

PRESSEMITTEILUNG

Kampagnenstart „Geben gibt.“ – Ziel: Mehr Menschen für freiwilliges Engagement zu gewinnen

Neueste emnid-Umfrage bestätigt niedriges Bildungsniveau und geringes Einkommen als größte Engagementhindernisse

Berlin, 12. März 2009 – Die großen gemeinnützigen Dachverbände haben sich erstmals als Initiatoren einer Kampagne zusammengeschlossen. Sie repräsentieren 15 Millionen Mitglieder und stellen „Geben gibt.“ ihre Infrastruktur zur Verfügung. Die Kampagne soll die Anerkennungskultur für freiwilliges Geben von Zeit, Geld und Wissen stärken.

Motivation der Kampagne

Eine für die Kampagne in Auftrag gegebene emnid-Umfrage verdeutlicht das Engagement in der Bevölkerung: Ein Drittel der Deutschen leistet bereits einen Beitrag für das Gemeinwohl. Doch es könnten deutlich mehr sein. Wie der Freiwilligensurvey (2004) und der Engagementatlas 09 der Generali Deutschland belegen, sind mehr als 36 Prozent der bisher nicht engagierten Bürger grundsätzlich bereit, sich für die Gesellschaft einzusetzen. Zugleich zeigen die neuen emnid-Umfrageergebnisse, dass die große Herausforderung darin besteht, bildungsferne und materiell benachteiligte Bevölkerungsschichten an passende Engagementformen heranzuführen. Ziel der Kampagne ist deshalb zweierlei: Die Anerkennungskultur zu stärken und schlummernde Engagement-Potenziale generationenübergreifend zu mobilisieren. Zum Nutzen aller: Denn freiwilliges Engagement ist gut für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und verleiht den Engagierten Selbstvertrauen und Kompetenzen.

„Geben gibt.“ ... Engagierten einen ganz persönlichen Mehrwert

Die bundesweite und auf drei Jahre angelegte Kampagne „Geben gibt.“ wird zu gleichen Teilen vom Bundesfamilienministerium sowie der Generali Deutschland getragen. Für Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen liegt im freiwilligen Engagement eine große Chance für die Gesellschaft: „Engagement heißt verändern und mitgestalten. Außerdem ist es einfach ein schönes Gefühl, gebraucht zu werden.“

Dr. Hans Fleisch, Beauftragter für ZivilEngagement und Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, sieht in der nachhaltigen Stärkung freiwilligen Engagements das große Ziel der Kampagne. Positiv wertet er den Zusammenschluss der Dachverbände, die immerhin 15 Millionen Mitglieder vertreten: „„Geben gibt.“ ruht auf den Schultern vieler starker Partner, die dazu beitragen werden, Menschen aller Generationen für verstärktes freiwilliges Engagement zu gewinnen.“ Die Kampagne wird den persönlichen Mehrwert von Engagement verdeutlichen: „Vom Schüler bis zum Unternehmer – jeder einzelne kann mit seinem Engagement einen Beitrag für unsere Gesellschaft leisten, sei es in Form des Stiftens, Spendens oder aktiven Engagements“, so Hans Fleisch.

Dietmar Meister, Vorstandssprecher der Generali Deutschland Holding, beschreibt bürgerschaftliches Engagement „als staatsbürgerliche Pflicht, angesichts der großen

sozialen Herausforderungen durch den demographischen Wandel. Engagement belebt die Bürgergesellschaft. Deshalb engagiert sich der Generali Zukunftsfonds auf diesem Gebiet.“

Mit der Stifterin Brigitte Ott-Göbel, dem ehrenamtlichen Boxtrainer Daniel Tischer und der Spenderin Lisa Dahm sind drei von 23 Millionen engagierten Deutschen ab sofort auf den Anzeigen der Kampagne zu sehen. Der Kabarettist und Autor Dr. Eckart von Hirschhausen, selbst engagierter Stifter, sprach ihnen zum Start Anerkennung und Dank für ihren Einsatz aus: „Deutschland ist engagiert – diese drei machen es vor. Ich bin mir sicher, dass „Geben gibt.“ viele weitere zu aktivem Engagement mobilisieren wird.“

Der Deutsche Engagementpreis

Um auch anderen die Gelegenheit zu einem Dankeschön zu geben, wollen „Geben gibt.“ und das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE) den Deutschen Engagementpreis vergeben. Der Slogan der Auszeichnung ist dabei klares Statement und Aufruf zugleich: „23 Millionen Menschen tun Gutes – und sind dabei nicht zu sehen. Zeigt sie uns!“ Durch die Einsendung von Postkarten oder über die Internetseite www.geben-gibt.de können Bürgerinnen und Bürger bis zum 31. August engagierte Personen und beeindruckende Projekte für den Deutschen Engagementpreis vorschlagen. Verliehen wird er Ende des Jahres in vier Kategorien, welche die große Bandbreite von Engagement in Deutschland widerspiegeln: Von engagierten Unternehmen über Politik und Verwaltung sowie Initiativen, Verbänden und Stiftungen bis zu Einzelpersonen. Um die breite Bevölkerung in die gesamte Laufzeit der Kampagne einzubinden, ist zudem ein Publikumspreis vorgesehen.

www.geben-gibt.de

Alle Informationen und Hintergründe zu der Kampagne und ihren Initiatoren sowie eine Übersicht der Kooperationsmöglichkeiten für Initiativen, Organisationen und Vereine befinden sich auf der Kampagnenwebseite unter www.geben-gibt.de.

Pressekontakt

Dr. Cornelia Kunkat
Projektleiterin Kampagne „Geben gibt.“
c/o Bundesverband Deutscher Stiftungen
Mauerstraße 93 | 10117 Berlin
Telefon (030) 89 79 47-93 | Fax -51
cornelia.kunkat@stiftungen.org

Die Kampagne „Geben gibt.“

Die Kampagne „Geben gibt.“ hat das Ziel, freiwilliges Engagement in Deutschland nachhaltig zu stärken. Initiatoren der Kampagne sind die großen gemeinnützigen Dachverbände sowie bundesweite Netzwerke und Initiativen, die sich zum „Bündnis für Engagement“ zusammengeschlossen haben. Hauptförderer sind zu gleichen Teilen das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und der Zukunftsfonds der Generali Deutschland Holding AG.

Zu den Mitgliedern des „**Bündnis für Engagement**“ zählen die Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege e.V. (BAGFW), die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V. (BAGSO), das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE), der Bundesverband Deutscher Stiftungen e.V., der Deutsche Bundesjugendring e.V. (DBJR), der Deutsche Kulturrat, der Deutsche Naturschutzring e.V. (DNR), der Deutsche Olympische Sportbund e.V. (DOSB), der Deutsche Spendenrat e.V., die Türkische Gemeinde in Deutschland sowie VENRO – der Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen e.V. Unterstützende Partner sind unter anderem der Johanniterorden, der Deutsche Caritasverband e.V., der Deutsche Städtetag sowie das Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen (dzi).

Die Kampagne „Geben gibt.“ soll Menschen, Initiativen, Organisationen und Unternehmen für freiwilliges Engagement begeistern und zu einem aktiven Einsatz für das Gemeinwohl motivieren. Ganz gleich, ob jemand mit Zeit, Know-how, durch Spenden oder Stiften Unterstützung leistet – „Geben gibt.“ auch den Engagierten einen ganz persönlichen Mehrwert. Die im Rahmen der Kampagne initiierte Auszeichnung „Deutscher Engagementpreis“ stärkt zusätzlich die Anerkennungskultur für freiwilliges Engagement.

Um ihre volle Kraft zu entfalten, wird die bundesweite Dachkampagne durch Projektkampagnen auf lokaler Ebene unterstützt. Vereine, Kirchen, Bürgerstiftungen und Verbände sowie Freiwilligenagenturen, Schulen und Hochschulen sind aufgerufen, sich mit neuen Projekten und Kooperationsideen aktiv an „Geben gibt.“ zu beteiligen und so als Teil eines bundesweiten Netzwerks gemeinsam und nachhaltig die Gesellschaft mitzugestalten.