



Die neue Generation der „Alten“

Innovative Denkansätze im Face-to-Face-Fundraising

Face-to-Face-Fundraiser sind meist junge Menschen. Die größte Zielgruppe aller Spender findet sich allerdings bei älteren Generationen. Darin liegt quasi ein Widerspruch, der das Potenzial dieser Art des Spendenwerbens begrenzt.

Von ANJA KNÄPPER

Face-to-Face-Fundraising hat ein junges Gesicht. Studierende und junge Menschen, die in der Fördererwerbung eine Übergangslösung etwa zwischen Schule und Ausbildung gefunden haben, finden sich zusammen im Feld des Direktdialogs, sie werben um Mitgliedschaften oder Spender. Sie stehen an öffentlichen Plätzen und sprechen in der Erwartung, Interesse zu wecken, Passanten an. Die meisten Agenturen setzen auf die Jugendlichkeit ihrer Beschäftigten, sie rekrutieren ihre Mitarbeiter durch Stellenangebote, in denen durchgehend geduzt wird: „Wenn Du Lust hast, Dich für die gute Sache zu engagieren...“.

Unter einem bestimmten Aspekt erscheint dieses System widersinnig. Die Wissenschaft hat hierfür einen Namen: inter-

generationelle Kommunikationshürde. Mit einem Durchschnittsalter von 45 Jahren hat Deutschland die älteste Bevölkerung aller 28 EU-Staaten. Damit sind die von den jungen Fundraisern angesprochenen Bürger durchschnittlich eine Generation älter als diese selbst. Zusätzlich hängen Spendenverhalten und Spendenhöhe von soziodemografischen Faktoren ab. Die sogenannten Best Ager (Altersgruppe 50+) stellen mit 56 Prozent die Mehrheit aller Spender; knapp jeder dritte Spender ist 65 Jahre oder älter. Auch die Neuspender haben die Jugend längst verlassen: Mehr als zwei Drittel sind älter als 40 Jahre (Quelle: Bilanz des Helfens, GfK und Deutscher Spendenrat e.V., 2013). Begründet wird die Zunahme der Spendenbereitschaft im höheren Alter mit der gesicherten wirtschaftlichen Situation und in den Veränderungen der Bedürfnis- und Wertestrukturen. Hier stellt sich die Frage: Können die teils noch jugendlichen Fundraiser diese Bevölkerungsgruppe optimal ansprechen?

Caja Thimm stellt in ihrer „Analyse von Gesprächsstrategien in intergenerationaler Kommunikation“ (Verlag für

Gesprächsführung) die grundlegenden Probleme der Verständigung unter den unterschiedlichen Altersgruppen dar. Neben den akustischen (verminderte Hörfähigkeit mit zunehmendem Alter) und semantischen Faktoren des Verstehens (unterschiedlicher Wortschatz), bildeten auch gesellschaftliche Einstellungen und Erwartungen Probleme der Kommunikation.

KOMMUNIKATIONSHÜRDE ALTERSUNTERSCHIED

Das persönliche Selbstbild und das gesellschaftlich bestimmte Fremdbild vom Altsein beziehungsweise Jungsein sind Hürden der Verständigung, ebenso eine unterschiedliche Auffassung von Höflichkeit. Das Fazit: Ältere Menschen sprechen anders als jüngere. Ihre Sprachgeschwindigkeit variiert ebenso wie ihr Wortschatz, ihre Art des Formulierens und ihr Gesprächsverhalten.

Sind diese Ergebnisse übertragbar auf das Face-to-Face-Fundraising? Die Eindrücke eines Versuchs der service94 GmbH in Burgwedel bei Hannover sind vielversprechend. Ein Team von Mitarbeitern, die

die 50 erreicht oder überschritten haben und Fördererwerbung für einen namhaften Verein mit humanitärer Ausrichtung machen, bestätigen die Erkenntnisse.

GENERATIONENWECHSEL?

Diplom-Ingenieur Joachim Hoff (50) ist seit drei Jahren Teil des Teams. Der Rheinländer arbeitet mit hohem Engagement und großer Motivation für den humanitären Verein. Die anfänglichen Rückenschmerzen durch das lange Stehen sind inzwischen verschwunden, Radfahren und „stramme Spaziergänge“ halten ihn nach eigenen Angaben fit. Seine ruhige und besonnene Art und die Verständlichkeit seiner Erklärungen kommen bei den Angesprochenen gut an. „Ein Unterschied in der Gesprächsführung liegt meines Erachtens darin, dass wir Älteren sachlicher informieren und besonderen Wert

auf Verständlichkeit legen. Die Jüngeren sind emotionaler.“

Elke Wagner von fair dialog ist seit 1995 Trainerin im Direktdialog, ihre Einschätzung: „Die älteren Dialoger lassen sich auch in den Trainings weniger ablenken, etwa durch ihr Handy oder Facebook. Sie sind konzentrierter, stärker bei der Sache. Außerdem ist gerade im humanitären Bereich die Lebenserfahrung ein wichtiger Aspekt, zum Beispiel, wenn es um den pflegerischen Sektor geht. Hier sind ältere Menschen authentischer. In der Praxis beobachte ich, dass ihnen mehr Respekt und Achtung gezollt wird.“ Hinzu kommt, dass Mitarbeiter, die über eine längere Zeit auf der Suche nach einem Job oder einer neuen beruflichen Herausforderung waren, über ein besonderes Verantwortungsbewusstsein für ihre Tätigkeit verfügen. Wie so oft ist es wohl die gesunde Mischung, die Erfolg verspricht. Denn die Älteren können

durchaus von den Jüngeren lernen, von ihrer Spontaneität, ihrer Leichtigkeit und Flexibilität. Und die Älteren werden in ihrer Vorbildfunktion gestärkt und übernehmen Verantwortung. ■

Anja Knäpper studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Ruhr-Uni Bochum. Sie arbeitete in den Nachrichtenredaktionen vom WDR Fernsehen und SAT1 und als PR-Referentin in der Pressestelle von Weight Watchers Deutschland. Seit zwei Jahren betreut sie die Pressestelle der service94 GmbH in Burgwedel. www.service94.org



GRÜN VEWA6 KANN SEPA.

Marktführende Fundraising-Software fit für Europa.



**Beratungs-Hotline
0241 18 900**



Lernen Sie die neue Version der marktführenden Fundraising-Software kennen – und lassen Sie sich begeistern! Wir beraten Sie gerne.

Augustastraße 78 · D · 52070 Aachen
Tel. + 49 (0)241 18 900 · www.gruen.net

- 
 Webseite
- 
 Community
- 
 Verwaltung
- 
 Backoffice