

ERFAHRUNGSSACHE

Engagement 55+ wirkt!



Gefördert durch:

EDITORIAL

.....

Wir leben in einer Gesellschaft, in der es immer weniger junge Menschen und dafür immer mehr Ältere gibt. Dieser demografische Wandel wird meist als Schreckensszenario skizziert, in dem es zum „Krieg der Generationen“ kommt und in dem die Gesellschaft vor unüberwindbaren Problemen steht.

Natürlich darf man die Augen vor diesen Herausforderungen nicht verschließen. Aber allzu leicht und allzu oft werden die Älteren als Last, als Produktivitätshemmnis, als Bedrohung dargestellt. Die Chancen und Potentiale, die in der Generation der Älteren schlummern, werden selten gesehen, geschweige denn gezielt genutzt. Dabei ist diese Generation fit, selbstbewusst, aktiv und will mitmischen – nicht aus Pflichtgefühl, sondern aus Lust darauf, die Gesellschaft mitzugestalten.

Das gilt es zu nutzen. Das bürgerschaftliche Engagement ist eine hervorragende Möglichkeit, Erfahrungswissen, Kompetenzen und zeitliche Möglichkeiten der Älteren für die Gesellschaft einzusetzen. Nicht (nur) um staatliche Aufgaben zu ersetzen, sondern weil Engagement 55+ dreifach wirkt: Die Menschen, für die sich die Älteren engagieren, die Älteren selbst und die Gesellschaft als großes Ganzes – alle profitieren vom Engagement der Generation 55+.

Aber: Engagement ist nicht selbstverständlich. Die Wege dorthin müssen noch bekannter gemacht und bereits vorhandenes Engagement – insbesondere in seinen Strukturen – muss gestärkt werden. Gemeinnützige Organisationen sind hier gefordert, stärker auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten ihrer älteren Freiwilligen einzugehen und deren Kompetenzen besser zu nutzen.

Soziale Investoren können bei der Engagementförderung der Generation 55+ viel bewegen. Auch wenn es gute Ansätze durch öffentliche Modellprojekte gibt – sie bleiben zumeist das, was ihr Name bereits verrät: Modelle. Woran es mangelt, sind Förderer, die gute Ideen verstetigen und multiplizieren. Die mehr Älteren die Möglichkeit zum Engagement geben. Die gezielt Menschen beim schwierigen Übergang vom Berufsleben in ein aktives Alter unterstützen.

Mit diesem Report zeigen wir, was Förderer – ganz praktisch – tun können und was sie beachten sollten, wenn sie in Engagement 55+ investieren wollen. Und wir empfehlen 13 Projekte, in denen die Potentiale der Älteren erkannt und zur Entfaltung gebracht werden.



Jonathan Przybylski und



Franz-Martin Schäfer

sind verantwortlich für den Themenreport 55+ und die Analyse der gemeinnützigen Organisationen in diesem Themenfeld. Beide sind seit der Gründung 2010 im PHINEO-Team. Politologe Jonathan Przybylski führte zuvor zahlreiche Projekte zur Zivilgesellschaft und Unternehmenskultur in der Bertelsmann Stiftung durch. Franz-Martin Schäfer, studierter Jurist, beschäftigt sich seit mehr als fünf Jahren mit zivilgesellschaftlichen, insbesondere gemeinnützigkeitsrechtlichen Themen. Beide PHINEO-Analysten engagieren sich selbst auch gesellschaftlich.

Jonathan Przybylski

Franz-M. Schäfer

FÖRDERPARTNER DES REPORTS

GENERALI DEUTSCHLAND HOLDING AG

Die Generali Deutschland Holding AG bekennt sich zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung als Unternehmen. Mit dem Generali Zukunftsfonds verwirklicht sie ein strategisch ausgerichtetes Programm, das unter dem Leitthema „Demografischer Wandel – Unsere gemeinsame Herausforderung“ steht. Dies geschieht aus der Überzeugung heraus, dass sich Staat, Wirtschaft und Gesellschaft dem gewaltigen Veränderungsprozess im Gefolge des demografischen Wandels gemeinsam stellen müssen.

Als möglichen Lösungsansatz für die bevorstehenden Probleme fördert der Generali Zukunftsfonds das bürgerschaftliche Engagement und insbesondere das bürgerschaftliche Engagement der älteren Mitbürger (Generation 55+). Durch die Festlegung auf diese

Zielgruppe trägt Generali Deutschland in einem überschaubaren Bereich zur Verwirklichung der Grundwerte ihres Leitbildes bei und verwirklicht so ihre gesellschaftliche Verantwortung als Unternehmen.

Mit der Förderung des PHINEO-Themenreports möchte der Generali Zukunftsfonds Projekte des bürgerschaftlichen Engagements der Älteren mit besonderem Wirkungspotential sichtbar machen und diesen eine Chance eröffnen, sich neue Finanzierungsquellen zu erschließen. Die Ergebnisse des Reports werden insgesamt dabei helfen, die Strukturen in diesem Bereich gezielt zu stärken.

www.generali-zukunftsfonds.de



INHALT

WISSEN, WORUM ES GEHT

S. 4–9

Generation 55+: Ohne uns läuft nichts

Demografischer Wandel | Ältere als Teil des Problems und Teil der Lösung | Erwartungen und Potentiale der Generation 55+ | Das „Extraleben“ der „neuen Alten“

WISSEN, WER WAS MACHT

S. 10–19

Engagement 55+: Vielfalt, alltäglich, aber Nachholbedarf beim gezielten Einsatz

55+ als Manager, Pate, Kümmerer und Co. | Was Staat, Unternehmen und Zivilgesellschaft beim Engagement 55+ leisten | Ehrenamt braucht Hauptamt? | Engagement 55+ im Ost-West-Vergleich

WISSEN, WAS WIRKT

S. 20–27

55+-Förderung wirkungsvoll gestalten

Investitionen in Engagement 55+ bewegen einen Dreifachhebel | Investieren in Vermittlungsstrukturen, in starke Organisationen oder direkt in Engagement 55+: was beachten? | Qualitätsindikatoren für 55+-Einbindung

Der Weg zu wirkungsvollem Engagement

S. 28–29

Landkarte ausgezeichnete Projekte

S. 30–31

Die PHINEO-Methode: Analyse mit Herz und Verstand

S. 32–33

Herzlichen Dank!

S. 34

Impressum

S. 35

Literaturverzeichnis

S. 36

Projektporträts

S. 37

GENERATION 55+: OHNE UNS LÄUFT NICHTS

Sie sind in den besten Jahren und auf dem Vormarsch: die Mitbürgerinnen und Mitbürger der Generation 55+. Sie setzen sich als Lesepaten für benachteiligte Kinder in ihrem Stadtviertel ein, engagieren sich in der Begleitung von hilfsbedürftigen Älteren und bringen ihre Fähigkeiten und Netzwerke in zahlreichen Vereinsvorständen ein. Mit ihren Erfahrungen, Kompetenzen und ihrer Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen, leisten sie als ehrenamtlich Engagierte schon heute einen unverzichtbaren Beitrag für unsere Gesellschaft.

Und ihre Bedeutung wird zunehmen. Denn um den Herausforderungen des demografischen Wandels in den nächsten Jahren und Jahrzehnten wirksam begegnen zu können, sind die Kenntnisse und Fähigkeiten dieser wachsenden Bevölkerungsgruppe unverzichtbar. Denn die Älteren sind nicht nur Teil des Problems, sondern auch Teil der Lösung. Die Generation 55+ zeigt bereits heute in vielen gemeinnützigen Organisationen und Initiativen in Deutschland hohe Einsatzbereitschaft. Die spezifischen Ressourcen und Bedürfnisse, die die Älteren mitbringen, haben jedoch viele gemeinnützige Organisationen noch nicht im Blick. Damit riskieren sie, das bestehende Engagementpotential nicht auszuschöpfen. Ebenso haben auch viele Soziale Investoren noch nicht erkannt, dass die Förderung eines breiten Engagements der Generation 55+ der entscheidende Hebel für die Linderung, wenn nicht sogar Lösung vieler gesellschaftlicher Probleme ist.

Dabei hängt viel davon ab, ob die Potentiale der Generation 55+ erkannt und gezielt genutzt werden.



Engagement 55+
Ehrenamt, freiwilliges Engagement und Bürgerengagement: Die Begriffsvielfalt steht für die Buntheit der Aktivitäten für das Gemeinwohl. In diesem Report wird Engagement als Einsatz für die Gesellschaft verstanden, sei er projektbezogen oder auch langfristig angelegt. Hier steht das soziale Engagement der Generation 55+ für andere im Fokus, das über Geselligkeit in den Bereichen Sport, Freizeit oder Kirche und auch über reine Selbsthilfe hinausgeht und sich in Vereinen, Verbänden oder Stiftungen organisiert. Es geht um den Beitrag Äterer für die Gesellschaft.

ÄLTERE: BELASTUNG ODER RESSOURCE?

Es ist paradox. Einerseits entstehen durch die zunehmende Zahl von Älteren große Herausforderungen: Stichwort Rente, Stichwort Pflegenotstand. Andererseits sind Ältere heute nicht mehr „so schnell alt“: Die Menschen leben nicht nur länger, sondern sind auch fitter im Alter. Wo früher der Ruhestand begann, haben die Älteren heute noch ein Extraleben vor sich, das gefüllt werden will. Sind Ältere also eine Belastung oder eine Ressource für die Gesellschaft?

Den Ruf, eine Belastung zu sein, haben die Älteren seit langem weg. Es ist mittlerweile Allgemeingut, dass sich die Alterspyramide auf den Kopf stellt. Im Jahr 2050 wird mehr als jeder dritte Mensch über 60 Jahre alt sein. Dem steht ein stetiger Geburtenrückgang gegenüber. Reflexartig werden die Konsequenzen bemüht: angespannte Situation in den Renten- und Krankenkassen, Erosion der öffentlichen Einnahmen, Vergreisung bzw. Entvölkerung ganzer Regionen, Mangel an Fachkräften, Verlust der Innovationsfähigkeit unserer Gesellschaft.

Mit der Alterung der Gesellschaft geht ein Anstieg der Zahl an Pflegebedürftigen einher. 2030 wird es schätzungsweise 3,4 Mio. pflegebedürftige Menschen geben – 50 Prozent mehr als heute. Ohne die Einbeziehung

engagierter Bürgerinnen und Bürger in die ambulante Betreuung droht ein Desaster im Pflegebereich, menschlich wie finanziell. Gleiches gilt für zahlreiche weitere gesellschaftliche Herausforderungen.

Die andere Seite der Medaille: Die so genannten Babyboomer erreichen bald das offizielle Rentenalter. Wenn sie erst einmal das Berufsleben abgeschlossen haben, haben sie reichlich Zeit für und oft auch Interesse an einem gesellschaftlichen Engagement. Die Generation 55+ hat dank der modernen Gesundheitsversorgung noch ein Drittel ihres Lebens vor sich – und ist dabei alles andere als „alt“. Zählte früher der Geburtsjahrgang zur Definition des Alters, spricht man heute von der Vielfalt des Alters – je nach individueller Lebenssituation. Die heutigen Älteren rütteln kräftig am negativen Alten-Image, das geprägt ist von geistigem und körperlichem Verfall. Die Generation 55+ ist rüstiger, aktiver, gesünder, selbstbewusster und – zumindest noch – materiell abgesicherter als die Älteren in den Generationen vor ihnen. Sie gehen auf Reisen, kümmern sich um ihre Enkel, besuchen die Universität, treiben Sport – und sie stellen sich mit ihrem Engagement für andere in den Dienst der Gesellschaft.

WAS 55+ KANN, WILL UND ERWARTET

Sprachvermögen, Fachwissen, soziale Kompetenz – ältere Menschen sind jüngeren oftmals überlegen (Pohlmann 2010). Ältere haben Überblickswissen und sind dadurch in der Lage, Wesentliches vom Unwesentlichen zu unterscheiden. Sie verfügen nach dem Ausscheiden aus dem Beruf über fundiertes Expertenwissen und effiziente Handlungsstrategien. „Gewusst was“ und „Gewusst wie“ beschreiben diese Kompetenzen gleichermaßen. 28 Prozent aller Engagierten im Ruhestand bringen ihre Berufserfahrungen ins Engagement ein (Freiwilligensurvey 2010). Und nicht zuletzt verfügen die Rentner über eine Ressource, die bei vielen anderen knapp ist: Zeit.

Das Bedürfnis, gebraucht zu werden, hört mit der Beendigung der Berufstätigkeit nicht auf. Viele ältere Menschen wollen auch im Alter etwas Sinnvolles tun. Sie suchen eine Herausforderung, die es ermöglicht, die eigenen Fähigkeiten zu trainieren und weiterzuentwickeln. Der Kontakt mit anderen Menschen und die Anerkennung der Tätigkeit sind vielen Engagierten wichtig. Und: Engagement für andere hat auch einen positiven Effekt auf die eigene Lebenszufriedenheit (6. Altenbericht 2010).

Beim Übergang vom Erwerbsleben in die Rente drohen oft der Verlust von Status und Anerkennung, man wird nicht mehr „gebraucht“, kollegiale Netzwerke verschwinden, der strukturierte Tagesrhythmus fehlt. Ältere richten daher an das Engagement in ihrer nachberuflichen Phase vielfach die Erwartung und Hoffnung, sich in einem neuen Feld wirksam einbringen und damit eine neue Bedeutung erlangen zu können.

Die heutige Generation 55+ will mitgestalten, nicht nur gesellschaftliche Pflicht erfüllen. Deswegen stellt sie inhaltliche Ansprüche an ihr Engagement, aber ebenso organisatorische: „Bin ich nur ein Rädchen oder mache ich wirklich einen Unterschied?“, „Wo werde ich wirklich gehört und nicht nur fremdgesteuert ‚eingesetzt‘?“

Gestern Vollgas, heute Versenkung?
Zu oft noch gehen die Kompetenzen von Älteren unter, anstatt dass sie gezielt für die Gesellschaft genutzt werden.

ERFAHRUNG ÜBERBLICK
FACHWISSEN GELASSENHEIT
NETZWERKE ERZIEHUNGSWISSEN
INTEGRATIONSKRAFT KRISENMANAGEMENT
ORGANISATIONSTALENT GESTALTUNGSWILLE
PROBLEMLÖSUNGSFÄHIGKEIT
SPRACHVERMÖGEN GEDULD

55+: DER UNGEHOBENE SCHATZ

Der Beginn des „Extralebens“ lässt sich nicht an einem konkreten Lebensjahr festmachen. Er ist von Person zu Person unterschiedlich. Entscheidend für den Fokus des PHINEO-Themenreports auf die Generation ab 55 Jahren ist, dass in diesem Alter viele Menschen einen Wendepunkt erleben und vor der Frage stehen, wie sie dem „neuen“ Lebensabschnitt einen „neuen“ Sinn geben können. Die Sinnsuche geht oft, aber nicht immer, mit dem sich nähernden Berufs-ende einher. Die Generation 55+ ist dabei alles andere als homogen. Die

Älteren bringen sehr unterschiedliche Erfahrungen und Fähigkeiten mit. Aber eines ist sicher: Die Generation 55+ hat Herausforderungen und Aufgaben bewältigt und im Verlaufe ihres Lebens schon viele Lernprozesse gemeistert, die nun eine wichtige Ressource sind.

Schon heute sind in der Bundesrepublik über 8 Mio. Menschen über Mitte 50 sozial engagiert. 2009 leisteten sie ein Zeitvolumen von 1,55 Mrd. Stunden im Jahr. Das entspricht ca. 909.000 Vollzeitstellen (eigene Berechnung, Basis Freiwilligensurvey 2010 und Statistisches Bundesamt). Würde man einen Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde ansetzen, käme ein Äquivalent von über 13 Mrd. Euro Arbeitslohn dabei heraus. Die gute Nachricht: Das Engagementpotential wächst. Mehr Ältere wollen sich engagieren. Jetzt stellt sich nur die Frage: Wie gewinnt man sie für ein Engagement?

Dr. Manfred Heeß, Seniorpartner in School e.V.:

„MEIN SELBSTBILD HAT SICH DURCH MEINE EHRENAMTLICHE TÄTIGKEIT VERÄNDERT: ICH TRAUE MIR HEUTE MEHR ZU UND BIN ZUFRIEDENER. MEIN FAZIT LAUTET: WENN MAN DIE HÄNDE IN DEN SCHOSS LEGT, WIRD MAN IM ALTER IMMER KLEINER UND SCHWÄCHER.“

„WENN EIN ALTER MENSCH STIRBT, DANN IST ES, ALS OB EINE GANZE BIBLIOTHEK VERBRENNT.“

Afrikanisches Sprichwort

„OHNE UNS LÄUFT NICHTS. WER UNS MOBBT, WIRD VERSENKT.“

Henning Scherf, ehemaliger Bürgermeister von Bremen, lebt zusammen mit seiner Frau seit einigen Jahren in einem Wohnprojekt.

Es gibt zwar Konzepte und Modelle, wie Engagement 55+ gezielter genutzt werden kann, die praktische Umsetzung in der Zivilgesellschaft bleibt aber – noch – hinter den Erfordernissen und auch hinter den Erwartungen der Generation 55+ zurück. Bei der Analyse gemeinnütziger Organisationen für das Thema 55+ hat PHINEO festgestellt, dass die meisten Organisationen das Potential der Älteren nicht strategisch nutzen – die 13 empfohlenen Projekte sind auch deshalb besonders bemerkenswert, weil sie dies ganz überwiegend tun. Dabei ist der Bedarf bei den meisten Verbänden, Vereinen und Stiftungen an Erfahrungswissen groß, sei es bei der Strategieentwicklung innerhalb der Organisation, der Koordinierung von Projekten oder auch in der praktischen Arbeit mit den Zielgruppen.

Wenn das Engagement der Generation 55+ ein Instrument zur Lösung der Herausforderungen des demografischen Wandels sein soll, dann müssen zivilgesellschaftliche Organisationen sich für Ältere öffnen, deren Potentiale stärker berücksichtigen und ihren Bedürfnissen und Erwartungen besser begegnen – inhaltlich, was die konkreten Kompetenzen angeht, und organisatorisch, was die Einbindung von Älteren in die Projektarbeit oder in die Gesamtorganisation betrifft. Soziale Investoren können und sollten sie dabei unterstützen und den Dreifachhebel gesellschaftlichen Engagements gezielt ansetzen.

Deutschland 2030

85,7 Jahre ist die Lebenserwartung eines weiblichen Neugeborenen. (Akademiengruppe Altern in Deutschland, 2009)

Weniger Junge, mehr Alte: **17%** weniger Kinder und Jugendliche, über **30%** mehr Menschen als 2011 über 65 gibt es in Deutschland. (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011)

20% ihrer Bevölkerung oder mehr verlieren einige Teile Deutschlands (z. B. neue Bundesländer, Saarland, Teile von Niedersachsen oder Hessen). Die Jungen wandern ab oder wachsen erst gar nicht nach. Einige Landstriche veröden: Busse fahren nicht mehr, Läden und Arztpraxen machen zu und Schulen werden geschlossen. (Berlin Institut, 2011)

37,7% der Einwohner von Chemnitz sind 65 Jahre und älter. Chemnitz ist damit die älteste Stadt Europas. Im Gegensatz dazu ist Hamburg eine der jüngsten Städte (17,5 %). (eurostat, 2010)

50% mehr Pflegebedürftige, das sind 4,4 % der Gesamtbevölkerung. Bis 2050 verdoppelt sich der Anteil der Pflegekosten am BIP auf 2,7 %. (Statistische Ämter des Bundes und der Länder, 2011; OECD, 2011)

Jeder 4te der über 60-Jährigen ist ein Einwanderer. Wer Engagement 55+ nutzen will, muss auf diese Kulturvielfalt eingestellt sein. (Schaefer, 2009)

Buchtipp:

„Die demografische Lage der Nation – Was freiwilliges Engagement für die Regionen leistet“, Berlin Institut, 2011. Pointierte Beschreibung der Herausforderungen des demografischen Wandels mit Empfehlungen für die Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements.

ENGAGEMENT 55+: VIELFALT, ALLTÄGLICH, ABER NACHHOLBEDARF BEIM GEZIELTEN EINSATZ

Bauch, Herz, Kopf, Hände, Arme, Mund – 55+-Engagierte nehmen in gemeinnützigen Organisationen viele Rollen ein, wenn es darum geht, der Gesellschaft etwas (zurück) zu geben. Da sind die Kümmerer und die Manager, die Kommunikatoren und Trainer, die Helfer und Netzwerker, die Paten, Berater und Initiatoren. Wie in allen Bereichen ist es für gemeinnützige Organisationen eine Herausforderung, die Ehrenamtlichen und Hauptamtlichen zu einem funktionierenden Ganzen zusammenzuführen – beim Engagement 55+ mit der Besonderheit, dass es hier viele Organisationen gibt, bei denen Ehrenamt manchmal sogar ohne Hauptamt auskommt.

Wenn es darum geht, Engagement 55+ gezielt und systematisch einzubinden, haben alle Akteure noch Nachholbedarf: Zivilgesellschaftliche Organisationen müssen ihre Prozesse so gestalten, dass sie „die neuen Alten“, die nicht mehr nur Pflichterfüllung leisten, sondern gestalten wollen, dauerhaft halten können – das heißt auch, verantwortungsvolle Aufgaben bereitstellen, Einfluss zulassen. Der Staat schafft mit Modellprogrammen zwar gute Impulse, muss sich aber nach der Phase der Modellfinanzierung fragen lassen: „Und was nun?“ Unternehmen können noch Siebenmeilenschritte machen, was die gezielte Gestaltung des Übergangs zwischen Berufstätigkeit und dritter Lebensphase ihrer Mitarbeiter angeht – wenn sie sich erst einmal ihrer enormen Bedeutung für das Engagement 55+ bewusst geworden sind.



DIE GESICHTER DES ENGAGEMENTS 55+

Im Engagement 55+ gibt es alles: ehrenamtlicher Zeiteinsatz, der mit einem Full-Time-Job vergleichbar ist, die konstante und verlässliche Übernahme von Routineaufgaben mit einigen Stunden in der Woche, das zeitlich befristete Engagement, z. B. im Rahmen einer Veranstaltung, oder punktuelle Einsätze, z. B. als Zeitzeuge in Schulen.

Ältere Menschen erwarten aber nicht nur einen für sie passenden zeitlichen Rahmen, sondern sie suchen sich auch gezielt die Aufgaben, die inhaltlich zu ihren Interessen und ihrer Erfahrung passen. Ebenso wollen sie diese Aufgaben auch so wahrnehmen, dass sie sie voll ausfüllen können.

Ältere Menschen sind vor allem dann bereit, verantwortliche Aufgaben für die Gesellschaft zu übernehmen, wenn sie davon ausgehen, dass sie

den damit verbundenen Anforderungen auch auf Dauer gewachsen sind und ihr Engagement von anderen in angemessener Weise nachgefragt und geschätzt wird. Des Weiteren ist es ihnen wichtig, dass sie dabei nicht nur Wissen weitergeben, sondern auch neue Fertigkeiten erwerben und (Er-)Kenntnisse gewinnen. Engagierte Ältere initiieren neue Projekte, gründen Organisationen und bauen sie auf. Und sie sorgen auch dafür, dass sie langfristig professionell laufen. Sie treten auf als Initiator, als Manager, als Netzwerker und Interessenvertreter und schaffen damit die organisatorische Basis für das Engagement vieler anderer 55+er. Denn kein Pate kann sich engagieren, wenn nicht vorab Netzwerke zu Schulen aufgebaut wurden. Kein Senior-Berater kann Schulleiter coachen, wenn nicht zuvor jemand die Rahmenbedingungen für das Coaching mit der Schulbehörde abgeklärt hat. Und der Betreuer kann einen Besuchsdienst im Krankenhaus nur dann durchführen, wenn zuvor jemand Flyer für dieses Angebot entwickelt und in Krankenhäusern ausgelegt hat.

Das Engagement der Älteren ist vielfältig, weist aber auch so manche Besonderheit auf. In den Engagementfeldern „Sozialer Bereich“ und „Kirche und Religion“ ist der Anteil Älterer höher als der anderer Altersgruppen. Umgekehrt sind es die „neuen“ Engagementbereiche, die von Älteren noch wenig gewählt werden: So engagiert sich z. B. nur ein Bruchteil in Seniorenakademien oder Weiterbildungsgruppen (Deutscher Alterssurvey 2010). Und: Je älter die Menschen werden, desto eher zielt das Engagement auf die eigene Altersgruppe, während gerade bei den „jüngeren Alten“ das generationsübergreifende Element dominiert.

STRUKTUREN DES ENGAGEMENTS 55+

IM OSTEN: ENGAGEMENT-AUFBAU. IM WESTEN: SOCIAL ENTREPRENEURS

Auch nach 20 Jahren Wiedervereinigung gibt es sie noch, die Unterschiede zwischen Ost und West. Sozialisation aus zwei Gesellschaften wirkt nach. Informelle Nachbarschaftshilfe und die früheren Netzwerke der Tauschwirtschaft im Osten konnten bislang kaum in formalisierte Strukturen des Engagements überführt werden. Wo aber die Struktur fehlt, fällt auch der Zugang zum Engagement schwerer – ein doppeltes Dilemma, denn aufgrund der schlechteren finanziellen Ausstattung und großen demografischen Herausforderung in dünn besiedelten Gebieten ist gerade hier Engagement 55+ gefragt. Dabei gibt es genügend Betätigungsfelder: vom Bürgerbus über den selbstorganisierten Dorfladen bis hin zum Aufbau von Tauschringen. Erfolg versprechend sind dabei Ansätze, die die lokalen Voraussetzungen berücksichtigen und die Verantwortung auf mehrere Schultern verteilen – wie bei der Seniorenvertretung der Landeshauptstadt Magdeburg. Der Vorstand ist trotz der Gremiengröße sehr gut aufeinander abgestimmt und bringt so gemeinsam die Organisation voran. In der PHINEO-Analyse hat sich gezeigt, dass in Westdeutschland dagegen häufiger Modelle vorherrschen, in denen Einzelpersonen – die „Machertypen“ – die Führung übernehmen. Hier finden sich eher die so genannten „Sozialunternehmer“ oder „Social Entrepreneurs“.

EHRENAMT BRAUCHT HAUPTAMT: JA, ABER ...

... nicht immer. Im Rahmen der PHINEO-Analyse sind einige Organisationen entdeckt worden, die rein ehrenamtlich hoch professionell eine Vielzahl von Projekten durchführen. In Magdeburg engagieren sich z. B. in der Seniorenvertretung zwölf ehrenamtliche Vorstandsmitglieder und koordinieren insgesamt 200 Ehrenamtliche. Gerade in diesen rein ehrenamtlichen Organisationen sind die Mitgestaltungs- und Mitbestimmungsmöglichkeiten für 55+-Ehrenamtliche enorm und die Kontinuität der Projekte wird insbesondere durch das 55+-Engagement gesichert.

Aber das Ehrenamt hat auch Grenzen. Je mehr Ehrenamtliche es werden, desto mehr sind hauptamtliche Kräfte unabdingbar. Das müssen nicht immer sehr viele sein. Im Verein nestwärme e.V. steuern z. B. fünf Hauptamtliche zehn ehrenamtliche Koordinatoren, die wiederum 789 Betreuer begleiten, damit diese Familien mit kranken Kindern entlasten. Wo besonders stabile Strukturen oder besonderes Fachwissen erforderlich sind, sind hauptamtliche Mitarbeiter zwingend notwendig – etwa im Pflegebereich. Ehrenamtliche können hier aber wirkungsvoll ergänzen.

Praxistipp: Engagementprofil klären

Gerade die Generation 55+ hat das Potential, mit den erworbenen Kompetenzen und der zur Verfügung stehenden Zeit sehr verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen – sowohl in Steuerung und Führung einer Organisation als auch in der koordinierenden und fachlichen Gestaltung von Projekten. Die Möglichkeiten sind hier bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Wichtig ist, dass Unsicherheiten hinsichtlich des Profils der Haupt- und Ehrenamtlichen in den jeweiligen Projekten und Organisationen transparent geklärt werden.

WOFÜR ENGAGIERT SICH DIE GENERATION 55+?



MANAGER, PATE, KÜMMERER – ROLLEN DES ENGAGEMENTS 55+

Über lange Jahre hinweg konnten 55+-Engagierte entdecken, was sie können und was sie wollen – dieses (Selbst-)Bewusstsein kommt dem Engagement 55+ zugute. Wer seine Stärke im persönlichen Kontakt sieht, will keine Buchhaltung machen. Wer schon immer gut überzeugen konnte, kann auch im Engagement 55+ vielleicht besser Geldgeber gewinnen als Projektberichte schreiben. Und wer gern für gute Abläufe sorgt, ist als Engagierter der richtige Projektkoordinator. Die Rollen der Älteren im Engagement 55+ können sehr unterschiedlich sein:

Es gibt noch zwei weitere Typen des 55+-Engagierten, die aber in der PHINEO-Analyse keine maßgebliche Rolle spielten: der Aktivist, der sich an politischen Initiativen beteiligt (Typ: politisch engagierter „Wutbürger“). Und der Selbsthelfer, der im Austausch mit Gleichgesinnten vorrangig sich selbst hilft.

INITIATOR

Baut Projekte und Organisationen auf

Typ: Macher, Charismatiker, Unternehmer // häufig Menschen, die im Berufsleben viel (Führungs-) Verantwortung hatten // will etwas Neues mit „Sinn“ aufbauen

Pluspunkt: gute Kontakte und Netzwerke // Führungsqualitäten

Risiko: Neigung, Aufgaben nicht abgeben zu können // gelegentlich „One-Man-Shows“ ohne gesicherte Nachfolge

MANAGER/ KOORDINATOR

Ist im Vereinsvorstand, koordiniert Teams, erledigt Verwaltungsjobs, plant Projekte, beschafft Gelder

Typ: Strukturgeber, Kontaktperson, Schaltstelle // oft ehemaliger Projektmanager oder Sachbearbeiter

Pluspunkt: Übersicht // sorgt für reibungslose Abläufe

Risiko: „Über-Verwaltung“, Pedanterie // Motivationsrückgang, weil Leistung nicht immer gesehen und anerkannt wird

NETZWERKER

Bringt Akteure zusammen, stellt Kontakte her, man trifft ihn auf Veranstaltungen

Typ: Rhetoriker, Empath, Wertschätzer // ist sich bewusst, dass „zusammen“ mehr Schlagkraft entfaltet als „gegeneinander“ // ganzheitlich, strategisch

Pluspunkt: bringt Menschen an einen Tisch // balanciert, findet Konsens

Risiko: oft kein besonders guter praktischer Umsetzer

INTERESSENVERTRETER/ KOMMUNIKATOR

Bringt das Projekt in die Öffentlichkeit, stellt Transparenz nach innen und außen her, schreibt, kommentiert, überzeugt

Typ: Wortführer, Kontakter, Aufklärer

Pluspunkt: schafft Bewusstsein // geht gern und leicht auf andere zu // steht für das Projekt öffentlich ein // kann „Klinken putzen“

Risiko: steht im Licht und kann so andere in den Schatten drängen

Engagementrollen mit dem Ziel, direkt anderen zu helfen:

BERATER

Coach z. B. Jugendliche oder Schulleiter, hilft bei der Persönlichkeitsentwicklung

Typ: Hands-on-Pragmatiker, Fachmann, Sparringspartner // kennt sich aus // war vielleicht selbst einmal betroffen

Pluspunkt: praktisch und konkret statt graue Theorie // hilfsbereit, interessiert, zuverlässig // oft 1:1-Verhältnis

Risiko: abgegrenzte Funktion im Projekt // selten Übernahme anderer Tätigkeiten

PATE

Begleitet z. B. junge Migranten und ausländische Studierende, unterstützt bei Bewerbungen

Typ: sozial kompetenter Zuhörer und Begleiter // Unterstützer

Pluspunkt: emotional verbunden, persönliches Interesse // hohe persönliche Verantwortung gegenüber dem „Patenkind“ // oft 1:1-Verhältnis

Risiko: Enttäuschung, wenn „Patenkind“ die Begleitung nicht annimmt oder keine Entwicklung stattfindet

BETREUER/ KÜMMERER

Besucht Kranke in der Klinik, entlastet Angehörige kranker Kinder, betreut Menschen im Altersheim

Typ: Fürsorger, verständnisvoller Zuhörer // Ähnlichkeit zum Paten, aber Betreuungsaspekt steht noch mehr im Vordergrund

Pluspunkt: macht die Situation für Betroffene so erträglich wie möglich // wichtige Stütze in der Pflege // menschliche Nähe, 1:1-Verhältnis

Risiko: sind oft selbst familiär betroffen und fallen daher gegebenenfalls aus

TRAINER/WISSENS- WEITERGEBER

Gibt persönlich Erlebtes und Fachwissen weiter, bringt Kindern etwas bei

Typ: engagierter und interessierter Lehrer // Fachwissen // strukturiert // Individualist

Pluspunkt: vermittelt Wissen vor allem an Gruppen // entwickelt kreativ eigene Methoden und Inhalte

Risiko: konzeptioneller Rahmen für den Einsatz ist wichtig, damit gleiche Qualität bei unterschiedlichen Trainern gewährleistet werden kann

HELFER

Repariert, hilft aus, betreut Besucher

Typ: Praktiker, Hausmeister // will Resultate unmittelbar sehen // will gebraucht werden

Pluspunkt: springt ein, wenn Not am Mann ist // übernimmt ganz konkrete und klar umrissene Aufgaben // „gute Seele“

Risiko: sieht seine Aufgabe ganz klar beschränkt // weiter gehende Ansprüche senken seine Motivation

WER MISCHT MIT BEI ENGAGEMENT 55+?

BUND, LÄNDER UND KOMMUNEN ALS ENGAGEMENTFÖRDERER

Die Politik verfolgt seit 20 Jahren das Ziel, aus dem Potential der Generation 55+ praktiziertes Engagement zu machen. 1992 wurde das Modellprogramm Seniorenbüros aufgelegt, um mit Hilfe von Informations- und Beratungsstellen Älteren Wege ins Engagement zu erleichtern. Das Modellprogramm „Erfahrungswissen für Initiativen“ (EFI) startete ebenfalls 1992. EFI etablierte die Idee des seniorTrainers in vielen Vereinen, Initiativen und Verbänden. Entscheidend beigetragen haben die seniorTrainer zu einer Veränderung des Altersbildes: Die Stärken der Älteren wurden erstmals offensiv in den Vordergrund gerückt. Seit 2005 öffnen „Generationsübergreifende Freiwilligendienste“

(seit 2009 unter

dem Namen „Freiwilligendienste aller Generationen“) diese Engagementform auch für Ältere. Auf lokaler Ebene kommt den Kommunen als Impuls- und Ideengeber wie auch als Vermittler von Engagement große Bedeutung zu. So fördert die Stadt Erfurt ein Kompetenz- und Beratungszentrum für generationsübergreifende Projekte. Auch Arnshausen hat sich dem Zusammenbringen der Generationen verschrieben und die Fachstelle „Zukunft Alter“ gegründet.

„WIR FRAGEN DAS
ENGAGEMENT DER ÄLTEREN
BEWUSST UND WO IMMER
MÖGLICH NACH. DANK ‚ZUKUNFT
ALTER‘ ENTFALTEN ÄLTERE IHRE
POTENTIALE IN BISHER UNGEAHNTEN
AUSMASSEN IN ALLEN BEREICHEN. UND WIR
STEHEN ERST AM ANFANG.“

Hans-Josef Vogel, Bürgermeister von Arnshausen,
hat die Fachstelle „Zukunft Alter“ gegründet, in
der alle Aktivitäten in der Kommune zum Thema
„Leben im Alter“ koordiniert werden.

Praxistipp: Engagement 55+ von Unternehmen

Nicht nur als Arbeitgeber, auch als Spender können Unternehmen viel für die Generation 55+ tun. Dabei wird die Unterstützung schlagkräftiger, wenn sie gebündelt stattfindet – z. B. über Unternehmensnetzwerke oder Kammern organisiert. So können auch klein- und mittelständische Betriebe wirksam in das Engagement Älterer investieren.

PHINEO-Einschätzung:

Die Aktivitäten der Politik sind eng mit der Einsicht verbunden, dass der Sozialstaat an seine Grenzen stößt und die engagierten Älteren schlichtweg gebraucht werden. Überspitzt kann man sagen, dass die Motivation zu Erhalt und Entfaltung von 55+-Kompetenzen vor allem auf deren Nutzung im gesellschaftlichen Interesse gerichtet ist. So steuert die öffentliche Hand – etwa im neuen Bundesfreiwilligendienstgesetz – die praktische Ausgestaltung des Engagements im Sinne gesellschaftspolitischer Notwendigkeiten. Das ist legitim. Doch wenn in den Bundesmodellprogrammen die Finanzierung nach spätestens drei Jahren wegbricht, stehen viele gute Projekte auf der Kippe – so jetzt auch das Erfolgsprogramm „Freiwilligendienste aller Generationen“. Die lokalen gemeinnützigen Organisationen stehen dann vor der Wahl, sich auf ein neues Modellprogramm zu bewerben und sich inhaltlich umzuorientieren oder das Projekt zu beenden. Eine eigenständige Finanzierung z. B. durch Eigeneinnahmen ist selten möglich und das Einwerben von Spenden für staatlich geförderte Modellprojekte schwierig – zu gering der Einfluss, zu stark das Gefühl, staatliche Aufgaben zu alimentieren. Dabei könnten private Förderer bei rechtzeitiger Einbeziehung in solche Projekte im Verbund mit öffentlichen Geldern oftmals einen höheren Wirkungsgrad ihrer Mittel erzielen.

UNTERNEHMEN ALS KATALYSATOREN FÜR 55+-ENGAGEMENT

Der demografische Wandel hat auch die Unternehmenswelt längst erreicht: Produktivitätsraten oder Sicherung der Beschäftigungsfähigkeit älterer Mitarbeiter sind dabei gängige Schlagwörter. Was aber geschieht beim Übergang vom Erwerbsleben in die Rente, der bei den meisten Menschen zwischen 58 und 64 Jahren stattfindet (Statistisches Bundesamt 2010)? Für das bürgerschaftliche Engagement stellt diese Übergangszeit einen Dreh- und Angelpunkt dar: Arbeitnehmer, die von ihrem Unternehmen in ihrem Engagement unterstützt werden, wenden fast 50 Prozent mehr Zeit für das Engagement auf als Nicht-Unterstützte (Freiwilligensurvey 2010). Freiwilliges Engagement kann persönliche Verlustgefühle beim Ausstieg aus dem Arbeitsleben ausgleichen, etwa die Befürchtung, nicht mehr gebraucht zu werden. Obwohl es zahlreiche Corporate Volunteering-Programme gibt, richten sich diese nahezu alle an aktiv Beschäftigten. Eins der wenigen Gegenbeispiele: Mit der MIT-Initiative fördert Henkel bereits vorhandenes Engagement der Mitarbeiter finanziell und berücksichtigt dabei explizit die Aktivitäten der Pensionäre, die etwas mehr als ein Viertel aller Teilnehmer ausmachen.

ZIVILGESELLSCHAFT MIT NACHHOLBEDARF

Die Generation 55+ braucht eine lokale Infrastruktur, die mit Informationen, Beratung und Vermittlung Wege ins Engagement ebnet. 300 Freiwilligenagenturen, 270 Seniorenbüros und 250 Bürgerstiftungen arbeiten daran, Engagementinteressierte an lokale Projekte, Initiativen und Vereine zu vermitteln. Auch Stiftungen haben die Generation 55+ entdeckt und rücken sie ins Blickfeld der Öffentlichkeit. Die Körber-Stiftung hat 2011 z. B. im Rahmen des Wettbewerbs USable engagierte Ältere ausgezeichnet und qualifiziert und der deutsche Engagementpreis des Bündnisses für Gemeinnützigkeit wird 2011 in der Schwerpunkt-kategorie „Engagement von Älteren“ verliehen. Konkretes 55+-Engagement findet aber vor allem in den unzähligen gemeinnützigen Vereinen, Verbänden und Stiftungen statt, bei denen die Älteren strategische Rollen in der Gesamtorganisation oder in der Projektleitung einnehmen. Sie sind in vielen zivilgesellschaftlichen Organisationen unverzichtbar.

PHINEO-Einschätzung:

Die individuelle Entscheidung in Richtung Engagement muss durch die Zivilgesellschaft unterstützt werden. Wichtig ist hierfür eine strukturelle Verankerung und flächendeckende Verbreitung von Seniorenbüros und Freiwilligenagenturen. 270 Seniorenbüros und 300 Freiwilligenagenturen sind gut. Die Zahlen bedeuten aber auch: In vielen Kommunen fehlen sie noch. Bundesweite Wettbewerbe und Auszeichnungen helfen, Engagement 55+ ins Licht zu rücken. Wichtig ist aber jetzt, dass vor Ort das Engagementpotential ganz praktisch in konkretes Engagement umgesetzt wird. Und das gezielt und reflektiert: Viele gemeinnützige Organisationen nutzen die „Ressource 55+“ selbstverständlich gern, denken aber noch zu

PHINEO-Einschätzung:

Bislang nutzen nur wenige Unternehmen freiwilliges Engagement gezielt, um den Übergang zwischen Beruf und dritter Lebensphase für ihre Mitarbeiter zu gestalten. Dabei würde nicht nur die Gesellschaft, sondern vor allem die Unternehmen könnten direkt gewinnen, indem sie zeigen, dass sie Verantwortung für ihr Personal übernehmen. Die Förderung des Engagements ehemaliger Mitarbeiter bindet diese weiter an das Unternehmen und trägt so zu dessen Reputation bei. Indirekte positive Effekte werden erzielt, wenn Arbeitnehmer im Übergang oder Ehemalige sich z. B. als Mentoren für Jugendliche engagieren, so die Ausbildungsfähigkeit vor Ort verbessern und damit einen Beitrag zur Lösung des Fachkräftemangels leisten. So vermitteln z. B. Luft-hansa und die Deutsche Börse SeniorPartner an das Frankfurter Projekt JUSTament, in dem 55+ler Haupt- und Realschüler fördern – ein Kreislauf, von dem Unternehmen, Schüler und die Älteren gleichermaßen profitieren. Dazu bedarf es einer größeren Offenheit der Unternehmen im Hinblick auf die Ansprache durch gemeinnützige Organisationen. Freiwilligenagenturen können beim Aufzeigen von Engagementmöglichkeiten und der Vermittlung in konkrete ehrenamtliche Tätigkeiten helfen. Wie das geht, zeigt z. B. die Organisation Ceno aus Köln.

selten darüber nach, was man ihr spezifisch bieten muss. Wenn Gestaltungswille das treibende Motiv des Engagements 55+ ist, müssen „Aufgaben mit Sinn“ anstatt „Beschäftigungstherapie“ geboten werden. Und wenn „die Alten“ plötzlich alle „Macher“ sein wollen, wird das Einbinden in Projekte schon mal zum Balanceakt. Die gemeinnützigen Organisationen sind dabei Spiegelbild der breiten Öffentlichkeit. Denn auch sie hat die Ressourcen des Alters noch nicht ausreichend erkannt.

ÄLTERE GRÜNDEN INITIATIVEN

Engagement findet auch ohne Rechtsform statt, denn für Engagement bedarf es nicht notwendigerweise der Gründung eines Vereins. Zivilgesellschaft – das darf man nie vergessen – lebt von der Selbstorganisation, von der Selbst- und Mitverantwortung der Bürger, die wissen, wo es konkrete Bedürfnisse auf lokaler und kommunaler Ebene gibt, und deshalb z. B. einen Versorgungsladen in einer infrastrukturarmen Region auf dem Land aufbauen, einen Begleitservice für Menschen mit Sehbehinderungen ins Leben rufen oder eine Fahrradwerkstatt für Kinder gründen.

PHINEO-Einschätzung:

Oftmals – gerade in ländlichen Gebieten – gibt es kein verfestigtes Engagement, keine Infrastruktur, die man mit einer (steuerlich

abzugsfähigen) Spende unterstützen könnte. Hier sind niedrigschwellige Maßnahmen gefragt, die einzelne Menschen oder Initiativen individuell darin unterstützen, vor Ort etwas zu tun. Ältere Engagierte können in kleineren Initiativen ohne Rechtsform mit ihrem Zeiteinsatz viel bewirken. Doch ab einem gewissen Punkt brauchen auch sie einfach Geld, z. B. für Projektflyer, Informationsstände bei Veranstaltungen oder eine technische Grundausstattung. Die Förderung solcher Initiativen ist ein Bereich, bei dem man mit einer kleineren Spende – wenn auch nur lokal stark begrenzt – sehr viel bewirken kann – vorausgesetzt, die handelnden Personen lassen sich überhaupt identifizieren.

„WIR ALS LOBBY DER ÄLTEREN MÜSSEN DIE SENIOREN, DIE SICH EINBRINGEN WOLLEN, NOCH STÄRKER ERMUTIGEN. UND WIR MÜSSEN – UND WERDEN – NOCH ENTSCHIEDENER DAFÜR EINTRETEN, DASS DIE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DAS FREIWILLIGE ENGAGEMENT VERBESSERT WERDEN.“

Prof. Dr. Ursula Lehr, Vorsitzende der BAGSO. Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen tritt für die aktive Partizipation Älterer am gesellschaftlichen Leben ein.

55+-FÖRDERUNG WIRKUNGSVOLL GESTALTEN

Engagement 55+ ist ein besonderes Themenfeld im gemeinnützigen Sektor. Denn hier geht es im engeren Sinne gar nicht um ein Themenfeld, sondern um viele Themenfelder. Ältere engagieren sich überall, von der Umweltbildung über die Familienbetreuung bis hin zur politischen Bildung. Es handelt sich um das Engagement einer besonderen Engagiertengruppe, das aber trotz der Vielfalt der Themen und Engagementformen nicht nur die Summe dieser vielen Einzelheiten ist, sondern ein Gebilde darstellt, dass sich als Einheit beschreiben, untersuchen und fördern lässt – mit allen Konsequenzen, die Komplexität und Heterogenität mit sich bringen. Grundsätzlich gilt: Engagement 55+ wirkt dreifach, daher ist „Rendite“ fast schon garantiert. Der Engagierte selbst profitiert, die Projekt-Zielgruppen profitieren und die Gesamtgesellschaft profitiert.

Wo liegen nun also die Optionen für Soziale Investoren, welche Ansätze kann man wählen, was bringt die Förderung von Engagement 55+? Trotz der vielen unterschiedlichen Projekte gibt es ein paar Leitlinien: Man kann unterscheiden, ob man in Vermittlungsstrukturen, in die Stärke von gemeinnützigen Organisationen als Träger wirkungsvoller Projekte oder in das 55+-Engagement direkt investieren will. Und mit dem PHINEO-55+-Indikatoren-Check ist es möglich, sich ein Bild von der Qualität der 55+-Einbindung in den Projekten zu machen.

Damit man am Ende sagen kann: „Hier wirkt Erfahrungswissen!“



WER IN 55+ INVESTIERT, WIRKT DREIFACH

Engagement 55+ ist komplex und heterogen. Die vielen Themenfelder und die Unmöglichkeit, ganz klare Grenzen um dieses Feld zu ziehen, können manchmal den Blick auf die zentrale Relevanz dieses besonderen Engagements verstellen. Unabhängig von allen Details gilt: Eine Investition in das Engagement

der Generation 55+ entfaltet auf dreifache Weise Wirkung. 55+-Engagierte setzen ihre Zeit, ihren Verstand und ihr Herz für die Zielgruppen ihrer Projekte ganz konkret ein. Der 55+-Engagierte profitiert selbst, weil er etwas Sinnvolles tut sowie fit und sozial integriert bleibt. Und die Gesamtgesellschaft gewinnt, weil das Gemeinwesen entlastet wird, Erfahrungen nutzbar gemacht werden und sozialer Zusammenhalt entsteht. Investitionen in Engagement 55+ bewegen einen Dreifachhebel.



Der 55+-Engagierte profitiert: Soziale Investoren, die Ältere unterstützen, ein neues Engagement zu finden oder ein bestehendes besser auszuführen, geben ihnen damit die Möglichkeit, eine sinnstiftende und erfüllende Aufgabe anzugehen, die sie in der Mitte der Gesellschaft verbleiben lässt. Das wirkt sich dauerhaft positiv auf Geist, Psyche und Körper aus und schützt gegen die Verletzlichkeit, die das hohe Lebensalter häufig mit sich bringt. Wirkungen, die gerontologische Studien belegen.



Die Zielgruppe der einzelnen Projekte profitiert: Mit einer Förderung von Projekten, in denen Ältere aktiv etwas für andere – z. B. Kinder, Demenzkranke, Kommunen – tun, unterstützen Soziale Investoren deren Wirkung. So können z. B. mehr Engagierte gewonnen oder besser qualifiziert, Projekte skaliert und größere Zielgruppen erreicht werden. Oder die Arbeit wird einfach finanziell und organisatorisch abgesichert. Sie helfen damit Kindern in Patenprojekten, Jugendlichen hinsichtlich ihrer Ausbildungsfähigkeit oder Dementen mit Betreuungsleistungen.

Die Gesamtgesellschaft profitiert: Durch eine Investition in das Engagement Älterer erfährt das Gemeinwesen Entlastung – durch den Zeiteinsatz, den die Generation 55+ leistet (immerhin schon jetzt rund 1,55 Mrd. Stunden im Jahr) und durch die Übernahme von zahlreichen gesellschaftlich relevanten Aufgaben. Relevantes Wissen geht nicht verloren, sondern wird an die jüngeren Generationen weitergegeben. Die Gesellschaft profitiert von verbesserter Bildung, zahlreichen Betreuungsleistungen, größerem gesellschaftlichem Zusammenhalt – der auch fiskalisch durch die Entlastung der Sozialkassen.

FÖRDERN JA, ABER WAS?

Direkt für das 55+-Engagement spenden? Vermittlungs- und Beratungsinfrastruktur unterstützen? Strukturen gemeinnütziger Organisationen als Träger von wirkungsvollen Projekten fördern? Wer 55+-Engagement wirksam unterstützen will, kann zwischen diesen drei Herangehensweisen wählen.

WEGE INS ENGAGEMENT 55+ FÖRDERN

Warum man sie braucht: mehr Menschen der Generation 55+ ins Engagement bringen, gleichzeitig gewährleisten, dass auf „jeden Topf der richtige Deckel“ kommt. Dafür werden Vermittler (Seniorenbüros und Freiwilligenagenturen) gebraucht, die das übergreifende Ziel der Engagementförderung verfolgen. Denn die spezifischen Wünsche der Engagierten müssen zusammenpassen mit den Zeit- und Kompetenzbedarfen der Projekte.

Was sie leisten: Sie informieren, beraten und vermitteln Menschen in ein Engagement. Für Ältere bieten sie oftmals spezifische Angebote an. Sie arbeiten mit Fachleuten aus Verwaltung, Politik und Verbänden zusammen und setzen sich auch mit Öffentlichkeits- und politischer Lobbyarbeit für eine gesellschaftliche Anerkennung des Engagements

der Generation 55+ ein. Sie unterstützen gemeinnützige Organisationen, die Engagierte für sich gewinnen wollen. Die Vorbereitung und Qualifizierung der Generation 55+ für den Einsatz im Engagement ist ein wichtiger Stellhebel, der große Wirkung entfalten kann.

Worauf man achten sollte: Das Leistungsspektrum solcher Organisationen kann stark variieren. Hinsichtlich der Vermittlung sollte darauf geachtet werden, dass tatsächlich auf die spezifischen Wünsche und Bedürfnisse der Älteren eingegangen wird, beispielsweise über einen eigenen Ansprechpartner oder gesonderte Angebote. Über die Vermittlung hinaus könnten auch Qualifizierungsangebote für Engagierte bereitgehalten und die Älteren in ihrem Engagement begleitet werden. Durch die Einrichtung von Projektwerkstätten können Engagementinteressierte Ideen und Projekte entwickeln.

PHINEO empfiehlt, dass Förderer vor Ort prüfen, ob die Vermittler gut aufgestellt sind und was sie – über die Vermittlung hinaus – an weiteren Unterstützungsleistungen oder Hilfe zur Selbsthilfe anbieten. Einen ersten

Praxistipp:

55+-Qualifizierung

Das Europäische Zentrum für universitäre Studien der Senioren in Ostwestfalen-Lippe bietet einen Studiengang „Management im bürgerschaftlichen Engagement“ an, der Ältere auf ihre Aufgaben in gemeinnützigen Organisationen vorbereitet. Die SESAM Akademie aus den Niederlanden richtet einen zwölfwöchigen Kurs aus, in dem die Zielgruppe „pensionierte Manager“ fit fürs Ehrenamt gemacht wird.

Beispiel: Freiwilligenzentrum Hannover

Das Freiwilligenzentrum führt zusammen: individuelle Wünsche der potentiell Engagierten und den Engagementbedarf in Hannover. Z. B. gibt es einen großen Bedarf an Paten für Jugendliche, die den Übergang von der Schule in den Beruf meistern müssen. Gleichzeitig wurden aber hilfsbereite Einzelpersonen von Schulen als Paten abgewiesen. Das Freiwilligenzentrum koordiniert dieses Engagement nun und gewinnt gezielt Paten, bildet sie aus und vermittelt sie in Abstimmung mit ehrenamtlichen Schulkoordinatoren in Schulen. Qualität und Verbindlichkeit sind so sichergestellt. Hannover zeigt auch, wie das Thema Qualifizierung aufgegriffen werden kann: Die seniorTrainer haben einen Austausch mit der niederländischen SESAM Akademie etabliert, um deren Curriculum zu nutzen.

Trend: Dachorganisationen für Wachstum und Stabilität

Ein Trend in der Entwicklung gemeinnütziger Organisationen ist die Gründung von Dachorganisationen, um vor allem regional gestreuten Projektstandorten Servicefunktionen und Standards nach dem Vorbild von Verbändestrukturen zu bieten. In der Regel handelt es sich um eine mitgliederbasierte Organisationsstruktur, in der z. B. Landesverbände oder Standorte organisiert sind. Vor allem anlässlich von größeren Wachstumsprozessen oder im Rahmen des so genannten „Social Franchising“ können Dachorganisationen eine geeignete Struktur für die weitere Verbreitung des eigentlichen Projektziels sein.

Anhaltspunkt stellt das Qualitätssiegel der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen (bagfa) dar. Bei gelungenen Ansätzen ist der Hebeleffekt für mehr Engagement durch Vermittlungsorganisationen sehr groß.

ORGANISATIONEN STRUKTURELL FÖRDERN

Warum man sie braucht: Es gibt Ideen, die schlagen an vielen Orten Wurzeln und so kann es passieren, dass Projektstandorte wie Pilze aus dem Boden schießen. Dieser Wachstumsprozess wird nicht immer gesteuert, sondern verläuft organisch. Ab einer gewissen Verbreitung sind jedoch einheitliche Qualitätsstandards, ein systematischer Informationsaustausch und ein einheitlicher Auftritt wichtig. Auch in unterschiedlichen Projekten derselben Organisation gibt es ähnliche Aufgaben und Erfordernisse: Personalfragen, einheitlicher

Außenauftritt, Finanzierungsfragen. Hier sind Steuerung und feste Strukturen gefragt. Diese Aufgaben müssen von den Organisationen als Träger von Projekten geleistet werden – oder von Dachorganisationen als Zusammenschlüssen von Mitgliedsorganisationen mit gemeinsamen Zielen.

Was sie leisten: Die Verwaltung bündelt Kompetenzen, schafft Standards, akquiriert Mittel und entlastet einzelne Projekte und Projektstandorte von administrativen Aufgaben. Sie schafft Strukturen, definiert Prozesse und verteilt Aufgaben optimal, um Qualität und Effizienz insbesondere in Wachstumsprozessen gewährleisten zu können. Sie tritt die Anliegen der einzelnen Mitglieder gebündelt nach außen und steuert die Kommunikation nach innen. Sie verschafft den Projekten und der Organisation Gehör bei Politik und Medien.

Beispiel: Bundesverband Seniorpartner in School e.V.

Seniorpartner in School helfen Schulen bei der Gewaltprävention. Engagierte der Generation 55+ werden zu Schulmediatoren ausgebildet, die Schülern bei der gewaltfreien Lösung von Konflikten in der Schule helfen. Das Konzept funktioniert, die Zahl der Seniorpartner und Partnerschulen wächst beständig. Mittlerweile gibt es elf Landesverbände. Um schlagkräftiger zu werden, wurde 2009 ein Dachverband gegründet, der sich seitdem um ein einheitliches Auftreten nach außen bemüht, ein Qualitätsmanagement eingeführt hat und Neugründungen von weiteren Landesverbänden vorantreibt. Das Beispiel des Bundesverbandes Seniorpartner in School zeigt, wie wichtig Dachverbände für eine qualitätsgesicherte Verbreitung guter Konzepte sein können.

Worauf man achten sollte: Die Vorstellung, in die Administration von Organisationen zu investieren, ist für die meisten Förderer ein rotes Tuch. Es erscheint auf den ersten Blick wenig reizvoll, in Personalkosten eines Fundraisers oder Controllers zu investieren. Zumal die Meinung weit verbreitet ist, dass gemeinnützige Projekte gar keine Strukturkosten verursachen sollten. Spätestens aber, wenn es um Wachstum, den Aufbau neuer Standorte, die Sicherung der Qualität oder den Nachweis der Wirkung geht, ist es eigentlich klar, dass ohne Strukturkosten nicht mehr viel läuft. Ein einfacher Vergleich mit Unternehmen hilft: Würde ein Unternehmen 100 Prozent seiner Ressourcen in die Herstellung des aktuellen Produkts stecken und keine Ressourcen in Forschung oder Management, würde es auf dem Markt nicht mehr allzu lange überleben.

PHINEO empfiehlt Förderern, ihre Scheu vor Investitionen in die Struktur von Organisationen abzulegen. Über langfristige Förderungen – auch im Bereich des Personals – werden die Grundlagen für Verstetigung, Wachstum und Qualitätssicherung gelegt. Investoren sollten aber darauf achten, wofür die Spende eingesetzt wird, und sich dies über Berichte oder Verwendungsnachweise auch belegen lassen. Gezielt eingesetzt kann eine Förderung hier eine massive Hebelwirkung erzeugen.

DIREKTINVESTITION 55+

Warum man sie braucht: Organisationen sind das Rückgrat wirkungsvoller Projekte. In einigen der mehr als 550.000 eingetragenen Vereine und über 18.000 Stiftungen bemüht man sich bereits heute um engagierte Ältere, damit sich diese in den Projekten mit ihrem Erfahrungswissen einsetzen. Ob für die

Generation 55+ gute Rahmenbedingungen geboten werden, wird zu einem zentralen Erfolgsfaktor.

Was sie leisten: In Organisationen, die gezielt Projekte mit 55+-Beteiligung anbieten, gibt es Verantwortliche für die Rekrutierung, Betreuung und Motivierung von Engagierten, die besonderen Bedürfnisse der Generation 55+ sind hier bekannt. Die Organisationen wissen, dass das Engagement der Älteren nur dann optimal genutzt werden kann, wenn deren Fertigkeiten gezielt angesprochen und ihre Wünsche berücksichtigt werden.

Worauf man achten sollte: Gute Projekte berücksichtigen bereits in der Konzeptphase den Aspekt, wie Ältere verantwortungsvoll eingebunden werden können. So wollen manche 55+-Engagierte – im Unterschied zu jüngeren Altersgruppen – bei ihrem Engagement andere Generationen kennen lernen oder den eigenen Erfahrungsschatz weitergeben. Die Einsatzplanung der Freiwilligen sollte flexibel erfolgen und auf die Wünsche der Älteren eingehen – z. B. im Falle eines gesundheitsbedingten Rücktritts oder einer Auszeit.

PHINEO empfiehlt allen Förderern zu prüfen, ob die Organisation sich um gute Rahmenbedingungen für ältere Engagierte bemüht. Ein Fragenkatalog zur Prüfung dieser Bedingungen ist auf der folgenden Seite abgedruckt.

Beispiel: Umweltbildungszentrum Licherode

Das Umweltbildungszentrum Licherode geht gezielt auf die Generation 55+ zu und berücksichtigt deren Wünsche. Das Zentrum bildet Seniortrainer aus, die ihr bereits vorhandenes Umwelt- und Naturwissen an Jüngere weitergeben wollen. Die 55+ler absolvieren einen 60-stündigen Lehrgang, in dem sie vor allem methodisch-didaktische Hilfestellungen für die Arbeit als Seniortrainer bekommen. Der Lehrgang schließt mit einem individuellen Praxisprojekt ab, das auch die Basis für das künftige Trainerprofil bildet. Außer für die Ausbildung ist das Umweltbildungszentrum zuständig für die passgenaue Vermittlung zwischen Schulen/Kitas und Seniorentrainern und sorgt für gute Rahmenbedingungen: Der Seniortrainer wird am Einsatzort durch eine Lehrkraft begleitet, es gibt langfristige und verbindliche Absprachen und eine versicherungsrechtliche Absicherung des Seniortrainers.

QUALITÄT DER 55+-EINBINDUNG

Wie kann man feststellen, ob eine gemeinnützige Organisation die Potentiale der Generation 55+ erkennt und gezielt einsetzt? Es fiel im Rahmen der PHINEO-Analyse auf, dass gemeinnützige Organisationen den besonderen Mehrwert, den die engagierten Älteren mit ihren Kenntnissen und Erfahrungen bieten, nur selten offensiv herausstellen. Dabei wäre dies eine hervorragende Möglichkeit, Anerkennung zu zeigen und weitere Ältere für ein Engagement zu gewinnen. Es wurde auch deutlich: Viele Organisationen setzen das Erfahrungswissen der Generation 55+ „ein bisschen gezielt ein“, andere haben schon eine hohe Qualität der 55+-Einbindung erreicht. Nur selten werden die Engagierten danach befragt, wie zufrieden sie mit ihrem Engagement sind und welche Verbesserungen sie sich wünschen. Dabei gilt letztlich: Nur zufriedene Engagierte können wirksame Projekte umsetzen. PHINEO rät Sozialen Investoren genau nachzufragen, wie die Organisation gezielt das Feedback ihrer Ehrenamtlichen einfordert. Mit Hilfe einiger Fragen kann man sich schnell ein Bild von der Qualität der Einbindung der Generation 55+ machen.

Praxistipp: Verbundförderung

Ab 2014 werden Fördermittel der EU verstärkt für das Thema „intergenerationelles Lernen“ vergeben. Soziale Investoren sollten darauf achten, dass ihre geförderten Projekte sich um entsprechende Mittel bewerben. Sie können so im Verbund mit öffentlichen Geldern einen besonderen Hebel in Bewegung setzen.

1

Bedarfseinschätzung, Planung

- Analysiert die Organisation, wie viele Engagierte sie für das Projekt braucht und welche Kompetenzen und Erfahrungen diese mitbringen sollen?
- Prüft die Organisation, inwieweit Mitglieder der Generation 55+ hilfreich wären?
- Setzt sich die Organisation mit der Frage auseinander, welche Hauptamt-Ehrenamt-Kombination die richtige ist und welche Chancen und potentiellen Konfliktfelder es gibt?
- Setzt sich die Organisation mit Engagementmöglichkeiten für Ältere, mit Mobilitätshemmnissen und körperlichen Beschränkungen auseinander?

2

Rekrutierung, Vorstellungsgespräche

- Wirbt die Organisation aktiv um ältere Engagierte in Gesprächen, Medien, Netzwerken etc.?
- Macht sie deutlich, was sie Älteren ganz konkret bieten kann?
- Gibt es ein Bewusstsein für die besonderen Bedürfnisse engagierter Älterer?
- Schafft die Organisation eine Anschlussfähigkeit des Engagements an das Arbeitsleben?
- Werden die Älteren nach ihren spezifischen Erwartungen und Ansprüchen befragt?

3

Orientierung, Einarbeitung, Weiterbildung

- Lernen Haupt- und Ehrenamtliche sich gegenseitig kennen und sprechen sie sich ab?
- Werden Hauptamtliche im Umgang mit Ehrenamtlichen geschult?
- Werden die ehrenamtlichen Mitarbeiter in das Gesamtteam der Organisation eingebunden (Teilnahme an Sitzungen, Betriebsausflüge etc.)?
- Stellt die Organisation sicher, dass die Kompetenzen, die die Ehrenamtlichen mitbringen, auch wirklich genutzt und an den richtigen Stellen eingesetzt werden?
- Gibt es klare Vereinbarungen über den zeitlichen Umfang des Engagements, die Dauer und die Verbindlichkeit?
- Werden im Rahmen der ehrenamtlichen Tätigkeit auch Weiterbildungsmaßnahmen angeboten, die dem Anspruch des lebenslangen Lernens der Älteren gerecht werden?

4

Unterstützung, Begleitung, Motivation

- Stehen den Engagierten feste Ansprechpartner für Fragen zur Verfügung?
- Wird darauf geachtet, dass die Engagierten nicht über- oder unterfordert sind?
- Gibt man älteren Menschen die Möglichkeit, souverän über ihre Zeit zu entscheiden und innerhalb klar definierter Entscheidungsräume in Eigenverantwortung zu arbeiten?
- Können die engagierten Älteren ihre Erfahrungen und Ideen einbringen, haben sie Einfluss?
- Wird Wertschätzung des 55+-Engagements im Alltag gelebt?

5

Evaluation

- Überprüft die Organisation regelmäßig die Anzahl aller Engagierten, ihre soziodemografischen Daten, Wünsche und Bedürfnisse?
- Gibt es eine Erfassung des geleisteten zeitlichen Engagementumfangs?
- Werden die konkreten Resultate des Engagements festgehalten und gegenüber den Engagierten und weiteren Zielgruppen kommuniziert?
- Befragt die Organisation die Engagierten nach ihrer Zufriedenheit und ihren Verbesserungswünschen?
- Hinterfragt die Organisation ihre Angebote für Engagierte und überlegt sie, was sie diesbezüglich verbessern kann?

DER WEG ZU WIRKUNGSVOLLEM ENGAGEMENT

Wer bei Engagement 55+ Wirkung erzielen möchte, sollte dort ansetzen, wo es sich besonders lohnt. Bei der Entscheidungsfindung, wie das Engagement der Generation 55+ ganz konkret gefördert werden kann hilft die folgende Übersicht:

Tipps zum strategischen Spenden
Gerade bei größeren Fördersummen rät PHINEO dazu, bei der Spendenentscheidung strategisch vorzugehen. Mit den „10 Tipps zum strategischen Spenden“ unterstützt PHINEO dabei, die richtigen Fragen zu stellen, um das philanthropische Engagement wirkungsvoll zu gestalten. Die Tipps finden Sie auf: www.phineo.org

INVESTIEREN IN

die Fortführung/Co-Finanzierung von **Modellprojekten der 55+-Engagementförderung** (z. B. Freiwilligendienste aller Generationen, Mehrgenerationenhäuser).

den **Übergang vom Erwerbsleben in die dritte Lebensphase**. Hier werden Organisationen gefördert, die Arbeitgebern konkrete Angebote für ihr Übergangsmanagement machen.

die **öffentliche Anerkennung des Engagements 55+** (z. B. Auszeichnungen, Preise).

Infrastruktureinrichtungen/Engagementvermittler vor Ort (z. B. Seniorenbüros, Freiwilligenagenturen).

Bildungseinrichtungen, die Ältere fit für ihr Engagement 55+ machen.

professionelle Strukturen gemeinnütziger Arbeit (z. B. Dachorganisationen, Management gemeinnütziger Organisationen, Fundraising).

gemeinnützige Organisationen, die 55+lern **gute Engagementmöglichkeiten** bieten.

Initiativen Älterer ohne Rechtsform.

LOHNT SICH, WEIL

die Projekte konzeptionell gut aufgestellt sind und es übergreifende Evaluationen gibt. Es bestehen bereits Strukturen und Kompetenzen.

hier Weichen in Richtung Engagement 55+ und wichtige Voraussetzungen für einen zufriedenen und gesunden Ruhestand gestellt werden.

Anerkennung ein Motivationsfaktor für Engagement 55+ ist und insbesondere auf lokaler Ebene Handlungsbedarf besteht.

Engagementpotentiale nicht gehoben werden können ohne Orientierung der Generation 55+.

auch Ältere noch lernen können, wie Arbeit im gemeinnützigen Bereich gut gemacht wird.

wirkungsvolle Projekte eine starke Organisation brauchen. Vor allem bei Wachstum und regionaler Ausweitung muss die Qualität gesichert werden.

hier 55+-Engagement direkt bei den Zielgruppen wirkt.

Initiativen für die Selbst- und Mitverantwortung der Bürger vor Ort stehen, die wissen, wo es konkrete Bedürfnisse auf lokaler und kommunaler Ebene gibt, und die Probleme selbst in die Hand nehmen.

SIND GEEIGNET FÜR

Soziale Investoren, die Bestehendes weiterführen wollen und für die es wichtig ist, dass Engagement 55+ dort wirkt, wo der Staat seine Grenzen sieht. Geeignet für Förderer, die ergänzend zum Staat oder auch den Staat entlastend wirken wollen. Hinweis: Langfristiges Engagement und in der Regel größere Beträge sind hier erforderlich.

Unternehmen, die Verantwortung für ihre älteren Arbeitnehmer übernehmen und positiv auf das regionale gesellschaftliche Umfeld wirken wollen.

Soziale Investoren, die der Meinung sind, dass jedem Handeln ein Bewusstseinswandel vorausgeht.

Soziale Investoren, die mit einer Investition zahlreiche 55+ler unterstützen und dafür sorgen wollen, dass kompetente Mittler den Überblick über Hilfebedarf und Engagementbedürfnisse behalten.

Soziale Investoren, die auf gut ausgebildete Akteure Wert legen und von ihnen Multiplikatoreffekte für das Engagement und eine hohe Professionalität erwarten.

Soziale Investoren, die mit Strukturfinanzierung die Basis für eine langfristige und professionelle Umsetzung von guten Ideen und deren Verstetigung legen wollen und die wissen, dass Personal- und Verwaltungskosten wichtige Funktionen einer Organisation finanzieren.

Soziale Investoren, die schon wissen, welchen gesellschaftlichen Zweck (z. B. Bildung, Soziales, Umwelt) sie unterstützen wollen und dabei auf das besondere Erfahrungswissen und die sozialen Kompetenzen der Generation 55+ setzen.

Soziale Investoren, denen Eigeninitiative wichtig ist und die der Ansicht sind, dass man Probleme pragmatisch und eigenverantwortlich angehen sollte. Hier können schon sehr kleine Spenden – wenn auch räumlich sehr begrenzt – viel bewegen.

LANDKARTE AUSGEZEICHNETER PROJEKTE

- 1 A. **Ausbildungspaten**

B. Freiwilligenzentrum Hannover e.V.

C. Hannover

D. Pate und Manager/Koordinator für den Übergang Schule – Beruf

E. Schüler an Haupt- und Realschulen (ab 9. Klasse)

F. Berufswahl und Jobeinstieg sind Herausforderungen für Hauptschüler. Die Ausbildungspaten geben Orientierung und unterstützen dabei, die ersten Schritte des Berufslebens zu gehen.
- 2 A. **Seniorpartner in School e.V.**

B. Bundesverband Seniorpartner in School e.V.

C. Berlin

D. Interessenvertreter/Kommunikator und Netzwerker eines Dachverbands

E. Eigene Landesverbände, Politik, Medien

F. Wenn Projekte Export-schlager werden, ist Mut zur Veränderung und Organisation von Schlagkraft gefragt. Der Bundesverband Seniorpartner in School skaliert ein 55+-Mentorenprojekt bundesweit.
- 3 A. **Vermittlung von Zeitzeugen**

B. Zeitzeugenbörse e.V.

C. Berlin

D. Trainer/Wissens-Weitergeber und Manager/Koordinator für politische Bildung

E. Bildungseinrichtungen, Forscher, Medien und Privatpersonen

F. Was passierte außer dem, was in den Geschichtsbüchern steht? Die Zeitzeugenbörse lässt die vergängliche Ressource der persönlichen Erinnerung in nachfolgenden Generationen weiterleben.

- 4 A. **Magdeburger Senioren und ausländische Studenten im Dialog**

B. Seniorenvertretung der Landeshauptstadt Magdeburg e.V.

C. Magdeburg

D. Pate und Manager/Koordinator für Bildung und Integration

E. Ausländische Studierende

F. Ausländische Studierende haben es in Deutschland nicht immer ganz leicht. Magdeburger Senioren unterstützen sie dabei, den Alltag zu bewältigen und die deutsche Sprache zu erlernen.
- 5 A. **Mobile Wohnberatung Südniedersachsen – Wohnen, wo ich hingehöre**

B. Freie Altenarbeit Göttingen e.V.

C. Göttingen

D. Berater und Manager/Koordinator für altersgerechtes Wohnen

E. Senioren

F. Auch im Alter möchte man noch da „wohnen, wo man hingehört“. Die mobile Wohnberatung Südniedersachsen macht altersgerechtes Wohnen in Stadt und Land möglich.
- 6 A. **Seniortrainer – Wieder von den Alten lernen**

B. Umweltbildungszentrum Licherode e.V.

C. Alheim-Licherode

D. Trainer/Wissens-Weitergeber und Manager/Koordinator für Umweltbildung

E. Kindergartenkinder und Schüler

F. Steinzeit-Schafe züchten, Bienenhotels bauen, Energiesklaven im Haushalt befreien – beim Umweltbildungszentrum Licherode werden Engagierte der Generation 55+ Umwelt-Seniortrainer für Kinder und Jugendliche.

- 7 A. **Ceno – Centrum zur nachberuflichen Orientierung**

B. Ceno & Die Paten e.V.

C. Köln

D. Manager/Koordinator für lokales 55+-Bürgerengagement

E. Senioren

F. Arbeit vorbei, Leben vorbei? Mitnichten! Dass Menschen ihre dritte Lebensphase gezielt für die Gesellschaft einsetzen können, ist die Mission von Ceno.
- 8 A. **JUSTAment**

B. Verein für Internationale Jugendarbeit Frankfurt am Main e.V.

C. Oberursel

D. Pate und Interessenvertreter/Kommunikator in der Berufsvorbereitung Jugendlicher

E. Schüler an Haupt- und Realschulen (ab 7. Klasse)

F. Ausbildungsreife, Berufseignung, Vermittelbarkeit – Der Verein Internationale Jugendarbeit macht mit SeniorPartnern im Projekt JUSTAment aus Schlagwörtern Chancen für Haupt- und Realschüler.
- 9 A. **Internetcafe „Von Senioren für Senioren“**

B. Internet „Von Senioren für Senioren“ e.V.

C. Würzburg

D. Trainer/Wissens-Weitergeber und Initiator für Senioren-Medienkompetenz

E. Senioren

F. 28 Prozent der Deutschen sind digitale Außenseiter, ein großer Anteil davon sind Senioren. Internet „Von Senioren für Senioren“ findet sich nicht damit ab, dass die Generation 55+ von Information und Kommunikation abgehängt wird.



- Legende
- A. Projektname
 - B. Organisationsname
 - C. Sitz der Organisation
 - D. Handlungsansatz*
 - E. Zielgruppe
 - F. Beschreibung

- 10 A. **ZeitSchenken**

B. nestwärme e.V.

C. Trier

D. Betreuer/Kümmerer und Manager/Koordinator für Familienpflege und Gesundheit

E. Familien mit beeinträchtigten oder kranken Kindern

F. Wo Kinder schwer krank sind, bleibt oft für nicht viel anderes Raum. nestwärme e.V. schenkt Eltern kranker Kinder Zeit für sich.
- 11 A. **Jobcoaching und Silberrücken**

B. myself e.V. zur gegenseitigen Förderung am Arbeitsmarkt

C. Stuttgart

D. Interessenvertreter/Kommunikator und Netzwerker für Arbeitsmarktintegration

E. Arbeitslose

F. Ab 50 zu alt für den Arbeitsmarkt? Bei myself knüpfen arbeitslose Silberrücken ein Netzwerk der anderen Art und bringen sich gegenseitig wieder ins Spiel des Arbeitslebens.

- 12 A. **Alten Service Zentrum/ Mehrgenerationenhaus**

B. Älter werden in Eching e.V.

C. Eching

D. Manager/Koordinator und Initiator für lokales Bürgerengagement und den sozialen Bereich sowie Gesundheit und Pflege

E. Echinger Bürger vom Baby bis zum Hochaltrigen

F. Wenn Alte und Junge keine Gemeinschaft mehr bilden, fällt Gesellschaft auseinander. Das Alten Service Zentrum Eching verbindet die Generationen zu einem großen Ganzen.
- 13 A. **Coaching für Jugendliche**

B. Nachbarschaftshilfe Taufkirchen e.V.

C. Taufkirchen

D. Pate und Manager/Koordinator für den Übergang Schule – Beruf

E. Hauptschüler (8. Klasse)

F. Wenn Hauptschüler den Berufseinstieg nicht schaffen, bleibt wertvolle Arbeitskraft ungenutzt. Die Coaches der Nachbarschaftshilfe Taufkirchen bringen Jugendliche in den Job.

* Engagement 55+ ist ein Feld gemeinnütziger Arbeit, das sich quer über alle Themenbereiche erstreckt. Daher wird in diesem Report der „Handlungsansatz“ primär im Sinne der Rolle verstanden, die Ältere in Projekten und Organisationen einnehmen, und nicht nur im Sinne des inhaltlichen Projektansatzes.

DIE PHINEO-METHODE: ANALYSE MIT HERZ UND VERSTAND

Die PHINEO-Analyse ist ein unabhängiges Analyseverfahren für gemeinnützige Aktivitäten. PHINEO analysiert gemeinnützige Organisationen hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit und des Wirkungspotentials ihrer Projekte. Die PHINEO-Analyse besteht aus einem vierstufigen Verfahren, das gemeinnützigen Organisationen aller Art und Größe offensteht. Am Ende der Analyse steht eine umfassende Einschätzung der Handlungsansätze, Chancen, Herausforderungen und Förderbedarfe der Organisationen, die übersichtlich in einem Porträt dargestellt werden. Die Teilnahme am Analyseverfahren ist für die gemeinnützigen Organisationen kostenfrei.



DIE NEUN KRITERIEN DER PHINEO-ANALYSE

Sechs organisationsbezogene und drei projektbezogene Kriterien bilden den Fahrplan für die Einschätzung der Leistungsfähigkeit einer gemeinnützigen Organisation und der Wirksamkeit ihrer Aktivitäten.

Die Einschätzung des Wirkungspotentials des Projekts erfolgt über folgende drei Kriterien:

- Ziele & Zielgruppen
- Konzept sowie Ansatz
- Qualitätsentwicklung

Die Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Organisation erfolgt über die folgenden sechs Kriterien:

- Vision & Strategie
- Leitungsgremium & Personalmanagement
- Aufsichtsgremien
- Finanzen & Controlling
- Finanzierungskonzept & Fundraising
- Öffentlichkeitsarbeit

IN VIER SCHRITTEN ZUR PHINEO-EMPFEHLUNG

Eine Empfehlung durch PHINEO setzt das erfolgreiche Durchlaufen aller vier Analysestufen voraus.

In einem ersten Schritt geben die Organisationen Auskunft über ihre Aktivitäten und Projekte sowie zu ihrer Gemeinnützigkeit. Passt diese Darstellung zum ausgeschriebenen Thema und erfüllt das Projekt die PHINEO-Anforderungen, senden sie in der nächsten Runde Informationsmaterialien – darunter die Satzung, Jahresberichte, Finanzinformationen und Berichte über ihre inhaltliche Arbeit – an PHINEO. Diese werden vom Analystenteam ausgewertet.

In der nächsten Stufe stehen Besuche bei den gemeinnützigen Organisationen an: Die Analysten verschaffen sich vor Ort ein Bild. Ist das Team von der Arbeit überzeugt, schlägt es die Organisation für die Empfehlungskommission vor. Die dort versammelten externen Experten entscheiden abschließend darüber, welche Organisationen und Projekte von PHINEO empfohlen werden.

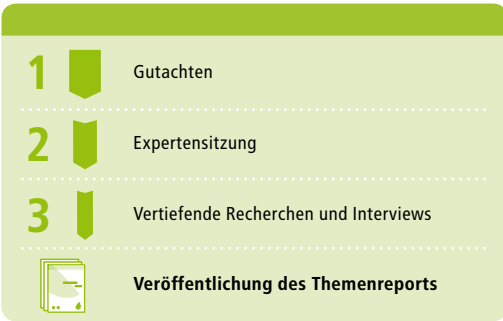
Das Verfahren zur Empfehlung von Organisationen und Projekten



THEMENREPORTS ALS AUSGANGSBASIS

Den inhaltlichen Rahmen für die PHINEO-Analyse bilden die Themenreports. Sie stellen den Stand der Forschung und erfolgreiche Handlungsansätze gemeinnützigen Engagements in verschiedenen Bereichen vor. Diese Kontextanalyse ist die Voraussetzung, gemeinnützige Arbeit in konkreten Bereichen angemessen einschätzen zu können. Denn für gemeinnützige Arbeit im Bereich Demenz gelten beispielsweise andere Rahmenbedingungen als in der Umweltbildung. Für die Erarbeitung des Themenreports arbeitet PHINEO immer mit Experten aus den jeweiligen Themenfeldern zusammen.

Das Verfahren zur Erstellung des Themenreports



Eine ausführliche Darstellung der Methode finden Sie in dem 52 Seiten umfassenden Handbuch „Engagement mit Wirkung“ auf: www.phineo.org

HERZLICHEN DANK!

Die PHINEO gAG bedankt sich bei allen Beteiligten, die an der Erarbeitung des Themenreports „Erfahrungssache – Engagement 55+ wirkt!“ mitgeholfen haben.

Für die Unterstützung, u.a. durch die Vermittlung von Kontakten zu Experten, die Hilfe bei der Erschließung des komplexen Themenfelds Engagement 55+ und die Verbreitung der Ausschreibung, bedanken wir uns besonders herzlich bei:

Loring Sittler und **Roland Krüger**: Generali Zukunftsfonds

Für ihr Gutachten im Vorfeld dieses Themenreports danken wir herzlich:

Prof. Dr. Dr. h. c. Ursula Lehr: Institut für Gerontologie, Universität Heidelberg

Ein ebenso herzlicher Dank gilt den Experten, die uns bei der thematischen Vorbereitung dieses Reports in einem ganztägigen Workshop unterstützt haben:

Prof. Dr. phil. Elisabeth Bubolz-Lutz: Forschungsinstitut Geragogik, Witten

Sybille Dizinger: Deutsches Rotes Kreuz, LV Baden-Württemberg e.V., Stuttgart

Stefanie Hensel: Bundesarbeitsgemeinschaft Seniorenbüros e.V., Bonn

Dr. Erika Neubauer: Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V., Bonn

Hans-Jörg Rothen: Bertelsmann Stiftung, Gütersloh

Prälat i.R. Rudolf Schmidt: Stiftung Pro-Alter, Köln

Für die Unterstützung bei der Analyse der gemeinnützigen Organisationen und ihrer Projekte auf deren inhaltliche Qualität bedanken wir uns bei:

Stefan Bischoff: ISAB-Institut, Institut für Sozialwissenschaftliche Analysen und Beratung, Köln

Für einen kritischen Blick auf die Inhalte und Formulierungen dieses Themenreports danken wir herzlich:

Prof. Dr. Andreas Kruse: Institut für Gerontologie, Universität Heidelberg

Ein großer Dank gilt auch den Mitgliedern der Empfehlungskommission:

Weert Diekmann: DekaBank Deutsche Girozentrale, Frankfurt am Main

Dr. Steen Ehler: Ferguson Family Office, Zürich, Schweiz

Dr. Stefan Fritz: HypoVereinsbank Private Banking, München

Prof. Dr. Bettina Hohn: Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Dr. Christian Meyn: Auridis GmbH, Neuss

Monika Sandrock: Balanced Solutions, München

Dr. Dirk Scheffler: e-fect dialog evaluation consulting eG i.G., Trier

Mirjam Schwink: Baden-Württembergische Bank, Stuttgart

Prof. Dr. Michael Vilain: Evangelische Fachhochschule Darmstadt

Dr. Heinrich Weninger: KATHREIN & CO. Privatgeschäftsbank Aktiengesellschaft, Wien, Österreich

Hans-Günter Zeger: Berliner Volksbank eG, Berlin

Dr. Peter Zeman: Deutsches Zentrum für Altersfragen, Berlin

Dr. Gertrud Zimmermann: ehemals BMFSFJ, Meckenheim

IMPRESSUM

1. Auflage, Juni 2011
© PHINEO, Berlin

Für inhaltliche Fragen zu diesem Themenreport stehen Ihnen gern zur Verfügung:
Jonathan Przybylski
jonathan.przybylski@phineo.org
Franz-Martin Schäfer
franz-martin.schaefer@phineo.org

Hauptverantwortung: Ina Epkenhans
Analyse: Franz-Martin Schäfer (verantwortlich), Jonathan Przybylski, Doreen Kubek, Dr. Andreas Schmidt
Redaktion: Jonathan Przybylski (verantwortlich), Sabine Arras, Ina Epkenhans, Doreen Kubek, Franz-Martin Schäfer
Gestaltung: Yvonne Dickopf, Berlin, www.dickopf.org
Druck: Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Bildnachweise
Titel: Wolfgang Thieme/ZB/Picture Alliance; Markus Lampe, Leinebrandung; Generali Zukunftsfonds/Birgit Betzelt
S. 1: Thomas Kunsch
S. 4–5: Dietmar Gust – Fotografie
S. 10–11: Cathrin Bach/VISUM
S. 20–21: Thomas Langreder/VISUM

Kontakt

PHINEO gAG
Anna-Louisa-Karsch-Str. 2
10178 Berlin
(0 30) 52 00 65 – 400
(0 30) 52 00 65 – 403
info@phineo.org
www.phineo.org

Für Fragen zu PHINEO steht Ihnen gern zur Verfügung:
Sabine Arras
sabine.arras@phineo.org

Diesem Themenreport liegen in der gedruckten Fassung Projektporträts der von PHINEO empfohlenen Organisationen und Projekte bei. Die Informationen zu den Organisationen basieren auf deren eigenen Angaben. Eine vollständige Überprüfung dieser Angaben ist trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrollen durch PHINEO nicht möglich. PHINEO übernimmt daher keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Informationen. Gleiches gilt für die zukünftige Entwicklung von Projekten und Organisationen. Finanzielle Investitionen erfolgen in jedem Fall auf eigenes Risiko. Eine rechtliche Verpflichtung von PHINEO aufgrund der Bereitstellung der Informationen besteht nicht. Ansprüche gegen PHINEO, die auf die Nutzung der veröffentlichten Inhalte und besonders die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen zurückgeführt werden, sind ausgeschlossen.

Schutzgebühr Druckausgabe:
EUR 19,90



klimaneutral

LITERATURVERZEICHNIS

Berlin Institut für Bevölkerung und Entwicklung (Hrsg.), Die demografische Lage der Nation. Was freiwilliges Engagement für die Regionen leistet, Berlin 2011

BMFSFJ (Hrsg.), Monitor Engagement. Wie und wofür engagieren sich ältere Menschen?, Berlin 2011

BMFSFJ (Hrsg.), Altern im Wandel. Zentrale Ergebnisse des Deutschen Alterssurveys (DEAS), Berlin 2010

BMFSFJ (Hrsg.), Sechster Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland – Altersbilder in der Gesellschaft, Berlin 2010

BMFSFJ (Hrsg.), Hauptbericht des Freiwilligensurveys 2009. Zivilgesellschaft, soziales Kapital und freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004 – 2009, München 2010

BMFSFJ (Hrsg.), Fünfter Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland. Potenziale des Alters in Wirtschaft und Gesellschaft. Der Beitrag älterer Menschen zum Zusammenhalt der Generationen, Berlin 2005

Braun/Bischoff, Bürgerschaftliches Engagement älterer Menschen: Motive und Aktivitäten. Engagementförderung in Kommunen – Paradigmenwechsel in der offenen Altenarbeit, Köln 1999

Colombo/Nozal/Mercier/Tjadens, Help Wanted? Providing and Paying for Long-Term Care, OECD Health Policy Studies, OECD Publishing, Paris 2011

Europäische Kommission, Eurostat, Eurostat Jahrbuch der Regionen, Europäische Union, Luxemburg 2010

Gensicke/Olk/Reim/Schmithals/Dienel (Hrsg.), Entwicklung der Zivilgesellschaft in Ostdeutschland. Quantitative und qualitative Befunde, Wiesbaden 2009

Kocka/Kohli/Streeck (Hrsg.), Altern: Familie, Zivilgesellschaft, Politik. Altern in Deutschland, Band 8, Halle 2009

Kocka/Staudinger (Hrsg.), Gewonnene Jahre, Empfehlungen der Akademiengruppe Altern in Deutschland. Altern in Deutschland, Band 9, Halle 2009

Kruse (Hrsg.), Potenziale im Altern. Chancen und Aufgaben für Individuum und Gesellschaft, Heidelberg 2010

Lehr, Bürgerschaftliches Engagement älterer Menschen – eine Herausforderung in unserer Zeit. Unveröffentlichtes Gutachten, Heidelberg 2010

Pohlmann, Alterspotenziale: Wirklichkeit, Wahrnehmung und Wahrscheinlichkeit, in: Kruse (Hrsg.), Potenziale im Altern, Heidelberg 2010, S. 75–97

Prognos/Generali, Engagementatlas 2009. Daten. Hintergründe. Volkswirtschaftlicher Nutzen, Berlin 2009

Schaefer (Hrsg.), Alter und Migration. Tagungsband der 15. Gerontopsychiatrischen Arbeitstagung des Geriatriischen Zentrums an der Universitätsklinik Tübingen, Frankfurt am Main 2009

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.), Demografischer Wandel in Deutschland, Bevölkerungs- und Haushaltsentwicklung im Bund und in den Ländern, Heft 1, Wiesbaden 2011

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Hrsg.), Demografischer Wandel in Deutschland, Auswirkungen auf Krankenhausbehandlungen und Pflegebedürftige im Bund und in den Ländern, Heft 2, Wiesbaden 2010

Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Statistisches Jahrbuch 2010. Für die Bundesrepublik Deutschland mit „Internationalen Übersichten“, Wiesbaden 2010

Wingerter, Später in den Ruhestand, STATmagazin des Statistischen Bundesamtes, 2010

Zeman, Voraussetzungen bürgerschaftlichen Engagements in der Kohorte der heute 50- bis 65-Jährigen. Zehn Thesen, Berlin 2010

PHINEO ist eine gemeinnützige Aktiengesellschaft. Ein breites Bündnis aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft hat PHINEO ins Leben gerufen, um den gemeinnützigen Sektor zu stärken. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt PHINEO bei Sozialen Investoren an. Das sind Stifter, Spender und sozial engagierte Unternehmen, die nicht nur Gutes tun, sondern auch Gutes bewirken wollen. PHINEO empfiehlt diesen Sozialen

Investoren auf Basis der mehrstufigen PHINEO-Analyse gemeinnützige Projekte, die besonderes Potential haben, die Gesellschaft nachhaltig zu gestalten. Mit Porträts dieser empfehlenswerten Organisationen, Reports zu ausgewählten Themenfeldern, Ratgebern zum „Wie“ des Gebens sowie individueller Beratung bietet PHINEO Sozialen Investoren eine Plattform für Orientierung: www.phineo.org

PHINEO IST EIN BÜNDNIS STARKER PARTNER

Hauptgesellschafter



DEUTSCHE BÖRSE
GROUP

| BertelsmannStiftung

Gesellschafter



Ideelle Gesellschafter



Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft



Strategische Partner

• CSI – Centrum für soziale
Investitionen und Innovationen

• Deutscher Spendenrat
• Stiftung Charité

Förderer

• avesco Financial Services
• Baden-Württembergische Bank
• Booz & Company

• Freshfields Bruckhaus Deringer
• MLP Finanzdienstleistungen AG