

„Es wird einfacher, auch ohne Stiftungen aktiv zu werden“

Wie engagieren sich kommende Generationen? **Derrick Feldmann** zählt in den USA zu den führenden Experten zu diesem Thema. Ein Gespräch über eine Frage, die auch deutsche Stiftungen interessieren muss

Stiftungswelt: Derrick, wann und wie bist du das erste Mal mit philanthropischen Themen in Kontakt gekommen?

Derrick Feldmann: Das fing schon auf dem College an. Damals habe ich ein Praktikum beim Gouverneur von Illinois gemacht. Dadurch stand ich ständig in Kontakt mit der Öffentlichkeit. Dabei entdeckte ich meine gro-

ße Leidenschaft dafür, anderen Menschen zu helfen. Von da aus ging ich dann an die „School of Philanthropy“ der Indiana University, die mein wissenschaftliches Interesse an jüngeren Generationen weckte.

Warum gerade dieser Schwerpunkt? Im Leben eines Menschen gibt es eine ganz bestimmte Zeit, in

der eine Reihe lebensverändernder Momente stattfinden: Ausbildung oder Studium, die Suche nach einem Job, Beziehungen und Freundschaften, die wir eingehen. Jede und jeder von uns muss da durch. Gerade diese Periode ist eine sehr kritische Zeit, und ich wollte verstehen, wie sich all diese sozialen Einflussfaktoren zueinander verhalten und was uns in die-



sem Zusammenspiel antreibt, uns zu engagieren. Wir tendieren oftmals dazu, uns lediglich mit denen zu beschäftigen, die bereits sehr viel Geld besitzen. Dabei vergessen wir, dass es vor allem die Einflüsse in Kindheit und Jugend sind, die uns formen und zu den Menschen machen, die wir später sind. Und noch ein Phänomen kennzeichnet diese Lebensphase: Wir sind viel offener für Technologien oder Systeme, die wir nicht kennen und denen wir das erste Mal begegnen. Wenn wir also diese prägenden Momente verstehen und beeinflussen könnten – man stelle sich nur die enorme Wirkung vor, die wir damit auslösen könnten!

Siehst du dich eigentlich selbst als Teil der Generation Y oder der Millennials, wie die Generation genannt wird, deren Angehörige zwischen 1980 und 2000 geboren wurden? Ich bin 1978 geboren, vom Alter her liege ich also in etwa an der Grenze. Ich denke schon, dass ich einige Eigenschaften besitze, die dieser jungen Generation zugeschrieben werden. Meine Frau ist allerdings in etwa gleich alt und sie hat definitiv stärkere Generation-Y-Tendenzen. *(lacht)*

Welche Eigenschaften sind das genau, was sind die Bedürfnisse und Forderungen von Millennials? Millennials erwarten von Organisationen, also auch von Stiftungen, dass sie transparent und Partner auf Augenhöhe sind, um gemeinsam sozialen Wandel voranzutreiben. Es geht nicht mehr darum, sich für eine Organisation zu engagieren, sondern es geht direkt um das Ziel, das sie verfolgen. Das ist ein gravierender Wandel in der Art und Weise, wie Engagement verstanden wird – weg von professionalisierten Arbeitsumgebungen, in denen Organisationen sagen: Wenn du Gutes tun willst, dann solltest du das mit unserer Hilfe tun. Die nächste Generation stellt das infrage und entgegnet darauf: Na ja, ich muss das nicht not-

wendigerweise mit euch tun, es gibt andere Wege. Es ist eine neue und herausfordernde Art, wie Wirkung gedacht werden kann.

Was bedeutet das für Organisationen wie Stiftungen? Die Frage, die sich für Millennials stellt, ist: Was ist der Mehrwert, den Stiftungen bieten? Aus welchem Grund sollte ich gerade mit einer Stiftung zusammenarbeiten, um sozialen Wandel voranzutreiben? Bestimmt nicht deshalb, weil diese oder jene Organisation schon so lange aktiv ist, eine weit zurückreichende Geschichte hat oder gesellschaftlich anerkannt ist. Der entscheidende Grund, sich in einer Organisation zu engagieren, ist: Bringt es die Sache voran oder nicht?

Wie genau wird diese Haltung der Millennials die Philanthropie verändern? Ich glaube, sie zwingt uns dazu herauszufinden, welche Institutionen wirklich noch gebraucht werden. Schließlich wird es immer einfacher und auch schneller, etwas ohne sie zu bewirken, nicht zuletzt aufgrund der Digitalisierung und neuer Technologien. Diejenigen, die sich darauf einstellen, werden auch weiterhin relevant bleiben. Ich glaube aber

auch, dass durch diese Veränderungen neue Strukturen entstehen. Und das ist notwendig, um sich an unsere Zeit anzupassen.

Lass uns über deine Forschung reden. Eine deiner grundlegenden Annahmen ist die, dass die Generation Y schon von sich aus einen starken Drang verspürt, Gutes zu tun und sich zu engagieren. Wie kommst du zu dieser Annahme?

Ich kann vor allem für die Vereinigten Staaten sprechen, denn hier haben unsere Studien hauptsächlich stattgefunden. In den USA ist die Generation Y in einem System aufgewachsen, das dazu anregte, sich für die Gesellschaft zu engagieren. Dazu gehörten etwa Programme wie „Peace Corps“ oder „AmeriCorps“ als Höhepunkte dieser Ära. Solche Art von Engagement war außerdem für die erfolgreiche Bewerbung an einem College erforderlich. Freiwilliges Engagement war also notwendig, um höhere Bildung zu erlangen. Wir belohnten damit diejenigen, die sich am meisten für die Gesellschaft engagierten. In diesem Ökosystem sind wir aufgewachsen, weshalb freiwilliges Engagement zu einem Teil unseres Lebens wurde. Hinzu kamen äußere Faktoren wie etwa die Terroranschläge vom 11. September 2001 und andere einschneidende historische Ereignisse. Das alles hat diese Generation in ihrer Motivation bestärkt, Gutes zu tun und Dinge zu verändern.



Über den Gesprächspartner Derrick Feldmann ist Autor von „Social Movements for Good“, ein Handbuch darüber, wie sich soziale Bewegungen anstoßen lassen. Zudem ist er Gründer der Beratungsagentur „Achieve“ und Herausgeber des „Millennial Impact Report“.

Unsere Generation wurde also trainiert, sich zu engagieren? Ja. Das ist wie bei einem Muskel, den man immer wieder anspannt. Am Anfang ist es noch hart, aber mit der Zeit wird es einfach ein Teil von dir, sich zu engagieren. Genau an diesem Punkt möchte ich ansetzen: wenn aus einer passiven Tätigkeit aktives und bewusstes Engagement wird. Das sind zwei sehr verschiedene Zustände, und der Übergang von dem einen zum anderen ist ein wirklich kritischer Moment.

Auch in Deutschland gibt es Programme, die den von dir erwähnten ähneln, beispielsweise den entwicklungspolitischen Freiwilligendienst „weltwärts“. Sind diese Veränderungen denn lediglich auf die USA beschränkt? Durchaus nicht. Gerade Glaubensbekenntnisse und Überzeugungen vereinen Menschen. Du und ich, wir können gemeinsam daran glauben, dass Frauen nicht länger unterdrückt und ignoriert werden dürfen – dabei leben wir nicht einmal in der gleichen Zeitzone. Solche gemeinsamen Überzeugungen können Kulturen näher zusammenbringen. Der Wille zur Veränderung verbindet; wir müssen die Menschen, die daran teilhaben, nur ausfindig machen.

Um herauszufinden, was die Generation Y im Gegensatz zu älteren Generationen auszeichnet, habe ich im Vorfeld mit einer Expertin mit langjähriger Arbeitserfahrung gesprochen: meiner Mutter. Zugespitzt gesagt findet sie,

dass diese Generation zu sehr mit sich selbst beschäftigt und unentschlossen ist und dass sie zu wenig Durchhaltevermögen hat. Was würdest du ihr antworten? (*lacht*)

Ich würde das Gleiche sagen, was ich meiner Mutter gesagt habe, die ähnliche Ansichten hat: Wäre es nicht schön, in der Zeit zurückreisen zu können, um zu sehen, was ihre Eltern über sie gesagt haben? Für ältere Generationen kann es schwer sein, dass wir als junge Generation neue Wege gehen. Wenn man diese Veränderungen dann damit vergleicht, wie es früher war, lässt sich lediglich sagen, ob etwas gleich geblieben ist oder nicht. Aber so kann man mit diesen Veränderungen nicht umgehen. Man muss vorsichtig mit solchen Verallgemeinerungen sein, denn die Parameter ändern sich nun einmal.

Allgemeiner gesprochen: Worin genau besteht der Anreiz, Gutes zu tun? Um die Intention von Menschen zu beeinflussen, muss ich die Antwort auf zwei Fragen kennen: Fordert etwas meine grundlegenden Werte heraus? Oder erregt es meine Aufmerksamkeit, weil es mich persönlich oder meine Region, mein Leben, meine Arbeit betrifft? Beides sind zwei völlig verschiedene Positionen.

Kannst du das an einem konkreten Beispiel deutlich machen? Es kann zum Beispiel durchaus sein, dass ich LGBTQ-Themen unterstütze, auch wenn ich niemanden persönlich kenne, der dieser Gruppe angehört – einfach weil die rechtliche und politische Situation, in der sich diese sexuellen Minderheiten in vielen Ländern befinden, meinen innersten Überzeugungen widerspricht. Auf der anderen Seite engagiere ich mich vielleicht für die Aufklärung über Krebs, weil einer meiner Angehörigen von der Krankheit betroffen ist. Oftmals überschneiden sich auch beide Motivationen. Die Anreize für unser Engage-

ment kommen aus diesen beiden Welten, denn unser Gehirn möchte nicht, dass diese Dinge geschehen, sondern spornt uns an, etwas zu verändern.

Kann nicht auch Geld ein großer Anreiz sein, sich einzubringen?

Geld hat einen ganz besonderen Platz in der Art und Weise, wie gerade Millennials Veränderungen sehen. Eines sollte man sich merken: Man kann die Menschen nicht kaufen, damit sie Gutes tun. Man kann sie stark beeinflussen, aber langfristig müssen sich die Köpfe und Herzen der Menschen selbst verändern. Und dafür muss man eben langsam eine Beziehung zu ihnen aufbauen. Außerdem ist jede Form des Kapitals, das wir besitzen, wertvoll: Zeit, Können, Netzwerke und natürlich auch Geld. Leider wird Geld immer noch als wichtigster Treiber angesehen. Doch diese Sichtweise fordern Millennials gerade heraus.

Welche Rolle spielen Stiftungen in diesem Zusammenhang?

Stiftungen sollten als „Change Agents“ auftreten, als Agenten des Wandels. Ich möchte uns alle daran erinnern, dass für Veränderungen Ansätze nötig sind, die über einzelne Sektoren hinausgehen. Das bedeutet, mit Regierungen zusammenzuarbeiten, genauso wie mit der Öffentlichkeit. Es heißt, jemanden aus der ländlichen Provinz und jemanden aus der Großstadt von der gleichen Sache zu überzeugen. Stiftungen müssen deshalb bestimmte Fragen stellen: Was tust du, um die breite Gesellschaft in dein Anliegen miteinzubeziehen, anstatt nur alleine dafür zu kämpfen? Je stärker du die Öffentlichkeit überzeugen kannst, umso besser wird auch die Veränderung sein. Schließlich ist es die Öffentlichkeit, die diesen Wandel letztendlich leben

muss. Soziale Veränderungen können nur stattfinden, wenn die Öffentlichkeit mit einbezogen ist.

Fühlen sich Angehörige der Generation Y grundsätzlich zu Stiftungen als Arbeitgeber hingezogen?

Ich glaube, um in der Welt der Stiftungen zu arbeiten, muss man vorher bereits in irgendeiner Form mit ihr in Kontakt gewesen sein. Was wir aber durchaus beobachten, ist, dass sich viele in den Bereich Social Entrepreneurship hineinbewegen.

In deinem Buch „Social Movements for Good“ beschreibst du, was soziale Bewegungen erfolgreich macht. Dazu gehören na-

türlich viele Aspekte, aber wenn du es auf einige wenige herunterbrechen müsstest, welche wären das? Zunächst müssen wir die Menschen da abholen, wo sie sind. Wenn sie sich von selbst erheben, weil ihnen eine bestimmte Sache wichtig ist. Danach müssen wir Verbündete finden, andere, die an die gleiche Sache glauben. Die Gemeinschaft, die wir dadurch bilden, treibt uns weiter in das Engagement hinein, weil wir uns gegenseitig sehen, fühlen und miteinander für etwas einsetzen. Zusammen müssen wir dann mit kleinen Schritten vorangehen und die gemeinsamen Überzeugungen nach und nach in die Tat umsetzen: Das reicht vom Unterzeichnen von Petitionen bis hin zum Verbreiten der Ziele, die man verfolgt. Das allein verändert vielleicht noch nichts, aber dadurch baut sich Loyalität innerhalb der Gemeinschaft auf. Und zuletzt muss man selbst loslas-

sen können, um aus eigenem Antrieb heraus zu handeln und aktiv zu werden. Für diesen letzten Schritt braucht es eine starke Führungspersönlichkeit, die den Einzelnen einerseits inspiriert und antreibt, andererseits die notwendigen Ressourcen und Strukturen bereitstellt.

Wie genau können Stiftungen solchen sozialen Bewegungen helfen?

Stiftungen können sozialen Bewegungen dann helfen, wenn sie sich gerade formieren. Wenn Menschen aufstehen und ihre Faust erheben, um sich für oder gegen etwas zu engagieren. Stiftungen sollten einen Überblick gewinnen und gerade die Wortführer und Initiatoren in der Sache unterstützen – sowohl ideell als auch materiell. Das ist eine einzigartige Rolle, die Stiftungen hier spielen können. ←

Interview Theo Starck

STIFTUNGSPARTNER

Anzeige



Die Personalberatung für Sinnanstifter.

Gemeinsam mit uns Führungs- und Schlüsselpositionen finden und besetzen: www.beck-management-center.de

BECK
MANAGEMENT
CENTER