

Jørgen brød tavsheden og fandt nye venskaber

Alzheimerforeningen kører lige nu en oplysningskampagne med temaet "Det Vigtigste Består". Kampagnen er en del af "Reklame for alvor", en årlig tilbagevendende begivenhed, hvor mediebranchen går sammen om at forære en velgørende organisation en skræddersyet reklamekampagne. Kampagnen opfordrer til at bevare kontakten med demensramte og deres nærmeste omsorgsgivere – hele vejen gennem sygdomsforløbet. Budskabet er, at selvom demens besværliggør hverdagen, så forsvinder glæden ved samvær og behovet for nærvær aldrig. Kampagnen kører blandt andet som reklamer i bybilledet, i aviser, i radioen og på TV, og har også kastet en del avisartikler af sig - blandt andet med pårørende, som fortæller deres historie.

Det er sådan en artikel, som i midten af februar inspirerer Jørgen Micheelsen til at kontakte en af journalisterne bag artiklerne, og selv stå frem med en hudløs ærlig beretning om frustrationen, vernerne der forsvandt og familiens bebrejdelser, da han blev nødt til at flytte konen på plejehjem. For selvom Jørgen besøger sin kone mindst hver anden dag og deltager i meget frivilligt arbejde på plejehjemmet, så banker ensomheden alligevel på, for stort set alle venner er forsvundet gennem de otte år, som sygdomsforløbet har varet.

Ligesom han selv prøver at være noget for beboerne på plejehjemmet ved at deltage i aktiviteter og

udflugter, håber han også, at der er flere, der vil være noget for ham og konen, for han savner nogen at snakke med. Ikke nødvendigvis om problemerne – bare lidt snak om hverdagen over en øl engang i mellem. Jørgen vover derfor pelsen og får offentliggjort sine kontaktoplysninger sammen med artiklen.



40 henvendelser på få dage

Ærligheden og åbenheden bærer frugt. På kort tid modtager Jørgen cirka 40 henvendelser, hvoraf flere af dem allerede er ved at udvikle sig til nye venskaber:

"Det har været meget overvældende. Bortset fra en enkelt henvendelse fra et gammelt vennepar, som ikke selv synes, de kunne genkende mit syn på sagen, så har alle henvendelser været positive", fortæller Jørgen, som har besvaret alle henvendelserne og allerede er mødtes med fire af personerne bag.

"Mange af henvendelserne er fra lidelsesfæller, som fortæller, hvordan min historie har vækket genklang hos dem. Det er mennesker, som selv kan nikke genkendende til pludselig at stå alene med problemerne. Det er ikke kun demente, men også folk der har haft kræft og andre alvorlige sygdomme. En af dem var en mand, hvis historie lignede min på en prik. Han kom helt fra Munkebo og trængte selv bare til at fortælle om sin situation", fortæller Jørgen, som regner med, at de skal mødes igen. På sin vis endte Jørgen derfor selv med at være en slags sjælesørger, men det har han det kun godt med:

"Det er på sin vis dejligt, for så føler jeg, der er brug for mig", fortæller Jørgen, som kun

har ét råd til andre i samme situation: *"Jeg kan roligt sige til alle andre mennesker, at de ikke skal være bange for at tale, om det der nager. Jeg kan mærke, at jeg er blevet i bedre humør, ser mere positivt på tingene og er allerede blevet bedre til at acceptere min kones situation"*

"Det vigtigste består" er en del af initiativet **"Reklame for Alvor"** - Et frivilligt initiativ, der én gang om året samler hele reklame- og mediebranchens ekspertise og stiller både arbejdskraft, materialer og medieplads gratis til rådighed for en relevant sag. Som en del af kampagnen har Alzheimerforeningen også lavet "Syv gode råd til hvordan du hjælper et menneske med demens" og indbudt til dialog og udveksling af gode råd på deres facebookgruppe. Gruppen har netop rundet 20.000 medlemmer og over 100 mennesker har allerede delt ud af deres egne råd og erfaringer.