

Fenster putzen, Gartenarbeiten, Hilfe bei elektronischen Anwendungen wie Handy, Tablet, Computer. In Neuenhof helfen Jugendliche den Senior*innen bei alltäglichen Verrichtungen und verdienen sich ein kleines Taschengeld. So soll der intergenerationale Austausch gefördert werden.

Entstehungsgeschichte

Unter der Leitung der Pro Senectute wurde die Altersarbeit Neuenhof analysiert. Dafür wurde eine Arbeitsgruppe gegründet u.a. mit Vertretern der Sozialen Dienste, der Spitex, der älteren Bevölkerung und des Seniorenrats. Die Analyse bestand aus mehreren Schritten: als erstes wurde betrachtet, wie gut bestehende Angebote laufen und wo Lücken bestehen. Jedes Mitglied der Arbeitsgruppe tat dies für seinen Bereich und berichtete der Arbeitsgruppe. Auf Basis dieser Ergebnisse wurde für die Senior*innen ein Workshop angeboten, an dem 120 Personen teilnahmen. Jugendliche gewährleisteten das Catering am Workshop und formulierten auch ein eigenes Angebot für die Senior*innen. Die Initiative für das Projekt ging von den Jugendlichen selbst aus. Die von ihnen handgezeichnete Grafik wurde von einem Grafiker druckbar umgesetzt und dann auf Shirts und Flyer gedruckt. Der Jugendarbeiter gewann schliesslich sechs Jugendliche aus 3. Oberstufenklassen, die gegen ein Entgelt von 30-40 Franken am Projekt mitmachen wollten.

Umsetzung

Die Senior*innen konnten sich an die Geschäftsnummer des Jugendarbeiters melden, falls sie einen Unterstützungsbedarf hatten. Der Jugendarbeiter erhob Angaben zum Zeitraum, zur Aufgabe und zu den Koordinaten und leitete diese an eine Jugendliche weiter. Diese ist sehr begabt im Personalmanagement und kennt die Stärken der jugendlichen Helfenden. Weiter wurden auch neue Helfende akquiriert, falls ein Bedarf nicht abgedeckt werden konnte. Die Helfer*in vereinbarte dann direkt mit dem/r Senior*in einen Termin. Nach der erbrachten Dienstleistung zahlte die ältere Person den Betrag, den ihr die Dienstleistung wert war. Der Richtwert liegt bei 13-14 Franken pro Stunde. Die Bezahlung hängt auch davon ab, wie engagiert und sauber die Arbeit ausgeführt wird. Teilweise wurde die Person auch wieder direkt angefragt für weitere Arbeiten, wenn man zufrieden war.

Neue Jugendliche wurden u.a. in den Schulferien über einen Stand vor der Migros akquiriert. Eine Woche lang betreuten die Jugendlichen den Stand und sprachen Senior*innen an. Dabei setzten sie auch Giveaways wie eine Einkaufstasche sowie Flyer ein. Es wurden auch diejenigen Jugendlichen eingesetzt, die Interesse hatten, am Projekt mitzuwirken. Neue Interessent*innen zeigten dort, wie sie mit Senior*innen umgehen, und sie konnten bereits am Stand die anfängliche Schüchternheit ablegen.

Das Projekt wird von der Jugendarbeit unterstützt, welche das Budget von der Gemeinde erhält. Damit wurde das Werbematerial bezahlt. Es wurde auch mehrmals in öffentlichen Publikationsorganen der Gemeinden auf das Angebot hingewiesen. Zudem wurde im Tele M1 ein Beitrag ausgestrahlt und im Tätigkeitsbericht der Verwaltung wurde das Projekt ebenfalls erwähnt.

Vor Corona wurde das Angebot rege genutzt, durch die Pandemie hat das Angebot aber einen Dämpfer erlitten. Die Dienstleistungen wurden nur noch sehr selten angefragt, und wenn, dann nur mit grossen Vorsichtsmassnahmen. Im Sommer 2021 ist die Nachfrage wieder etwas gestiegen es sind rund 8-10 Einsätze pro Monat.

Herausforderungen

Es gab keine besonderen Herausforderungen. Wichtig ist, dass das Projekt nicht 1:1 auf eine Gemeinde adaptiert wird sondern immer Bezug auf die lokale Situation genommen wird. Der Grundgedanke kann aber gut übernommen werden.

Erfolgsfaktoren

Vertrauenspersonen als Vermittler spielen eine entscheidende Rolle. Sowohl bei den Jugendlichen (Jugendarbeiter) wie auch bei älteren Personen (z.B. ein Coiffeur). Die aktive Beziehungsarbeit muss auf beiden Seiten geleistet werden. Es müssen zudem aktiv Begegnungsmöglichkeiten zwischen Generationen geschaffen werden, aus denen dann Begegnungen erwachsen. Weiter ist auch die regelmässige Durchführung der Standaktionen zentral für das Projekt. Wenn Senior*innen sich über ihre Erfahrungen am Stand

austauschen und sich das Angebot gegenseitig empfehlen, dann läuft die Werbung am erfolgreichsten.

Ressourcen

Für ein solches Projekt braucht es ein Werbebudget, dieses wurde von der Jugendarbeit übernommen. Der Stand vor der Migros wurde vom Werkhof zur Verfügung gestellt. Weiter ist es wichtig, dass das Personal die richtige Grundhaltung und das nötige Fachwissen hat, um die Generationen in Begegnung und Austausch zu bringen. Dabei lautet die Grundhaltung, die Ressourcen der Senior*innen und der Jugendlichen zu nutzen und zu stärken.

Ausblick

Grundsätzlich soll das Angebot in diesem Rahmen weitergeführt werden, da sowohl bei den Senior*innen und den Jugendlichen ein entsprechendes Bedürfnis besteht. Aufgrund eines personellen Wechsels ist dies aber noch nicht definitiv. Unter den Jugendliche gibt es immer mehr, die mithelfen wollen. Es geht sowohl ums Dazuverdienen wie auch um die Begegnungen, die sie als bereichernd erleben, da die Senior*innen viel aus Vergangenheit und Jugend erzählen. Die Jugendlichen finden dies spannend. Es geht also letztlich um die Begegnung zwischen Jung und Alt im Rahmen einer Dienstleistung.

Autor: Berner Fachhochschule, Institut Alter **Datum:** November 2021