alle digitalen Kanäle und bietet mit Angeboten wie t-online.de und Special-Interest-Portalen eines der reichweitenstärksten Netzwerke Deutschlands. Das Unternehmen beschäftigt rund 10.000 Mitarbeiter:innen an rund 100 Standorten. Im Geschäftsjahr 2022 hat Ströer einen Umsatz in Höhe von 1,77 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Ströer SE & Co. KGaA ist im MDAX der Deutschen Börse notiert. [www.stroeer.de](http://www.stroeer.de)

**Über WEFRA LIFE Group:** Die treibende Kraft im Gesundheitsmarkt zu sein – das ist die Philosophie von WEFRA LIFE. Rund 200 Kommunikationsspezialisten in den Tochtergesellschaften WEFRA LIFE MEDIA, WEFRA LIFE MEDIAPLUS, WEFRA LIFE MEDIAPLUS 2, WEFRA LIFE INTERNATIONAL, WEFRA LIFE SOLUTIONS und WEFRA LIFE VENTURES gestalten den Gesundheitsmarkt aktiv. Integriert und agil schaffen sie kundenzentrierte, maßgeschneiderte Data- und Insight-basierte Lösungen für zunehmend komplexere Herausforderungen. Innovatives Herzstück der visionären Services, Produktideen und Plattformen ist der WEFRA LIFE INNOVATION HUB. [www.wefra.life](http://www.wefra.life)