

Potenzial der Generation 60+ für Organisationen nutzen. Was kann, was will, was braucht diese Generation?

Der demografische Wandel unserer Gesellschaft wird schon seit Jahren diskutiert: Wir werden immer älter. Noch nie war eine Generation 60-Jähriger geistig und körperlich so fit - und hat im Normalfall noch gute 20 Jahre vor sich. Und es stellt sich für viele die Sinnfrage.

Zwei Drittel aller älteren Menschen wollen nach Margrith Stamm ihre Ressourcen weiter nutzen, indem sie weiterarbeiten, einen Neustart anstreben oder sich freiwillig engagieren. Leider werden sie aber oftmals – weil die Netzwerke aus dem Beruf fehlen – nicht mehr angefragt und sie wissen selbst nicht, wo sie sich engagieren können. Dabei gibt es die vielfältigsten Möglichkeiten die eigene Zukunft zu gestalten – sei das ein Hobby zu vertiefen, beruflich etwas Neues aufzubauen, sich zu engagieren oder die Zukunft des Quartieres der Gemeinde, eines Vereins mitzugestalten.

Die Generation 60+ möchten sich engagieren, Wirkung erzeugen, Mitverantwortung tragen, ihr Potenzial entfalten, selber neu denken und Ideen ausprobieren. Sich auf die faule Haut legen? Das kommt für viele heutige Menschen in der nachberuflichen Zeit nicht in Frage.

Und auf der anderen Seite braucht die Gesellschaft die 60+, denn sie steht vor grossen Herausforderungen in den verschiedensten Bereichen. Wie können Organisationen das enorme Potenzial an Fachwissen und Lebenserfahrung der 60+ nutzen, damit es zum Gewinn für alle wird?

Die Wünsche und Ansprüche der Generation 60+ decken sich mit jenen der «neuen Freiwilligen» der GDI Studie. Für die Gesellschaft und die Organisationen sind sie Herausforderung und Bereicherung zugleich.

Folgende Punkte sind zu berücksichtigen, damit ihr Einbezug gelingt.

Was kann die Generation der 60+?

Sie bringt ein enormes Potenzial an Wissen, Talent, Reife, Kompetenz, Lebenserfahrung, und ein Netzwerk an vielfältigen Beziehungen mit. Ebenso zeichnet sie sich aus durch Offenheit, Lernfähigkeit und Energie.

Was will sie?

Sie will sich mit eigenen Ideen einbringen.

Ältere Menschen engagieren sich nicht, um öffentliche Gelder zu sparen oder als Lückenfüller für öffentliche Dienste. Sie engagieren sich, wenn sie darin eine Perspektive zur Verbesserung der Lebensqualität für andere und sich selber sehen.

Zudem spielt laut Stefan Güntert die **Ganzheitlichkeit** eine grosse Rolle. Die Generation 60+ will weg von der Routinearbeit hin zu anspruchsvollen Aufgaben. Sie wollen

Projekte vom Anfang bis ans Ende begleiten und fordern ein **Mitspracherecht**. Sie wollen ernst genommen werden. Die Aufgabe soll von Bedeutung sein und Rückmeldungen auslösen bzw. Wirkung erzeugen. Zudem definiert sich diese Generation über das Berufsfeld, aus dem sie kommt und über die Kompetenzen, die sie sich in dessen Verlauf angeeignet hat.

Was braucht sie?

Der Einbezug der neuen Freiwilligen stellt neue Herausforderungen an die Organisationen und für die Freiwilligenkoordinatoren und -koordinatorinnen. Dank ihren vielfältigen Ressourcen und Fähigkeiten bringt die zukünftige Generation 60+ der Jahrgänge 1955 bis 1964 auch neuen Wind und Mehrwert. Klar ist, die Arbeit mit Freiwilligen wird weiterhin eine anspruchsvolle Führungsaufgabe bleiben, die gut durchdacht und mit den entsprechenden zeitlichen und finanziellen Ressourcen gerüstet sein muss.

Was bringt die Generation 60+ der Einsatzorganisation?

Diese Generation bringt eine Vielfalt an Erfahrungen, Wissen, Grosszügigkeit, Talent und kritischem Geist. Sie bringen neue Blickwinkel, Reife, Gelassenheit und Kompetenz und ihr Netzwerk mit. Es können neue Angebote und mehr Lebensqualität für Nutznießende entstehen. Und sie verändern ihre Organisation.

Umgang mit Freiwilligen 60+

Wie gehen Organisationen mit den «neuen Freiwilligen» um, für die Selbstbestimmung und Mitwirkung wichtig sind? Sie verändern die Organisation, wenn man sie lässt. Welchen Einfluss dürfen sie haben? Es ist sinnvoll und nötig, dass sich Organisationen im Vorfeld Gedanken dazu machen, welche Anpassungen es beispielsweise im Konzept braucht, wer involviert werden muss, welchen Stellenwert Freiwillige haben und zukünftig haben sollen.

Checkliste: Voraussetzungen zur Entfaltung des Potenzial der 60+

Bereich	Erfüllt	Nicht erfüllt	Handlungsbedarf	Verantwortlich
Der Stellenwert der «neue Freiwilligen» innerhalb der Organisation ist geklärt.				
Die Geschäftsleitung unterstützt den Einbezug der «neuen Freiwilligen» und fördert diesen.				
Die Mitarbeitenden tragen die neue Philosophie mit.				
Die Förderung des Engagements «neuer Freiwilliger» ist im Leitbild/Konzept festgehalten.				
Die verschiedenen Anspruchsgruppen sind sich einig, welche neuen Angebote/Aufgaben/Projekte möglich sind und zur Unternehmensphilosophie passen.				
Der Rahmen für Projekte von Freiwilligen und ihre Kompetenzen sind kommuniziert.				
Der Einfluss der «neuen Freiwilligen» auf die Aufgaben/Kompetenzen der Freiwilligen-KoordinatorInnen ist analysiert und Auswirkungen entsprechend berücksichtigt.				
Die Abgrenzung zur bezahlten Arbeit ist geklärt.				
Dem Neben- und Miteinander der verschiedenen Freiwilligen «traditionell» und «neu» wird Rechnung getragen.				
Die Tonalität der Ansprache und Werbekanäle für die «neuen Freiwilligen» sind angepasst.				
Die Kultur des Scheiterns ist kommuniziert.				

Weiterführende Literatur und Quellennachweis:

- **benevol Forum Aargau und Solothurn: benevol Forum 2016 mit Stefan Güntert.** 60+ Wir sind die Neuen! Was können, was wollen, was brauchen wir?
- **Bühlmann Beat** (Hrsg., 2010): Die andere Karriere. Gesellschaftliches Engagement in der zweiten Lebenshälfte am Beispiel von Innovage, Luzern: Interact/Hochschule Luzern.
- **GDI Studie**, Jakuc Samochowiec et al. (2018): Partizipation. Die neuen Freiwilligen. Die Zukunft zivilgesellschaftlicher Partizipation, GDI Rüslikon.
- **Margrit Stamm(2015)**: Potenziale im Alter(n). Unausgeschöpfte Talent- und Expertisereserven. Bern: Forschungsinstitut Swiss Education Dossier 15/1.
- **T. Wehner/S. Güntert (Hrsg., 2015)**: Güntert Psychologie der Freiwilligenarbeit, Springer Verlag.

Dezember 2018/iwg