



Akquisos Nr. 4/2020

Im Fokus: Generation Babyboomer - Von der 68er-Revolte ins Spendenalter

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser,

„Unsere Generation hat eine der glücklichsten Phasen in der Geschichte unseres Landes erlebt. Wir haben von der wachsenden Wirtschaft der Nachkriegsphase und dem Wohlstand des Wiederaufbaus profitiert. ... Dadurch können die meisten von uns jetzt in ihrem letzten Lebensabschnitt ein materiell abgesichertes Leben führen.“¹ – so resümieren zwei Mitglieder der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Bremen und „Alt-68er“. Zugleich rufen sie ihre Altersgenossinnen und -genossen zum Spenden für Bildungseinrichtungen und -projekte auf.

Diese Akquisos-Ausgabe beschäftigt sich mit der Generation der zwischen 1945 und 1965 Geborenen, die häufig Babyboomer genannt werden. Sie sind jene, die in den 1960er- und 1970er-Jahren als Studierende demonstrierten und politisch diskutierten - und sie werden als Zielgruppe für Fundraising-Maßnahmen immer wichtiger, denn die bislang verlässlichste Spendergeneration der vor 1945 Geborenen nimmt beständig ab. Wir werfen daher einen Blick auf die Werte und Bedürfnisse der Babyboomer und wie sich das auf die Ansprache im Fundraising auswirken sollte.

Außerdem haben wir exemplarisch bei drei politisch engagierten Menschen dieser Generation nachgefragt. Es zeigt sich, dass ihr Interesse an politischen Themen nicht nachgelassen hat. Die Formen ihres heutigen Engagements sind jedoch vielfältiger geworden.

Wir wünschen Ihnen eine schöne Advents- und Weihnachtszeit, halten Sie weiterhin Abstand und bleiben Sie gesund!

Ihr Daniel Kraft und das gesamte Akquisos-Team
fundraising@bpb.de

Inhaltsverzeichnis

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine	2
Terminübersicht.....	3
2. Im Fokus: Generation Babyboomer	5
3. Was bewegt die Generation `68 und Babyboomer? Kurz-Interviews zum Engagement früher und heute	7
4. Tipps für die Ansprache von Babyboomern	10

¹ www.gew-hb.de/aktuelles/detailseite/neuigkeiten/alt-solidarisch-mit-jung/



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

1. Aktuelles: Nachrichten und Termine

Wettbewerb: „Die Gelbe Hand“ – Aktiv gegen Rechtsextremismus und Rassismus in der Arbeitswelt

Der Wettbewerb „Die Gelbe Hand“ des Vereins „Mach meinen Kumpel nicht an!“ sucht Beiträge gegen Ausgrenzung und für Gleichberechtigung in der Arbeitswelt. Alle Schülerinnen und Schüler von Berufsschulen, Beschäftigte aus Betrieben und Verwaltungen und Mitglieder von Gewerkschaften sind aufgerufen, kreative Beiträge in digitaler Form (zum Beispiel Videos, Audio- oder Bilddateien) einzusenden.

Einreichfrist: 15. Januar 2021

Mehr Informationen: www.gelbehand.de/setz-ein-zeichen/wettbewerb-aktuell/

Förderung: Deutsche Postcode Lotterie

Die Deutsche Postcode Lotterie fördert Projekte und gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Chancengleichheit, Natur- und Umweltschutz sowie sozialer Zusammenhalt in ganz Deutschland. Der Fokus liegt dabei auf Klimaschutz, Erhalt der Artenvielfalt, Bildung, Unterstützung von Kindern aus sozial schwachen Familien, Wege aus der Altersarmut sowie Hilfen für geflüchtete Menschen. Die Stiftung fördert einzelne Projekte ab 2021 mit bis zu 500.000 Euro.

Einreichfrist für Interessenbekundungen:

29.01.2021 (Projekte bis 30.000 Euro) oder 26.02.2021 (Projekte bis 100.000 oder 500.000 Euro)

Weitere Informationen: www.postcode-lotterie.de/projekte/interessensbekundung

Starthilfe-Förderung durch die Stiftung Mitarbeit

Die Stiftung Mitarbeit unterstützt mit ihrer „Starthilfe“ neue Initiativen, junge Vereine und kleine lokale Organisationen in ihrer Anfangsphase. Wesentlich ist dabei, dass die förderfähigen Aktionen beispielhaft aufzeigen, wie Zusammenschlüsse freiwillig engagierter Menschen das gesellschaftliche Leben mitbestimmen und mitgestalten können. Gefördert werden Vorhaben in den Bereichen Soziales, Politik und Bildung, die auf freiwilligem und ideellem Engagement beruhen und die über geringe eigene finanzielle und personelle Ressourcen verfügen.

Nächste Antragsfristen: 22. Februar und 31. Mai 2021

Weitere Informationen: www.mitarbeit.de/foerderung_projekte/starthilfefoerderung/foerderrichtlinien

Förderung: Albrecht Landecker Stiftung

Die Albrecht Landecker Stiftung fördert Projekte zur Stärkung der Demokratie, des gesellschaftlichen Zusammenhalts und der Meinungsfreiheit, gegen Rechtsextremismus und Antisemitismus. Sie möchte nach eigener Aussage „zu einer Zukunft beitragen, in der Bürgerinnen und Bürger die Chance haben sich einzubringen und über den Raum und das Wissen verfügen, zu widersprechen.“ Die Stiftung unterstützt besonders innovative und ungewöhnliche Projekte.

Weitere Informationen: www.alfredlandecker.org



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Förderung: Bildungslotterie „freiheit+“

Die neue Soziallotterie fördert nationale und internationale Bildungsvorhaben von freien gemeinnützigen Organisationen, von kommunalen und von staatlichen Trägern. Bildung wird dabei ganzheitlich und im weitesten Sinne als facettenreicher Überbegriff für Persönlichkeitsbildung, Ausbildung und lebenslanges Lernen verstanden. Initiatoren sind der Stifterverband, die SOS-Kinderdörfer weltweit und die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung. Anträge können ganzjährig über ein Online-Portal eingereicht werden.

Weitere Informationen: www.bildungslotterie.de

Report Bürgerstiftungen: Engagement in der Corona-Krise 2020

Der Report gibt einen Einblick in die Aktivitäten der bundesweit 415 Bürgerstiftungen während der Corona-Krise. Demnach haben etwa 80% der Bürgerstiftungen auf die neue Situation ausgerichtete, spezielle Corona-Hilfsangebote bereitgestellt. Sie haben zum Beispiel gemeinnützige Einrichtungen unterstützt, Einkaufsdienste in der Nachbarschaft koordiniert, Schutzmasken genäht oder Konzerte für isolierte Bewohnerinnen und Bewohner von Pflegeeinrichtungen organisiert.

Weitere Informationen: www.aktive-buergerschaft.de/buergerstiftungen/buergerstiftungen-in-zahlen/

Terminübersicht

Digitale Workshop-Reihe: Analog goes digital - Digitale Veranstaltungen planen und moderieren

Termin: 14.+21.+28.01.2021, je 18-19.30 Uhr

Veranstalter: Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland (fjs e.V.)

Teilnahmebeitrag: ab 200 Euro

Weitere Informationen: https://ehrenamt.de/1605_Analog_goes_digital.htm

Kurs: Engagement finanzieren: Fördermittel für gemeinnützige Vereine

Termin: 08.02.2020, 17-20 Uhr

Veranstalter: vhs – die Berliner Volkshochschulen

Teilnahmebeitrag: kostenlos

Weitere Informationen:

www.vhsit.berlin.de/VHSKURSE/BusinessPages/CourseDetail.aspx?id=588596

Hinweis: Die Berliner Volkshochschulen bieten Seminare zu unterschiedlichen Fundraising-themen an diversen Standorten an.

www.vhsit.berlin.de/VHSKURSE/BusinessPages/CourseSearch.aspx (Suchwort: Fundraising)



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Seminar: Mut zur Akquise - Spendengespräche wirkungsvoll und ertragreich führen

Termin: 11.02.2021, 9.30-17 Uhr, München

Veranstalter: IBPro e.V.

Teilnahmebeitrag: 160 Euro

Weitere Informationen: www.ibpro.de/seminare/kurssuche/kurs/Mut%20zur%20Akquise%20-%20Spendengespraech%20wirkungsvoll%20und%20ertragreich%20fuehren/nr/210004/bereich/details/

Hinweis: IBPRO e.V. bietet Seminare zu unterschiedlichen Fundraisingthemen an.

Eine vollständige Liste finden Sie unter:

www.ibpro.de/seminare/bereich/kategorien/kategorie/FundraisingOeffentlichkeitsarbeit/kat/8/vaterid/0/

Veranstaltung: 16. Norddeutscher Fundraisingtag

Termin: 22.-23.02.2021, Hamburg

Veranstalter: Agentur KOSO, Fundraising Akademie

Teilnahmebeitrag: *bei Redaktionsschluss noch nicht bekannt*

Weitere Informationen: <https://fundraising-nord.de/norddeutscher-fundraisingtag/>

Online-Seminar: Digitale Werkzeuge erleichtern die Vereinsarbeit!?

Termin: 01.03.2021, 11-17 Uhr

Veranstalter: Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland (fjs e.V.)

Teilnahmebeitrag: ab 175 Euro

Weitere Informationen:

https://ehrenamt.de/1617_Digitale_Werkzeuge_erleichtern_die_Vereinsarbeit.htm

Seminar: Erfolgreich Sponsoren und Spender gewinnen und binden

Termin: 01.-02.03.2021, 9.30-17 Uhr, Berlin

Veranstalter: Kommunales Bildungswerk e. V

Teilnahmebeitrag: 370 Euro

Weitere Informationen: www.kbw.de/seminar/non-profit-spender-sponsoren-finden-gewinnen_NPO012

Veranstaltung: 18. Mitteldeutscher Fundraisingtag (Online)

Termin: 22.-23.03.2021

Veranstalter: FundraisingForum e.V.

Teilnahmebeitrag: ab 85 Euro



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Weitere Informationen: www.fundraisingforum.de/mitteldeutscher-fundraisingtag/

2. Im Fokus: Generation Babyboomer

In den 1960er- und 1970er-Jahren diskutierten sie in den Hörsälen und gingen auf die Straße, um gegen starre Strukturen, für eine Demokratisierung der Gesellschaft und die Aufarbeitung des Nationalsozialismus sowie gegen kapitalistische Ausbeutung zu kämpfen: Studentinnen und Studenten der sogenannten 68er-Bewegung². Heute sind sie zwischen 55 und 75 Jahren, somit im „besten Spendenalter“, und wohl auch weitgehend im Kapitalismus angekommen.

Was ist aus den hochpolitisierten jungen Erwachsenen geworden? Setzen sie sich nach wie vor für politische Ziele ein? Schlägt sich das auch in Spendeneingängen bei zivilgesellschaftlichen Organisationen oder Akteuren der politischen Bildung nieder? In exemplarischen Gesprächen mit engagierten Menschen dieser Generation zeigt sich, dass ihr grundlegendes Interesse an politischen Themen nicht nachgelassen hat. Die Formen des heutigen Engagements sind aber vielfältiger geworden. (s. [3. Was bewegt die Generation `68 und Babyboomer?](#) Kurz-Interviews zum Engagement früher und heute in dieser Ausgabe)

Dezidierte Studien zum Spendenverhalten der „Alt-68er“ sind Mangelware. Um sich der Frage zu nähern, welche Auswirkungen sie auf das Fundraising für politische Bildung haben (können), müssen wir uns die gesamte Generation der Nachkriegsgeborenen anschauen. Davon bilden die 68er-Studentinnen und -Studenten zwar nur einen Ausschnitt, aber dennoch teilen sie viele Sozialisationsfaktoren mit den anderen ihrer Alterskohorte.

Babyboom als Beschreibung einer Generation

Für die Nachkriegsgeborenen hat sich in vielen Ländern der Begriff „Babyboomer“ eingebürgert, der sich auf den vielfach zu beobachtenden Anstieg der Geburtenrate nach dem Zweiten Weltkrieg bezieht.³ Entscheidend für die Beschreibung einer Generation sind die prägenden Jahre der späten Kindheit und der Jugend. Die aktiven 68er sind demnach Frühgeborene der Generation und heute im Rentenalter angekommen, während die Letztgeborenen den Höhepunkt der Studentenrevolte kaum bewusst miterlebten und heute am Ende ihrer Berufslaufbahn stehen. Und dennoch unterscheidet sich die Gesamtkohorte von den ihnen voraus- und nachfolgenden Generationen.

Babyboomer werden wichtige Spendergeneration

Für das Fundraising sind die Babyboomer besonders interessant, weil die bisher spendenfreudigste (Vor)Kriegsgeneration der „Wiederaufbauer“ (oder auch Traditionalisten genannt) altersbedingt ständig abnimmt. Zahlenmäßig hat die Generation Babyboomer die

² s. auch bpb Dossier unter www.bpb.de/geschichte/deutsche-geschichte/68er-bewegung/

³ In Deutschland setzte ein echter Geburtenboom erst mit Verzögerung Mitte der 1950er- Jahre ein und dauerte bis Mitte der 1960er an. Daher wird die Generation in Deutschland zum Teil in „Wirtschaftswunderkinder“ und „echte“ Babyboomer unterteilt. Entsprechend finden sich unterschiedliche Definitionen des Startjahrgangs. Wir verwenden hier den Begriff Babyboomer für alle zwischen 1945 und 1965 Geborenen.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Wiederaufbauer schon überholt. Auffällig ist jedoch, dass der Anteil der spendenden Personen innerhalb der Generationen deutlich abweicht. Im Jahr 2017 spendete bei den Wiederaufbauern rund jede/-r Zweite, bei den Babyboomern nur rund jede/-r Dritte.⁴ Wie ist das zu erklären?

Ein Teil der Antwort liegt in der Art und Weise, wie viele Organisationen Fundraising betreiben. Das Spendensammeln hat sich in den letzten drei Jahrzehnten stark professionalisiert. In dieser Zeit waren die Wiederaufbauer die vorherrschende Spendergeneration. Daher haben sich sämtliche Fundraisingmaßnahmen an deren Bedürfnissen orientiert. Die Wünsche und Einstellungen der Nachkriegsgeborenen unterscheiden sich davon zum Teil aber erheblich, sodass viele der gelernten Fundraisingweisheiten bei ihnen nicht mehr zwingend zum Erfolg führen.

Wertewandel und geänderte Bedürfnisse

Eine Begründung dafür liefert der Wertewandel, der sich zwischen diesen beiden Generationen vollzogen hat und seit den 1970er-Jahren beschrieben wird. Er zeigt einen Wandel von materialistischen hin zu postmaterialistischen Werten auf.⁵ Damit einher geht die Verschiebung von Pflicht- zu Selbstentfaltungswerten. Während die Wiederaufbauergeneration von Disziplin, Gehorsamkeit, Pflichterfüllung und Opferbereitschaft geprägt ist, werden in den Folgegenerationen Individualismus, Selbstentfaltung, Autonomie und Hedonismus immer wichtiger. Für Babyboomer lautet die entscheidende Frage bei allem: Was hat es mit mir (und meiner Persönlichkeit) zu tun? Und: Was bringt es nicht nur den anderen, sondern auch mir?

Die Babyboomer sind keineswegs als egoistischer oder unsolidarischer einzustufen. Aber sie sind selektiver in ihrer Unterstützung anderer. Nur was relevant ist, wird beachtet und berücksichtigt. Was das ist, entscheiden sie selbst. Sie lassen sich nicht (mehr) von anderen sagen, was sie tun sollen. Ältere Spenderinnen und Spender erkennen dagegen nach wie vor Autoritäten und Institutionen (z.B. Kirchen, NGOs) als für sie handlungsleitend an, so wie es von ihnen seit Kindheit an erwartet wurde. Babyboomer genießen – spätestens mit Eintritt ins Rentenalter – das Leben und zeigen sich als stets aktiv und unterwegs. Ein Ehrenamt übernehmen sie gerne – wenn es Spaß macht, den Alltag bereichert und als sinnstiftend empfunden wird.

Fundraisingmaßnahmen anpassen

Ein Fundraising, das auf immer wiederkehrende Beschreibungen von Notlagen und Hilfsersuchen mit verbundenen Spendenbitten setzt, geht an vielen Babyboomern vorbei. Erstens, weil sie stärker an Lösungen interessiert sind als an Problemen. Zweitens, weil sie mehr in die Prozesse miteinbezogen werden möchten, und sei es auch nur kommunikativ. Sie möchten das Gefühl bekommen, dass sie Teil des Ganzen sind, nicht bloße Geldgeber/-in. Sie möchten nachvollziehen können, was sie – ganz konkret – mit ihrer Spende bewirken. Ein uneingeschränktes (Vorschuss-)Vertrauen besitzen sie nicht. Sie hinterfragen mehr und nehmen nichts als gegeben hin.

⁴ Quelle: GfK Charity*Scope zitiert nach Fundraiser Magazin (Ausgabe 1/2019) „Die gleichen Uhren, die anders ticken?“. Die GfK weist Babyboomer den Jahrgängen 1952-1966 zu, Wiederaufbauer 1951 und früher.

⁵ Ronald Inglehart: *Modernisierung und Postmodernisierung: Kultureller, wirtschaftlicher und politischer Wandel in 43 Gesellschaften*. Campus-Verlag, Frankfurt/Main [u. a.] 1997



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Organisationen, die die Bedürfnisse ihrer Spenderinnen und Spender ignorieren und sich zu sehr auf die eigenen Ziele konzentrieren, werden von den Babyboomern abgestraft. Denn auch sie können ignorieren: Und zwar Spendenaufrufe, die zu „durchschaubar“ aufbereitet sind. Schließlich sind sie mit Werbung groß geworden und wissen, dass man dieser nicht bedingungslos folgen muss. Da wandert so Manches ungeöffnet in den Papierkorb oder die eigene Adresse auf die Robinson-Liste⁶.

Für Träger der politischen Bildung und zivilgesellschaftliche Organisationen bedeutet das, sich mehr mit ihren (potenziellen) Spenderinnen und Spendern auseinander zu setzen. Denn das Potenzial ist größer als es die nackten Zahlen manchmal glauben lassen. Diese Generation ist nicht nur sehr wohlhabend (höhere Bildung brachte ihnen höheres Einkommen ein, zugleich erb(t)en sie das Vermögen ihre sparsamen Eltern), sie ist durchaus auch solidarisch und viele von ihnen sind aufgrund ihrer persönlichen Geschichte hoch demokratisch eingestellt und politisch interessiert. Allein: Die Ansprache muss sich an ihnen orientieren, damit sie bereit sind zu spenden – und es gerne tun. Und wer nicht nachlässt, sie wertzuschätzen, könnte sich wundern, wie treu sie sein können.

Lesetipps „Wie spenden Babyboomer?“:

Dr. Michael Urselmann und Dr. Roland Demmel „Herausforderung Generationenwechsel“ In: Stiftung & Sponsoring, 2018 (3), S. 22-23. Online abrufbar unter: www.urselmann.de/fileadmin/urselmann/veroeffentlichungen/stiftung_sponsoring_3_2018_urselmann_demmel_spendergenerationen.pdf

Fundraiser Magazin, Ausgabe 1/2019: Themenschwerpunkt „Generation ICH, Generation WIR – Wie ticken die 50-65-Jährigen?“ S. 18-32.

Deutscher Spendenrat - Bilanz des Helfens 2018: www.spendenrat.de/wp-content/uploads/2018/02/Bilanz_des_Helfens_2018.pdf

3. Was bewegt die Generation `68 und Babyboomer?

Kurz-Interviews zum Engagement früher und heute

Wie „ticken“ die Vertreterinnen und Vertreter der Babyboomer-Generation der heute 55-75-jährigen, die in der Zeit um 1968 und in den Jahren danach studierten und sich politisierten? Die Akquisos-Redaktion hat bei drei engagierten Menschen dieser Generation nachgefragt, welche Themen ihnen früher wichtig waren, was ihnen heute unter den Nägeln brennt - und wie sie sich konkret dafür einsetzen.

⁶ Robinson-Listen sind Schutzlisten mit Kontaktdaten von Personen, die keine unaufgeforderte Werbung erhalten wollen. Beispiele: www.robinsonliste.de/ und www.ichhabediewahl.de



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

Willi N., 73 Jahre: „Klimawandel und Energiewende sind heute meine Themen“

Welche Themen waren Ihnen früher besonders wichtig? Haben Sie sich dafür engagiert?

Ich studierte Anfang der 1970er-Jahre in Gießen Lehramt. Die Seminare in Politik und Gesellschaftswissenschaften, aber auch die Bekanntschaft mit hochpolitisierten Leuten aus dem sozialistisch-kommunistischen Umfeld und die Debatte um Berufsverbote haben mein politisches Interesse geweckt. Gemeinsam mit einigen Mitstreiterinnen und Mitstreitern habe ich eine Studentengruppe der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) gegründet. Wir fanden es wichtig, fortschrittliche Einflüsse in die Lehrerbildung und in die Schulen einfließen zu lassen und uns zu organisieren.

Ab den 1980er-Jahren wurden mir Umwelt- und Energiethemen zunehmend wichtig. Ich wurde Mitglied der Grünen und habe mich unter anderem gegen Atomkraft und gegen einen Autobahnbau hier vor Ort eingesetzt. Auch in meiner Tätigkeit als Lehrer habe ich mich bemüht, bei meinen Schülerinnen und Schülern eine Verbundenheit zur Natur und Umweltbewusstsein herzustellen – durch Unterrichtsinhalte, aber auch mit Angeboten für Outdoor-Sport wie Kanufahren, Orientierungslauf oder Klassenfahrten per Fahrrad.

Was brennt Ihnen heute unter den Nägeln? Und wie setzen Sie sich dafür ein?

Seit einiger Zeit beschäftigen mich besonders die Themen Klimawandel und Energiewende. Ich bin inzwischen pensioniert und engagiere mich ehrenamtlich in verschiedenen Gruppen. Ich war zum Beispiel an der Gründung einer lokalen Energiegenossenschaft beteiligt, die sich für den Ausbau regenerativer Energien einsetzt. Die Genossenschaft betreibt mehrere Photovoltaikanlagen, ist an Windkraftanlagen vor Ort beteiligt und hat angestoßen, dass das hiesige Stromnetz wieder in kommunale Hände kommt.

Außerdem engagiere ich mich in einem Verein, der nachhaltige Mobilitätskonzepte voranbringen will. Wir organisieren gerade ein Carsharing-Angebot, stellen Mitfahrbänke auf und schaffen Lastenfahrräder an, die dann ausgeliehen werden können. Wir wollen den individuellen Autoverkehr reduzieren und treten für eine verbesserte Nahverkehrs- und Fahrrad-Infrastruktur ein. Ich bin auch immer mal wieder auf Demonstrationen unterwegs, zum Beispiel bei den Fridays for Future. Ich spende regelmäßig für eine Organisation, die Online-Petitionen startet, außerdem für Projekte der Entwicklungszusammenarbeit in Brasilien. Ich bin dort mal hingereist und fühle mich dem Land verbunden.

Inge R., 72 Jahre: „Umweltschutz und die Kirchengemeinde sind mir besonders wichtig.“

Welche Themen waren Ihnen früher besonders wichtig? Wie sah Ihr gesellschaftliches Engagement aus?

Mein Mann und ich waren in den 1970er- und 1980er-Jahren in der Friedens- und Umweltbewegung engagiert. Wir haben lokale Arbeitskreise gegründet, Umweltschutzprojekte initiiert und waren auf vielen Demonstrationen dabei. Mein Mann war dann viele Jahre lang in der Kommunalpolitik aktiv. Wir haben in den 1980er-Jahren einen kleinen Verein gegründet, um ein örtliches Kulturzentrum zu schaffen. Das ist dann zwar gescheitert, aber wir haben mit dem Verein



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

einige kulturelle und zivilgesellschaftliche Projekte umgesetzt. Dort bin ich auch heute noch im Vorstand.

Wofür setzen Sie sich heute ein? Haben sich die Formen des Engagements verändert?

Ich bin seit vielen Jahren ehrenamtlich in unserer evangelischen Kirchengemeinde engagiert, unter anderem im Kirchenvorstand. Ich spende regelmäßig Geld für die Jugend- und Gemeindegarbeit hier vor Ort und für den Erhalt unserer Kirche.

Demonstrieren gehe ich nur noch selten, höchstens mal zum Ostermarsch. Ich unterschreibe häufig bei Online-Petitionen zu politischen und Umwelt-Themen. Ich spende auch regelmäßig Geld für verschiedene Umwelt- und Entwicklungshilfeorganisationen. Mir geht es finanziell gut, davon gebe ich gern etwas ab für bedürftige Menschen und für Projekte, die mir am Herzen liegen.

Sibylle D., 62 Jahre: „Frauen, Demokratie und Gerechtigkeit sind meine Herzensangelegenheit“

Haben Sie sich früher gesellschaftspolitisch engagiert? Welches Thema hat Sie besonders beschäftigt?

Als ich Ende der 1970er- und Anfang der 1980er-Jahre Geschichte und feministische Theologie in Tübingen studiert habe, herrschte dort eine sehr offene und diskussionsfreudige Atmosphäre. Die Ausläufer der 1968er-Bewegung waren noch deutlich spürbar, alle waren sehr politisiert. Wir haben viel diskutiert, Vorträge besucht und demonstriert. Mein Engagement für die Gleichstellung von Frauen in der Gesellschaft begann damals und zieht sich seither durch mein Leben.

Wie beurteilen Sie die Entwicklungen in Sachen Gleichberechtigung der Frauen seither?

Vieles, was jungen Menschen heute selbstverständlich erscheint, haben frühere Generationen mühsam erkämpft. Viele Frauen meiner Generation haben Pionierarbeit in männerdominierten Bereichen geleistet. Ich freue mich zu sehen, dass zum Beispiel geschlechtergerechte Sprache inzwischen sehr weit verbreitet ist. Was den Anteil von Frauen in Führungspositionen in der Politik und in der Wirtschaft betrifft, haben wir leider immer noch einen weiten Weg vor uns.

Welche anderen gesellschaftspolitischen Themen sind Ihnen wichtig? Wie setzen Sie sich heute dafür ein?

Mich bewegt außerdem seit vielen Jahren besonders die Frage, wie wir die Demokratie stärken und fördern können. Dieses persönliche Interesse fällt mit meinem beruflichen Tun als Autorin und Projektmanagerin im Bereich der politischen Bildung zusammen, was ich als großes Glück empfinde.

Auch soziale Gerechtigkeit und die Ungleichverteilung von Reichtum und Lebenschancen beschäftigen mich bereits seit meiner Studienzeit. Ich spende regelmäßig, vor allem für Projekte der Entwicklungszusammenarbeit und Menschenrechte (international) und national für Projekte, die Frauen unterstützen und fördern.

Der Name der Gesprächspartnerin wurde auf ihren Wunsch geändert.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung

Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

4. Tipps für die Ansprache von Babyboomern

Damit die Ansprache von Babyboomern gelingt und Sie sie nicht nur für Ihre Ziele in der politischen Bildung, sondern auch für eine Unterstützung gewinnen, sollten Sie folgende Grundlagen beherzigen.

- **Relevant werden:** Machen Sie klar, wofür Sie stehen, damit sich die Unterstützerinnen und Unterstützer mit Ihnen und Ihren Zielen identifizieren können. Das heißt: Werden Sie nicht beliebig und versuchen Sie nicht „alle“ zu überzeugen. Wichtiger ist es, Menschen zu finden, die voll hinter Ihnen stehen. Dann steigt die Treue zur Organisation.
- **Langfristiger denken:** Babyboomer sind kritischer und beobachten etwas länger. Setzen Sie daher nicht nur auf kurzfristige Responsequoten, sondern denken Sie langfristig.
- **Lösungen statt Probleme aufzeigen:** Babyboomer wollen nicht hören, was alles nicht geht. Sie möchten sich an Erfolgen beteiligen. Das gilt sowohl für Spendenaufrufe, als auch für nachfolgende Berichte. Sie möchten nicht mit-leiden, sondern sich mit-freuen. Darüber erfahren sie, welche Wirkung sie selbst mit ihrer Spende erzielen.
- **Nicht im Verborgenen agieren:** Babyboomer wollen wissen, was Sie tun. Sie sind im Schnitt höher gebildet als ihre Vorgängergeneration und haben daher gelernt, Dinge mehr zu hinterfragen und Zusammenhänge zu durchschauen – auch was eine Organisation selbst betrifft. Aber Vorsicht: Das bedeutet nicht, sie „ungefragt“ mit allen möglichen Informationen zu versorgen. Wichtig ist, dass Informationen verfügbar und leicht zugänglich sind. Wer sich tiefer informieren will, sollte das immer (selbstständig) tun können.
- **Wahrnehmen:** Versuchen Sie, wo möglich, individuelle Wünsche zu berücksichtigen. Das hat sicherlich organisatorische Grenzen, aber bieten Sie mindestens verschiedene Zahlungs- und Kontaktwege an. Je besser Sie auf Wünsche eingehen können, umso stärker fühlen sich die Babyboomer wahrgenommen. Und genau das ist ihnen wichtig.
- **Wertschätzung:** Vergessen Sie niemals, sich für eine Spende zu bedanken! Babyboomer spenden nicht aus Pflicht, sondern aus Überzeugung. Und sie möchten – zurecht! – dass diese Überzeugung wertgeschätzt und anerkannt wird.
- **Kontakt ja, aber nicht nur fordern:** Babyboomer möchten wissen, was bei Ihnen (und mit ihrem Geld) passiert. Sie freuen sich über Nachricht. Aber: Versenden Sie nicht ausschließlich Spendenaufrufe (schon gar nicht in hoher Schlagzahl). Geben Sie auch etwas zurück: Berichten Sie von Erfolgsgeschichten, versenden Sie zum Beispiel mal ein Video oder laden Sie zu einem spannenden und unterhaltenden Infoabend ein.



Akquisos

Fundraising für politische Bildung



Ein Informationsservice der Bundeszentrale für politische Bildung

- **Qualität und Service:** Babyboomer haben verstanden, dass Organisationen nicht alle ehrenamtlich agieren und sie haben Verständnis für (maßvolle) Verwaltungskosten. Damit steigt jedoch auch die Erwartungshaltung. Erwartet wird eine ebenso professionelle Umsetzung in den Projekten wie ein gewisser Servicegedanke gegenüber den Spenderinnen und Spendern.

Impressum

Herausgeber:

Bundeszentrale für politische Bildung/bpb

Redaktion:

Mareike Bier (bpb)

Danielle Böhle (GOLDWIND, Kommunikationsberatung für gemeinnützige Organisationen)

Daniel Kraft (bpb, verantwortlich)

Katharina Reinhold (Autorin und Redakteurin)

E-Mails an die Redaktion: fundraising@bpb.de

Akquisos online bestellen oder abbestellen unter: www.bpb.de/newsletter/akquisos