

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 83 (2005)
Heft: 9

Artikel: "Pro Senectute ist moderner, als sie sich darstellt"
Autor: Vollenwyder, Usch / Vulliamoz, Fabienne
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-725739>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 30.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

«Pro Senectute ist moderner, als sie sich darstellt»

Fabienne Vulliamoz zeigt Pro Senectute Baselland, wie sie ist: modern und vielfältig. Die Leiterin Kommunikation/Marketing erzählt Zeitlupe-Redaktorin Usch Vollenwyder von ihrer Arbeit.

In den letzten Jahren entwickelte sich Pro Senectute Baselland vom Hilfswerk zur kompetenten Fachstelle mit tollen Angeboten und guten Dienstleistungen. Trotzdem: Als ich mich vor drei Jahren um die Stelle als Leiterin Kommunikation/Marketing bewarb, konnte ich mir nicht vorstellen, dass «Alter» auch eine lustvolle und positive Lebensphase sein könnte. Zu sehr vermittelten die Broschüren ein Altersbild, bei dem Defizite, Krankheiten und soziale Not im Vordergrund standen. Sie transportierten ein Bild, das mit der Entwicklung der Organisation nicht Schritt gehalten hatte.

Pro Senectute Baselland gestaltete sich viel moderner und vielfältiger, als sie sich darstellte. Zuerst wollte ich deshalb unseren Auftritt in der Öffentlichkeit neu und der Realität angepasst gestalten. Schon bei dieser Aufgabe zeigte sich eine immer wiederkehrende Schwierigkeit: Pro Senectute muss zwei Generationen älterer Menschen ansprechen! Ein frischer, frecher Auftritt gefällt den Sechzigjährigen und wird die über Achtzigjährigen vielleicht vergraulen, ein ältnicher, konservativer Auftritt bewirkt das Umgekehrte.

In diesem Spannungsfeld bewegt sich meine Arbeit. Mit der Sprache und Bildern, mit Broschüren und mit dem Internetauftritt möchten wir unsere Kun-

dinnen und Kunden gewinnen. Positive Bilder sollen zeigen: Auf das Alter kann man sich auch freuen – trotz aller Schwierigkeiten! Wir veränderten unseren Auftritt nur in kleinen Schritten, streiften das etwas ältliche, überholte Image ab. Die Gratwanderung lohnt sich: Nicht nur bei der älteren Bevölkerung sind wir etabliert, sondern auch Partnerorganisationen, die Medien und die breite Öffentlichkeit nehmen uns heute anders wahr. Wir gelten immer mehr als

Pro Senectute muss zwei Generationen älterer Menschen ansprechen.

die kompetente und professionelle Fachorganisation in Altersfragen.

Ein Balanceakt ist unsere Arbeit auch in einer anderen Beziehung: Wir präsentieren Pro Senectute als moderne Fach- und Dienstleistungsorganisation, die sich an alle Menschen ab sechzig Jahren im Baselbiet richtet. Doch für die Spendenaufrufe greifen wir auf emotionale Geschichten zurück und zeigen Porträts von armen, kranken oder einsamen älteren Menschen. Unsere Sozialarbeiterinnen kennen viele solche Schicksale – diese ge-

ben jedoch ein Bild von Pro Senectute und vom Alter wieder, mit dem sich viele Gleichaltrige nicht identifizieren können. Umgekehrt können wir gerade mit diesen Geschichten auf unsere Dienstleistungen und Angebote aufmerksam machen.

Die Mittelbeschaffung – Fundraising – ist eine unserer wichtigsten Aufgaben. Wir treten mit drei professionellen Spendenaufrufen an die Öffentlichkeit – für die Oktobersammlung, an Weihnachten und mit dem Jahresbericht. Die Oktobersammlung wird auch bei uns von Freiwilligen und Ortsvertreterinnen von Tür zu Tür durchgeführt. Der Erfolg ist gross; obwohl wir denselben Trend feststellen wie andere Organisationen: Wir brauchen von Jahr zu Jahr mehr Spenderinnen und Spender für die gleichen Einnahmen.

Ich organisiere und koordiniere diese grossen Spendenaktionen. Wir versenden rund 30 000 Briefe und versuchen, in dieser Zeit mit unseren Angeboten und Dienstleistungen noch mehr im Gespräch zu sein. Wir treten mit Veranstaltungen, mit Zeitungsartikeln und Inseraten an die Öffentlichkeit. Der Spendenmarkt ist ein hart umkämpftes Geschäft. Umso wichtiger scheint es mir für die Zukunft von Pro Senectute, dass sie im Bereich Fundraising, Marketing und Kommunikation professionelle Mitarbeitende beschäftigt.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND MITTELBESCHAFFUNG BEI PRO SENECTUTE

Eigene PR-Abteilungen haben die Kantonalen Pro-Senectute-Organisationen Zürich, Luzern, Waadt, Baselland, Basel-Stadt, Region Bern und Solothurn (Teilzeit). Ein Teil davon ist in einem Mailingverbund zusammengeschlossen. Die Pro-Senectute-Organisationen Appenzell-Ausserrhoden, Graubünden und Solothurn sind darin mit den Geschäftsführern vertreten. Pro Senectute Baselland setzt für den Bereich Kommunikation, Marketing und Fundraising rund 120 Stellenprozent ein. Die Adresse der Geschäftsstelle: Pro Senectute Baselland,

Bahnhofstrasse 4, 4410 Liestal, Telefon 061 927 92 33, Mail info@bl.pro-senectute.ch, Internet www.bl.pro-senectute.ch Der Bereich Kommunikation von Pro Senectute Schweiz ist für die Kommunikation nach aussen (Medien und breite Öffentlichkeit) sowie nach innen (Kantone Pro-Senectute-Organisationen) zuständig. Weitere Informationen erteilt Pro Senectute Schweiz, Kommunikation, Postfach, 8027 Zürich, Telefon 044 283 89 89, Fax 044 283 89 80, Mail kommunikation@pro-senectute.ch

senectute.org ist eine neue Internetplattform, die die verschiedenen Organisationen der Seniorenberatung zusammenführt. Sie soll die Arbeit der Organisationen vereinfachen und die Seniorenberatung in der Schweiz unterstützen.

Die neue Plattform soll die Arbeit der Organisationen vereinfachen und die Seniorenberatung in der Schweiz unterstützen.

Die neue Plattform soll die Arbeit der Organisationen vereinfachen und die Seniorenberatung in der Schweiz unterstützen.



Das ist für unsere Kundinnen und Kunden oft schwer verständlich: Vielen macht der Gedanke Mühe, dass für eine solche Stelle Geld ausgegeben wird – statt dass dieses den alten Menschen direkt zukommt.

Durch dieses neue Verständnis von Kommunikation und Marketing ist auch die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen und Sponsoren wichtiger geworden. Aber auch da: Wer Pro Senectute vor allem als soziale Institution empfindet, hat für Sponsoring wenig Verständnis. So brauchte es auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Geschäftsstelle ein Umdenken. Alle mussten lernen, das neue Bild unserer Organisation nach aussen zu tragen – am Empfang, beim ersten Telefon, bei jedem Kontakt.

Erst wenige, vor allem grössere Pro Senectute-Organisationen haben eine Kommunikations- und Marketingabteilung. Einige Verantwortliche treffen sich sporadisch zum Gedankenaustausch. Ich wünschte mir, dass auf schweizerischer Ebene und mit der Geschäfts- und Fach-

stelle in Zürich als unserer Dachorganisation eine grössere und professionellere Vernetzung stattfände – und dass wir als Gesamtorganisation mit mehr Mut, Witz und «Pep» an die Öffentlichkeit träten. Ein Vorbild ist für mich Pro Infirmis, die mit ihren Kampagnen auf eine pointierte und ungewohnte Weise auf ihre Anliegen aufmerksam macht.

Ich habe nie bereut, dass ich den Kulturbereich verlassen und im Altersbereich eine neue Stelle angetreten habe. Ich kann kreativ sein, Ideen umsetzen – und mache die Erfahrung, dass sich vieles bewegen lässt. Nicht von heute auf morgen, aber nach und nach. Deshalb möchte ich den eingeschlagenen Weg weitergehen und diesen starken Pro-Senectute-Baum weiter verästeln, die Lobbyarbeit noch mehr professionalisieren und mit allen Mitteln beweisen, dass unsere Organisation präsent ist, gut ist, etwas zu sagen hat, das Vertrauen verdient und sich engagiert für ältere Menschen einsetzt.



Eine Arbeit voller Kontakte: Fabienne Vulliamoz bedient sich bei ihrer Aufgabe, Pro Senectute Baselland in ihrer ganzen Lebendigkeit darzustellen, auch der modernsten Technik.