

Die Jungen Alten kommen

leih' dir was

Katholische öffentliche Bücherei



# Neue Serviceangebote

## durch die Katholische öffentliche Bücherei für die **Generation „50plus“**

### Demographische Entwicklung

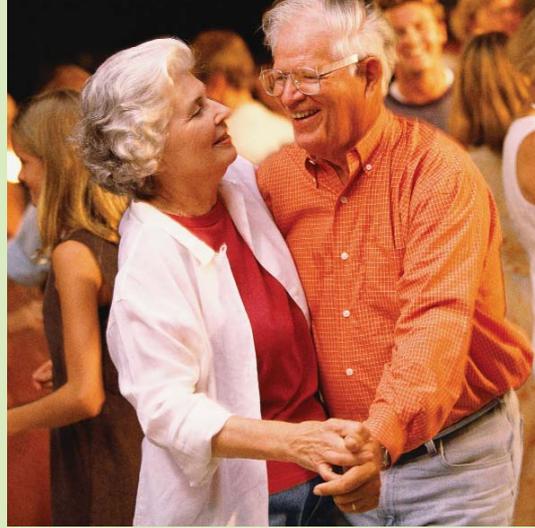
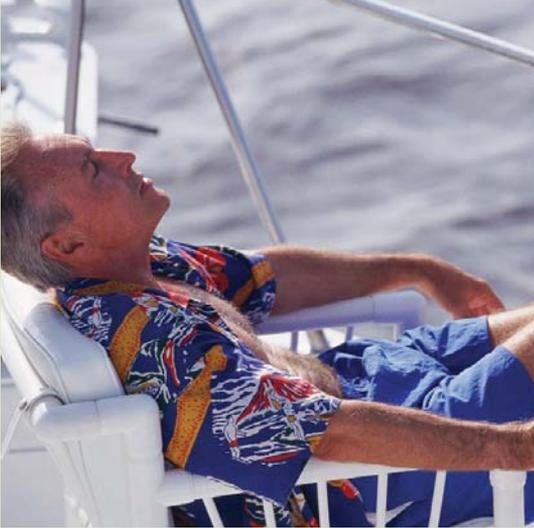
„Unsere Gesellschaft muss sich auf die wachsende Zahl Älterer und Hochaltriger einstellen<sup>1</sup> – nicht nur auf neue medizinische Anforderungen, sondern auch auf neue soziale Herausforderungen. Ein neues Bild des Alters und ein neuer Umgang mit dem Alter sind erforderlich. ... Alle Lebensphasen sind gleichwertig. Eine Geringschätzung des Alters und der Hochaltrigkeit darf es nicht geben.“

So lauten die Forderungen des im April 2003 veröffentlichten vierten Berichts zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland.

Dieser Aussage entspricht insbesondere die zweite These des Anfang 2003 von der bv-Fachkonferenz herausgegebenen „Leitbild KÖB – Handreichung zur Umsetzung“. Hier heißt es: „Die KÖB geht auf die vielfältigen Bedürfnisse des Menschen in seinen verschiedenen Alters-

<sup>1</sup> Laut Prognosen des Dritten Berichtes zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland (Januar 2001) wird sich die Bevölkerungsstruktur deutlich verschieben. Bis 2050 wird sich der Anteil der jüngeren, unter 20-Jährigen und der Anteil der 60-Jährigen und älteren von rund 22% auf 37% spürbar erhöhen. Der Anteil der Menschen im mittleren Lebensabschnitt (20-60 Jahre) wird voraussichtlich bei 47% liegen (im Vergleich: 2001 waren es rund 56%). Außerdem wird die Anzahl der Hochbetagten rasant ansteigen. Der Anteil der Menschen ab 80 Jahre, der gegenwärtig bei 4% liegt, dürfte 2050 auf 12% anwachsen.





phasen und Lebenssituationen ein. Sie tritt für eine Kultur des Lebens ein und bejaht es in seiner Individualität.“

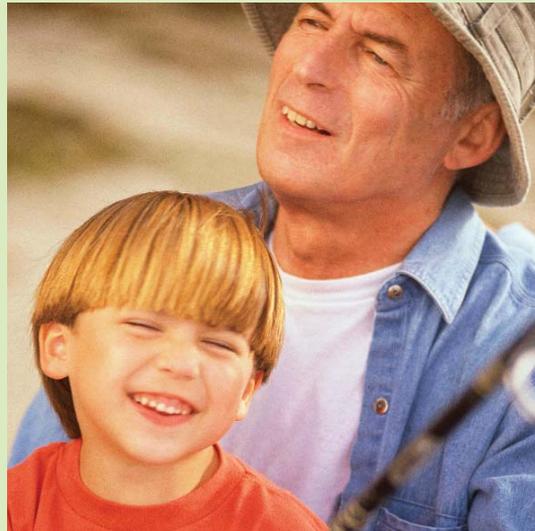
## Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppe

Zwei Studien beleuchten die Interessen und Bedürfnisse der Generation „50 plus“:

**50plus** – schlummernde Kaufkraft im Buchhandel? Senioren-Studie 2002. Die vom Börsenblatt des Deutschen Buchhandels e.V. im Januar 2003 veröffentlichte Studie fasst wie folgt zusammen<sup>2</sup>:

### Ältere Menschen

- kaufen im Buchhandel, weil sie die Bücher dort in die Hand nehmen und ansehen können. Das haptische Erlebnis ist für sie, unabhängig von ihrer Online-Affinität, sehr wichtig.
- kaufen vorwiegend Romane und Sachbücher.
- entscheiden sich nur selten für den Kauf von Non-Books, wenn sie sich in einer Buchhandlung umsehen oder Bücher kaufen.
- nutzen gerne Sitzcken, erwarten aber keinen besonderen Komfort.
- sind keine beratungsintensive Zielgruppe.
- werden durch eine ansprechende



Schaufenstergestaltung in die Buchhandlung gelockt.

Nicht nur die Inhalte von Büchern sind für die Zielgruppe von Bedeutung, sondern auch die Optik, sowie Handlichkeit und vom Schriftbild her gute Lesbarkeit. Bezüglich der Werbung sind Ältere offen für gleichaltrige Werbeträger. Sie möchten sich in der Werbung für das Buch wiedererkennen. Wichtig ist auch eine Überschaubarkeit der Buchhandlung, sowie die Auffindbarkeit der Bücher.

### SWR-Studie „50+“ – Mediennutzung, Freizeit- und Themeninteressen der 50-Jährigen

2000 erschien die SWR-Studie „50+“, die insbesondere über die Mediennutzung, Freizeit- und Themeninteressen der ab 50-Jährigen Auskunft gibt.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Untersuchungszeitraum: Herbst 2002. Befragt wurden 108 Teilnehmer im Buchhandel und 288 online über das Internetportal von feierabend.com.

<sup>3</sup> Ende 1999 wurden im Auftrag des Südwestrundfunks 1.000 deutschsprachige Personen im Alter von 50 bis 74 Jahren befragt, um mehr über den gesellschaftlichen Kontext der Mediennutzung zu erfahren.

# Die wichtigsten Ergebnisse der Studie „50plus“

## Freizeitverhalten

In der Freizeit ist es den Befragten am wichtigsten, Kontakte zu Freunden und Bekannten zu pflegen.

## Mediale Freizeitbeschäftigungen

Auf die Frage, wie häufig einzelne Medien monatlich genutzt werden, liegt das Fernsehen mit 28 Mal ganz weit vorne. 12 mal werden aber CDs, Musikkassetten oder andere Tonträger gehört, 9 mal Zeitschriften bzw. Magazine gelesen und 6 mal greift man auf Belletristik zurück.

## Sendungspräferenzen im Fernsehen

Nachrichten sind die Sendungen die 96% der Befragten am häufigsten sehen. Zwischen 40 und 59 Prozent interessieren sich für Sendungen aus der Region, aus dem Gebiet der Naturwissenschaften und für politische Magazine. Für Sport-, Kultur-, Ratgeber- oder Verbrauchersendungen und Spielfilme (Krimis werden zusätzlich separat aufgeführt) liegt die Spanne zwischen 32 und 39 Prozent.

## Computernutzung

Von 1.000 Befragten nutzen 321 regelmäßig einen Computer. In erster Linie um Texte/Briefe zu schreiben und/oder beruflich. Ca. 34 Prozent verfügen über einen Online-Anschluss. Dieser wird für das Senden und Empfangen von E-Mails verwendet, aber auch um Onlinedienste zu nutzen und im Internet zu surfen. Aus den Ergebnissen beider Studien lassen sich Anhaltspunkte für den Bestandsaufbau, die Präsentation und Veranstaltungsangebote für die Zielgruppe „50 plus“ ableiten.



# Vorschläge für die Praxis

## Bestandsaufbau

Generell steht natürlich der gesamte Bestand der Bücherei auch den „jungen Alten“ zur Verfügung. Jedoch ist ein kritischer Blick angebracht, inwieweit die einzelnen Medien, die die Zielgruppe bevorzugt, berücksichtigt werden. Dies bezieht sich sowohl auf die Inhalte, als auch auf die Medienarten.

Wenn eine Bücherei die Nachfrage nach aktuellen Nachrichten befriedigen will, gelingt das am besten durch das Angebot von Zeitungen.

Für kleine bis mittelgroße Bestände ist dies jedoch unrealistisch (sowohl von der finanziellen Seite, als auch von der Anzahl der Öffnungszeiten). Alternativ bieten sich hier aber Zeitschriften an, die sich speziell an ein älteres Publikum wenden (s.u. Medienempfehlungen).

Von den übrigen Sendungspräferenzen lassen sich Rückschlüsse auf die Vorlieben im Bereich der Sach- und Schönen Literatur ziehen, d.h. gerade im Hinblick auf den Bestand an heimatkundlicher Literatur oder auch an Sportarten, die sich insbesondere für die Generation „50plus“ anbieten (z.B. Walking, Aquafitness, etc.).



## Präsentation

Hier sind vor allem Übersichtlichkeit und ansprechende Gestaltung gefragt. Dies kann zum einen durch entsprechende Beschriftungen (in der Bücherei selbst oder direkt am Regal) erfolgen oder auch durch Ausstellen einzelner Titel auf Tischen oder in Präsentationsständen.

Wenn Sie jedoch feststellen, dass der Anteil der Benutzergruppe (ab 50 Jahren) deutlich zunimmt und dies auch für den Einzugsbereich Ihrer Bücherei gilt, bietet es sich an, den Bestand benutzerorientiert zu präsentieren.

### Dazu gehören:

- Sichtung des vorhandenen Bestands im Hinblick auf die besonderen Interessen der Zielgruppe;
- neue Aufstellung in einem optisch abgegrenzten Bereich; eventuell unter Verwendung von Interessenkreisen;
- Kontrolle, welche Interessen (inhaltlich und Trägermedien) noch nicht berücksichtigt wurden;
- Bestandsergänzung.

Bei Umsetzung des Vorhabens ist es wichtig, dass zunächst ein klares Konzept erstellt wird (Vorgehensweise, Kosten, etc.). Selbstverständlich sollten auch Maßnahmen aus dem Bereich Werbung/Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt werden.

# Veranstaltungen

- Richten Sie ein **Erzählcafé** ein. Die SWR-Studie hat sehr deutlich gemacht, wie wichtig es den 50-74-Jährigen ist, sich zu treffen und auszutauschen. Wenn es dazu noch eine Tasse Kaffee gibt – um so besser.

Die Vorbereitungen hierfür halten sich in einem überschaubaren Rahmen. Zunächst setzen Sie sich mit Ihrem Büchereiteam zusammen und überlegen in welchem Rahmen Ihre Veranstaltung stattfinden soll (Wochentag, Zeitraum, Veranstaltungsort). Gleichzeitig sollte mit Hilfe einer Checkliste festgelegt werden, wer für was und wann zuständig ist. Neben dem Aushang von Plakaten und dem Verteilen von Handzetteln bietet es sich auch immer an, seine Benutzerinnen und Benutzer direkt anzusprechen (Hilfen zur Gestaltung von Plakaten und Handzetteln finden Sie in der Anleitung zur Büchereiverwaltung).



Es ist ratsam, den jeweiligen Termin unter ein bestimmtes Motto zu stellen, z.B. „Meine erste Tanzstunde“, „Meine Schulzeit“ oder Ähnliches. Sie können dies auf

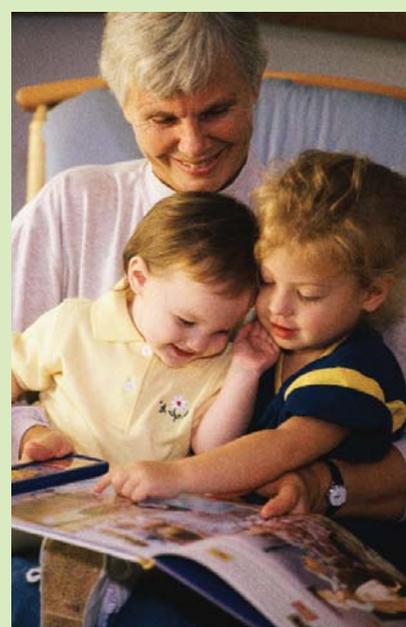
die Zielgruppe beschränken oder auch für alle öffnen (zur Förderung des Dialoges zwischen den Generationen).

Ein Erzählcafé kann aber auch zur Weihnachtszeit ganz anders genutzt werden. Omas und Opas lesen den Kindern etwas vor (es müssen ja nicht immer die eigenen Enkel sein) oder umgekehrt. Erfahrungsgemäß findet auch das Vorlesen von Märchen immer wieder großen Anklang.

- Ältere Menschen haben vieles erlebt, was sie gerne an andere weiter geben möchten.

In einer **Schreibwerkstatt** können solche Geschichten oder Gedichte gesammelt werden. Parallel dazu findet sich vielleicht auch eine Gruppe von Senioren, die eine künstlerische Ader hat und die passenden Bilder zu den Geschichten gestaltet. Mit Hilfe eines Buchbinders lassen sich Mappen, Buchdeckel oder Sonstiges herstellen, um die Ergebnisse der Schreibwerkstatt zu veröffentlichen.

- In vielen Büchereien gibt es bereits regelmäßige **Buchvorstellungen**. Bei Veranstaltungen für die jungen Alten kann man auch auf die besonderen Interessen (z.B. Heimatkunde inkl. Mundart, Biografien, Reisebeschreibungen) eingehen.



- Sind vor Ort noch andere Einrichtungen, die sich mit der Generation „50plus“ beschäftigen, bietet sich eine **Veranstaltungsreihe** „Die guten alten Zeiten“ an. Gemeinsam sammelt man Geschichten, Fotos, aber auch Kleidung und (Kleinst-)

Möbel zu Ausstellungszwecken. Wenn es eine Ausstellungseröffnung gibt, kann die Bewirtung mit Gerichten und Getränken aus alten Original-Rezepten erfolgen.

Auch bei kleineren Büchereien ist dies sicher denkbar, wenn man die Ausstellungsorte splittet. Das Fotogeschäft stellt die Bilder aus, das Haushaltswarengeschäft die Dinge des täglichen Bedarfs und die Bücherei die entsprechende Literatur u.s.w.

Dass Grundschulklassen regelmäßig in die Bücherei kommen, ist fast selbstverständlich. Eine Variante ist, wenn die Kinder ihre Großeltern mitbringen und man Bibliotheksführungen für „alt und jung“ durchführt.

**Die aufgeführten Beispiele stellen nur einen kleinen Ausschnitt aus möglichen Veranstaltungen dar.**

**Vieles von dem, was bereits in Büchereien angeboten wird (z.B. Spielesachmittage, Literaturgesprächskreise, etc.) richtet sich ebenfalls an Senioren, auch wenn dies in der Regel nicht ausdrücklich erwähnt wird.**

**Wichtig ist, dass Sie mit anderen Einrichtungen z.B. Caritas, Kath. Bildungswerk, Seniorentreffs und Altenheimen kooperieren.**

**Hier können Ideen ausgetauscht und Absprachen über Termine vorgenommen werden. Eventuell reduzieren sich dadurch auch die Kosten für die Veranstaltungen.**

# Medienempfehlungen

## Hintergrundberichte

- Berichte zur Lage der älteren Generation. Bezug über: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend – Postfach 20 15 51, 53145 Bonn  
Internet: [www.bmfsfj.de](http://www.bmfsfj.de)
- SWR-Studie „50+“ – Volltext abrufbar unter: [www.ardwerbung.de/Media\\_Perspektiven/Inhalt](http://www.ardwerbung.de/Media_Perspektiven/Inhalt). Unter „Suche“ Stichwort „Studie 50+“ eingeben.
- Leitbild KöB – Handreichung zur Umsetzung. Hrsg: Borromäusverein e.V. - Bonn : Borromäusverein, 2003. (köb. Die Katholische öffentliche Bücherei; Reihe Materialien Heft 1)

## Literaturempfehlungen

- **Spätlese** – Lebenslange Leselust : Leseempfehlungen für Seniorinnen und Senioren in Rheinland-Pfalz / hrsg. vom Ministerium für Arbeit, Soziales, Familie und Gesundheit in Zusammenarbeit mit der Stiftung Lesen, Mainz. (Senioren-Info-Rheinland-Pfalz, 9. Jahrgang, Mai 2002). Bezug über: Ministerium für Arbeit, Soziales, Familie und Gesundheit. Referat für Presse und Öffentlichkeitsarbeit – Bauhofstr. 9, 55115 Mainz – Internet: [www.masfg.rlp.de](http://www.masfg.rlp.de)
- Literaturliste „Junge Alte“. Hrsg: Borromäusverein e.V. - Bonn : Borromäusverein, 2004. – [www.borro.de](http://www.borro.de)

## Spiele

- **Lebensreise** – Das Generationenspiel ist als Gesellschaftsspiel mit Spielplan, Figuren und Ereignis- sowie Fragekarten gestaltet und eröffnet somit zahlreiche Einsatzmöglichkeiten. Es eignet sich gleichermaßen für Seniorentreffpunkte und -heime sowie Bildungseinrichtungen, als auch zum Spielen in der Familie und im Freundeskreis. Ein pädagogisches Beiheft gibt zahlreiche Spielbeschreibungen: Menschen entdecken ihre Lebensgeschichte im gemeinsamen Spiel und Gespräch mit anderen. In der Rückschau der Erinnerung verdichten sich

# Medienempfehlungen

die vier großen Lebensabschnitte Kindheit, Jugend, Erwachsensein, Alter zu einem Ganzen aus Entwicklung und Einsichten. Bezug über: Katholische Erwachsenenbildung Rheinland-Pfalz e. V., Welschnonnengasse 2 - 4, 55116 Mainz  
Tel. (0 61 31) 23 16 05

Fax (0 61 31) 23 67 92

E-Mail: [mail@keb-rheinland-pfalz.de](mailto:mail@keb-rheinland-pfalz.de)

- Fiedler, Petra: **Vertellekes**. Ein Frage- und Antwortspiel für ältere Menschen für 3 - 8 Mitspieler, Curt R. Vincentz Verlag, Hannover 1994. „Vertellekes“ bedeutet im Plattdeutschen Erzählungen. Das Spiel gibt älteren Menschen Anregungen, sich gegenseitig kleine Geschichten aus Kindheit und Jugend zu erzählen. Daneben gibt es allerlei Anstöße zum Nachdenken, Erinnern, Schmunzeln und Singen aus unterschiedlichen Bereichen. So entsteht bei jeder Runde ein buntes Mosaik aus Geschichten, Erinnerungen, Gedanken und Vorstellungen, aus Alltäglichem und Besonderem, aus Heiterem und Besinnlichem. Damit gelingt es, die Gedanken- und Gefühlswelt älterer Menschen in seiner Fülle und Lebendigkeit zu erhalten und zu fördern – auch in therapeutischen Zusammenhängen und im Altenheim.

## Zeitschriften

**Lenz** – das Magazin für Junggebliebene. Augsburg : Weltbild Verlag  
Erscheinungsweise: monatlich  
Bezug über: Lenz Abo-Service  
Heuriedweg 19, 88131 Lindau

**Sechzig – na und?** – oder: Die neue Freiheit! Bonn : S. Steinschulte-Verlag.  
Erscheinungsweise: zweimonatlich  
Bezug über: S.Steinschulte-Verlag  
Bismarckallee 10, 53123 Bonn

## Linkliste

Informationen

**[www.senioren-initiativen.de](http://www.senioren-initiativen.de)**

Datenbank des Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen mit über 700 Gruppen und Initiativen, in denen sich ältere Menschen engagieren

**[www.seniorweb.uni-Bonn.de](http://www.seniorweb.uni-Bonn.de)**

Sehr umfangreiches Angebot von und für Senioren

Information und Unterhaltung

**[www.lebensphasen.de](http://www.lebensphasen.de)**

Übersichtlich gestaltetes und thematisch breit gefächertes Internetangebot für die Zielgruppe „50plus“.

Kommunikationsforen

**[www.cafegarten.de](http://www.cafegarten.de)**

**[www.feierabend.com](http://www.feierabend.com)**

Die Schwerpunkte liegen hier auf Chatten.

Die Hinweise zu Veranstaltungen, weiterführender Literatur, Internetangeboten, etc. stellen lediglich Möglichkeiten vor, um verstärkt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe „Junge Alte“ eingehen zu können bzw. sich darüber zu informieren.

Die Ausführungen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Impressum:

Hrsg.:

Sachausschuss V (Werbung und Öffentlichkeitsarbeit) der Fachkonferenz des Borromäusverein e.V., Bonn

Text: Birgit Schlauß

Gestaltung:

Barbara Breitenbach

Werbeagentur

Ratingen

Stand: 2/2004

©2004. Borromäusverein.

bvMedien-Nr. 7580