

# Hebammendienste für Generationenprojekte

Die Generationenakademie des Migros-Kulturprozent unterstützt und begleitet Menschen jeden Alters beim Aufbau und der Entwicklung eines Generationenprojekts. Jessica Schnelle trägt die Verantwortung für die Generationenakademie, Maja Graf ist Mitentwicklerin des Angebots.

**«Generationenakademie» – ein vielversprechender Name. Wer und was stecken dahinter?**

**Jessica Schnelle:** Die Generationenakademie, ein Projekt des Migros-Kulturprozent, ist ein Netzwerk für Generationenprojekte. In Workshops und Zukunft-Kafis begleiten wir Frauen und Männer, Jüngere und Ältere, Teams und Gemeinden, die ein Generationenprojekt planen. Wir helfen bei der Konzeptarbeit und vermitteln Kontakte zu erfolgreichen Projekten. Mit öffentlichen Veranstaltungen fördern wir die Diskussion über Generationenthemen; in unseren jährlichen Fachtagungen durchleuchten wir gesellschaftliche Entwicklungen aus der Generationenperspektive.

**Maja Graf:** Zu unseren Angeboten gehört der «Entwicklungsraum für Projekte», ein anderthalbtägiger Workshop, in dem wir Initiantinnen und Initianten auf ihrem Weg von der Idee bis hin zur Realisation ihres Projekts unterstützen. Ob überhaupt etwas und was schliesslich in einem solchen Workshop entsteht, ist offen. Wir erwarten nicht, dass alle Projekte gelingen; aber viele kommen zum Fliegen!

**Können Sie einige Beispiele nennen?**

**M. G.:** Ich erinnere mich an das allererste Projekt vor etwa fünf Jahren. Nach dem Zusammenschluss der kleineren Glarner Gemeinden zu drei grossen wollten zwei Glarnerinnen ein altes Dorfschulhaus zu einem Generationenbistro umfunktionieren. Unmittelbar nach dem Workshop war ich nicht so sicher, ob diese Idee nicht versanden würde. Aber sie wurde umgesetzt! Wir haben nur beim An- und Weiterdenken geholfen und unser Netzwerk zur Verfügung gestellt – das genügte, dass die beiden Initiantinnen an ihrem Projekt dranblieben!

**J. S.:** Es gibt zahlreiche Projekte, grössere und kleinere, die gut funktionieren: Das Berner Generationenhaus zum Beispiel, das Basler Begegnungs- und Bewegungsprojekt «Hopp-La» oder die Internetplattform «Mütter stark im Netz». Es entstanden aber auch generationengemischte Spielnachmittage, Wohnprojekte, Quartierfeste, Kunstprojekte, Generationenspielfläche ... Ich finde aber auch Projekte spannend, die nicht gradlinig zum Erfolg führen: Ich erinnere mich an einen Chor, der mit Bewohnerinnen und Bewohnern eines Altersheims und den Kindern einer Kindertagesstätte geplant war. Die Initiative versandete nach dem ersten Anlauf – und doch entstand eine Sensibilität für dieses Thema, das später

vielleicht in einer anderen Form und unter anderen Voraussetzungen wieder aufgenommen wird.

**Welche Projekte gelingen am besten?**

**J. S.:** Es zählt sich immer aus, sich frühzeitig zu vernetzen und Mitstreitende für die eigene Idee zu begeistern. Nachhaltige Projekte sprechen mit ihren Themen und Inhalten Ältere und Jüngere gleichermaßen an, denn niemand besucht ein Angebot allein unter dem Generationenaspekt.

**Und welche scheitern?**

**M. G.:** Projekte, in denen man sich nicht auf Augenhöhe begegnet. Wo kein Austausch stattfindet. Wo Ältere meinen, den Jungen sagen zu müssen, wie es läuft. Wo keine gemeinsamen Interessen und Bedürfnisse die Generationen verbinden. Schliesslich gibt es auch Projekte, die wir ablehnen: solche, die ausschliesslich kommerzielle Zwecke verfolgen, oder auch Projekte, die nichts mit Generationen zu tun haben. Wobei ein Generationenprojekt nicht unbedingt Kleinkinder und Pensionierte gleichzeitig ansprechen muss. Auch ein Projekt 60plus umfasst bereits zwei Generationen.

**Was sind das für Leute, die solche Projekte ins Leben rufen?**

**J. S.:** Es sind in der Regel hoch motivierte Menschen jeden Alters, darunter viele Pensionierte, die freiwillig tätig sein und der Gesellschaft etwas zurückgeben möchten. Aber auch Fachleute für Jugend- und Altersfragen wollen Generationenprojekte ins Leben rufen, ebenso wie Teams von Gemeinden zum Beispiel. In der Regel wird man via Internet oder Mundpropaganda auf uns aufmerksam. Wir sind aber auch selber aktiv: Als Generationenakademie docken wir überall dort an, wo sich ein



**Maja Graf** (64), Germanistin und Erwachsenenbildnerin, hat die Generationenakademie von Anfang an mitentwickelt und ist auch heute noch in verschiedenen Bereichen als Beraterin und Coach tätig.



**Jessica Schnelle** (39), promovierte Psychologin, ist Projektleiterin Generationen in der Direktion Kultur und Soziales und u.a. verantwortlich für die Projekte Generationenakademie, «GiM – Generationen im Museum» und die «GrossmütterRevolution.»

Zusammentreffen der Generationen anbietet: in Bibliotheken, Gemeinden und Quartieren, bei verschiedensten Organisationen und Institutionen.

**Haben Sie die Übersicht über jedes dieser Projekte?**

Interview: Usch Vollenwyder

**M.G.:** Die Projekte sind extrem vielfältig und werden von den unterschiedlichsten Menschen getragen. Sie zu überwachen und zu verfolgen, ist nicht unsere Aufgabe. Wir konzentrieren uns darauf, Hebammendienste für möglichst viele Projekte zu leisten, die in die Welt gesetzt werden wollen. In der Hoffnung, dass sie Wirkung zeigen und das Zusammenleben zwischen den Generationen besser machen.

**J.S.:** Mir gefällt das Bild von der Tankstelle: Interessierte kommen zu uns und holen sich das nötige Rüstzeug, um auf ihrem eingeschlagenen Weg zu einem Generationenprojekt weiterzugehen. Sie können immer wieder kommen und von verschiedenen Angeboten profitieren – bis ihr Projekt steht. Für mich steht das Konzept der Generationenakademie auch für eine moderne Form des lebenslangen Lernens: Wir bieten Frei- und Lernraum für Austausch und Begegnungen, für Ideen und Visionen. Nicht Wissensvermittlung und strukturiertes Lernen stehen im Vordergrund; vielmehr gehen wir von konkreten Fragestellungen, dem Know-how und den Erfahrungen der Teilnehmenden aus. Dass sie sich auf diesen Prozess einlassen und sehen, was daraus entsteht – das ist das Ziel der Generationenakademie.

## Migros-Kulturprozent – eine Idee von «Dutti»

Das Migros-Kulturprozent geht auf den Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler selbst zurück: Er verankerte dieses freiwillige Engagement für Kultur, Gesellschaft, Bildung, Freizeit und Wirtschaft als Unternehmensaufgabe gleichwertig zum kommerziellen Erfolg fest in der Migros. Die Höhe des Migros-Kulturprozents ist vom Umsatz und nicht vom Gewinn abhängig. Jährlich werden so rund 120 Millionen Franken in verschiedenste Institutionen, kulturelle und soziale Projekte und Aktivitäten investiert. Die Direktion Kultur und Soziales ist u. a. verantwortlich für Projekte im Bereich Generationen, zu der auch die Generationenakademie gehört.

Weitere Informationen: [www.migros-kulturprozent.ch](http://www.migros-kulturprozent.ch), [www.generationenakademie.ch](http://www.generationenakademie.ch)