

Aktion Gemeinsinn: Themendossier zum Ende einer Initiative

Mit Beiträgen von Dr. Henning von Vieregge, Ulrich Schmid, Dr. Cornelia Sonntag-Wolgast und Prof. Dr. Carl-Christoph Schweitzer

Das Projekt Zivilgesellschaft und die Aktion Gemeinsinn: Was bleibt? Was kommt?

Henning von Vieregge

Wie der Name schon so trefflich verdeutlicht: Anliegen der Aktion Gemeinsinn ist die Förderung von Gemeinsinn. Aber was ist Gemeinsinn? Man kann den vielen Aktiven der Aktion Gemeinsinn seit Gründung 1957 sicher das Verdienst zusprechen, den Begriff »Gemeinsinn« erfunden (1) oder neu belebt und durch die Aktivitäten, die sämtlich auf Kommunikation ausgerichtet waren, popularisiert zu haben. Der Begriff hat seitdem deutlich an Leuchtkraft gewonnen, wie Beispiele belegen: Die Bertelsmann-Stiftung hat 2001 eine Studie zu Sozialkapital im internationalen Vergleich in der Herausgeberschaft von Robert D. Putnam unter dem Titel »Gesellschaft und Gemeinsinn« herausgebracht und sich ein Jahr später um die Aktualisierung des Verständnisses des Begriffs gekümmert (2). Mitte 2014 hat die gleiche Stiftung eine empirische Untersuchung zum Gemeinsinn publiziert, die auf erhebliche Resonanz stieß (3). Die Aktion Gemeinsinn hat in 2014 die Diskussion um den Begriff neu zu entfachen versucht (4).

Dicke Abhandlungen auf den Punkt gebracht: Gemeinsinn ist die Bereitschaft, sich mit Themen und Problemen der Gesellschaft zu beschäftigen, sich dazu eine Meinung zu bilden und dieser Meinung – hier greift das Wort »Aktion« – Geltung zu verschaffen. Der Käfig der Egozentrik wird dabei verlassen.

Die Grenzen des Eigensinns

Die gebildete und dann vertretene Meinung kann durchaus im Widerspruch zur Mehrheitsmeinung stehen. Wenn Minderheitsmeinungen mit dem Verdikt »eigensinnig« versehen werden, kann man folgern, dass sich Eigensinn und Gemeinsinn, entgegen verbreiteter Meinung, durchaus nicht immer ausschließen. Unverändert ist die Abneigung der Mehrheit, die Medien eingeschlossen, Eigensinn zu tolerieren. Dabei entspricht es der Konstruktion pluraler Demokratie, neben der eigenen Wahrheit andere Wahrheiten für möglich zu halten und zu schützen. Allerdings bedarf der Hinweis auf die nützliche Wirkung von Eigensinn einer gewichtigen Einschränkung: Eigensinn fällt aus dem Rahmen des Gemeinsinns, wenn Eigensinn uneinsichtig und brachial vertreten wird. Verabsolutiert ist er schädlich.

Eigentlich sollte in der pluralen Demokratie – Karl R. Popper prägte den Begriff »Offene Gesellschaft« – nichts als absolut und unveränderbar richtig gelten, außer der Sicherung eben dieser Grundbedingung von Pluralität. Möglichst viele Optionen sind offen zu halten, allerdings in Spannung zur Abwehr von Tendenzen, die den Mechanismus insgesamt aushebeln. Diese Grundhaltung hindert nicht daran, die erarbeitete Meinung für richtungweisend zu nehmen – bis zum Beweis des Gegenteils – und der gewonnenen Überzeugung nach engagiert zu handeln.

Kampagnen der Aktion Gemeinsinn zielten auf eine Überprüfung der Einstellung der Rezipienten ab und, wenn möglich, auf ein aktives Handeln zugunsten der gewonnenen Einstellung. Wenn beispielsweise die Kampagne »Das Alter darf nicht abseits stehen« heißt, geht es um eine Überprüfung des herrschenden Altersbildes. Das Thema bleibt auch über 50 Jahre nach Erscheinen der ersten Anzeigen, Plakate und Broschüren aktuell. Die Kampagne stammt aus 1962. Zum gleichen Thema gab es 1967 »Das Alter gehört dazu« und 1987 »Das neue Alter – Wie wollen wir morgen älter werden?«.

Ähnliches lässt sich zu Themen wie Jugend, Familie, Toleranz, Engagement, Bildung, Integration u. a. darlegen: Sie kehrten mit jeweils aktualisierten Fragestellungen einige Jahre später wieder auf die Agenda der Aktion Gemeinsinn zurück. Die meisten Kampagnen richteten sich an die gesamte Bevölkerung, unabhängig davon, ob die Angesprochenen professionell oder als Bürger mit dem Thema zu tun haben.

Den pro bono arbeitenden Werbeagenturen sei Dank für die hohe kommunikative Qualität der meisten Kampagnen.

Der lange Weg zum Leitbild »Aktiver Bürger«

Die Aufforderung zu bürgerschaftlichem Handeln verstärkte sich im Lauf der Jahre. In den ersten Jahren im Nachkriegsdeutschland beherrschte verständlicherweise die Furcht vor, das Volk könnte sich ein weiteres Mal von der Demokratie ab und einem Verführer zuwenden. Deswegen waren im Grundgesetz die repräsentativen Elemente stark und die direkten Handlungsmöglichkeiten, vom Wählen der Parteien und ihrer Repräsentanten abgesehen, schwach ausgeprägt worden. Unformalisierte Beteiligung rangierte abgeschlagen an dritter Stelle.

Heute, vor dem Hintergrund der positiven Erfahrungen der letzten Jahrzehnte, aber auch angesichts gewaltiger Herausforderungen, bei denen der Staat bis dato gewohnte Leistungen zurücknimmt, ist Bürgerengagement gefragt. Mehr denn je. Die Bürger sollen es richten. Die Zivilgesellschaft als Gegenüber von Staat und Wirtschaft, ein Konstrukt, dessen verbreitetste Definition die Negativabgrenzung ist, ist erfunden und wird beschworen. Zivilgesellschaft funktioniert anders als die beiden anderen Systeme; es ist durch Schenken von Zeit und Geld bestimmt. Die Aktion Gemeinsinn ist als Teil dieser Zivilgesellschaft mittlerweile eingerahmt von einer Fülle von Organisationen, die fast alle um Freiwillige werben. Die Aktion Gemeinsinn konnte sich nur in kurzen Abschnitten ihrer langen Geschichte Hauptamtlichkeit leisten.

Warum soll ich mich engagieren?

Mit welchen Argumenten können Bürger zur Mitarbeit geworben werden (5)? Die Einsicht in die Notwendigkeit ist ein erstes wichtiges Argument für Engagement. Auch ist das Verantwortungsargument keineswegs veraltet. Es besagt: Ich habe Verantwortung meiner Familie und der Gesellschaft gegenüber.

Unsere Gesellschaft, wir alle, profitieren von der steigenden Zahl der Freiwilligen, die immer mehr und immer anspruchsvollere Arbeiten verrichten. Wesentlich durch sie kann unsere Lebensqualität – allen Herausforderungen und Widrigkeiten zum Trotz – erhalten, vielleicht sogar verbessert werden.

Mehr Beachtung verdient drittens die subjektive Seite: Engagement bietet eine Chance, länger gesund zu bleiben. »Man kann auch durch Unterbelastung krank werden. Die Auslastung scheint zum neuen Gesundheitsideal zu werden. Egoismus und Altruismus gehen hier miteinander« (6). Wer gut handelt, fühlt sich gut; unentgeltliches Arbeiten muss nicht in jedem Fall pures Vergnügen sein, aber es kann mindestens ebenso viel Erfüllung bringen wie jede bezahlte Tätigkeit, in vielen Fällen sogar mehr, wenn das Miteinander stimmt und an der Sinnhaftigkeit kein Zweifel besteht.

Aber nicht jede/r kann oder will auf bezahlte Arbeit verzichten. Warum auch? Bezahlte und unbezahlte Arbeit im Mix, das ist kein Widerspruch, im Gegenteil: Wer aktiv ist, ist es oft an vielen Orten. Wobei ein interessanter Befund der Generali Altersstudie besagt: Es ist mit dem Anfangen nie zu spät (7).

Was bleibt? Was kommt?

Die Wahlentscheidung des Bürgers muss verteidigt werden, auch wenn sie anders ausfällt als zugunsten von bürgerschaftlichem Engagement, nämlich zugunsten keiner Tätigkeit im Alter oder auch zugunsten bezahlter Arbeit. Auf Engagement muss also notfalls verzichtet werden, auch wenn es schwer fällt. Der Appell an Verantwortung wurde in den Kampagnen der Aktion Gemeinsinn an vielen Themen konkretisiert. Gesellschaft braucht die zuwendende Haltung zum Nächsten und in der Summe zum Kollektiv; diese Haltung baut auf Voraussetzungen auf, die immer neu geschaffen werden müssen. Gemeinsinn braucht Integration, Integration braucht Gemeinsinn.

Noch wird über die Zusammenhänge von produktivem Eigensinn, Gemeinsinn als Haltung, Engagement, Freiwilligenarbeit und Ehrenamt insgesamt zu wenig nachgedacht, geforscht (9) und geredet. Wer sich engagieren will, sollte sich fragen, was damit bewirkt werden soll und wie man herausfindet, ob die angestrebten Ziele erreicht werden können. Nur so lässt sich das Projekt Zivilgesellschaft weiter entwickeln.

Das gilt für den Einzelnen und für Institutionen gleichermaßen. Vorstand und Mitgliederversammlung der Aktion Gemeinsinn sind der Frage nicht ausgewichen. Sie haben beschlossen, dass die Aktion im Frühjahr 2015 ihre Pforten schließt. Die Kraft rein ehrenamtlichen Engagements reicht nicht aus, um unter den radikal veränderten medialen Anforderungen Gemeinsinnsthemen erfolgreich zu kommunizieren; Aufwand und Ertrag sind

aller Anstrengung zum Trotz nicht länger in ein für die Beteiligten (vor allem Verlage und Agenturen) vertretbares Verhältnis zu bringen.

Wird damit ein wichtiges Glied in der Kette Aufmerksamkeit-Involvement-Aktion für Themen des Gemeinwesens zukünftig fehlen? Gewiss: Themenzentrierte NGOs haben sich in den letzten 20 Jahren in einer beeindruckenden Fülle hierzulande aufgetan und ein Ende des Gründerbooms ist nicht in Sicht.

Aber wer übernimmt die Felder »Kommunikation« und »Zusammenhang«, wie sie die Aktion Gemeinsinn in ihren erfolgreichen Jahren so beeindruckend beackerte? Ob die Anstrengung der engagierten Bürgerinnen und Bürger, zusammen mit Institutionen der Zivilgesellschaft und staatlichen und wirtschaftlichen Instanzen, ausreicht, um die Gesellschaft zusammenzuhalten und weiter zu entwickeln, wissen wir nicht. Eine Alternative im demokratischen Format aber gibt es nicht. Deswegen kann das Motto in Abwandlung eines beliebten Songs von Geier Sturzflug von 1983 nur lauten: »Ja, ja, ja, jetzt wird wieder in die Hände gespuckt, wir steigern das Sozialkapitalprodukt!«.

Anmerkungen

Dieser Beitrag ist ein Vorabdruck aus einem von der Aktion Gemeinsinn erstellten, im Frühjahr 2015 erscheinenden Buches, um dessen Titel zur Zeit noch diskutiert wird (in der Aktion Gemeinsinn wird immer gern und intensiv diskutiert). Die Aktion Gemeinsinn hat nach fast zweijähriger öffentlicher und interner Debatte ihre Selbstauflösung zum 31.3.2015 beschlossen. Die Frage, unter welchen Voraussetzungen Gemeinsinn dienende Kommunikation auch zukünftig wirksam sein kann, hat uns intensiv beschäftigt. Ich danke in diesem Zusammenhang Ansgar Klein (BBE), Volker Nickel (ZAW), Loring Sittler (Generali Zukunftsfonds), Uwe Amrhein und Katarina Peranic (Stiftung Bürgermut), Christoph von Below, Wolfgang Fürstner und Ferry Pausch (alle Deutschland Stiftung Integration), Andreas Apelt (Deutsche Gesellschaft), Dieter Härthe (Senat der Wirtschaft), Rupert Graf Strachwitz (Maecenata Stiftung) u. a. Der Vorstand hatte zu dieser Erkundung eine Arbeitsgruppe gebildet, der unter meiner Koordination Ivo Betke, Andreas Hegel, Guido Knapp, Dirk Propping, Cornelia Sonntag-Wolgast und Christian Wilmsen angehörten. Vergl. auch meinen Beitrag „Aktion Gemeinsinn: Arbeit einstellen oder den Auftrag neu interpretieren?“ in: Verbände Report Nr. 1/2013 S.36-39. Ein ähnlicher Beitrag findet sich auch auf der Homepage der Aktion Gemeinsinn. Er war nicht Ergebnis der Diskussionen mit den Vorgenannten, sondern der Startpunkt, der – ungewohnt für NGOs – öffentlich erfolgte.

<http://www.gemeinsinn.de/assets/files/ZukunftGemeinsinn.pdf>

(1) So der Politologe Carl-Christoph Schweitzer, einzig noch lebender Gründer, mit Unterbrechungen langjähriger Vorsitzender und heutiger Ehrenvorsitzender der Aktion Gemeinsinn

(2) Beitrag unter http://www.cap.uni-muenchen.de/download/2002/2002_gemeinsinn_konzept.pdf

(3) Vgl. <http://www.bertelsmann-stiftung.de/de/presse-startpunkt/presse/pressemitteilungen/pressemitteilung/pid/weniger-zusammenhalt-in-den-ostdeutschen-bundeslaendern/>

(4) Vergleiche hierzu die Thesen des Politologen Peter Graf Kielmansegg auf der Homepage der Aktion Gemeinsinn <http://www.gemeinsinn.de/283.html>

(5) Es folgt nur ein Ausschnitt aus der Debatte. Mehr dazu in meinem Beitrag »Acht Gründe, sich im Alter nicht bürgerschaftlich zu engagieren«, erschienen im BBE-Kampagnenmagazin »Engagement macht stark« (Ausgabe 1/2014) und im Jahrbuch Engagementpolitik 2015, in meinem Buch *Der Ruhestand kommt später*, Frankfurt 2012, und im bei steinbach sprechende Bücher im Frühjahr 2015 erscheinenden Hörbuch *2. Halbzeit – was nun? Entscheidungshilfen nicht nur für 68er und Babyboomer*. Infos dazu auf <http://www.vonvieregge.de>

(6) Klaus Dörner im Interview »Fürs Helfen ansprechbarer geworden«, in: Deutsches Ärzteblatt, Heft 5/2014, S.168. Wie einflussreich Dörners Positionen für das gewandelte Verständnis von Alter, Inklusion und Engagement sind, belegen neben zahlreichen Aufsätzen und Interviews vor allem seine beiden Bücher *Leben und Sterben, wo ich hingehöre*, Neumünster 2007, und *Helfensbedürftig, Heimfrei ins Dienstleistungsjahrhundert*, Neumünster 2012.

(7) Generali Alterstudie 2013 Hamburg 2012, S. 354: 23 Prozent der befragten bürgerschaftlich Engagierten zwischen 65 und 85 waren zuvor kaum oder gar nicht ehrenamtlich tätig.

(8) In der geltenden Definition gilt Familienarbeit, wie die Pflege von Angehörigen, bekanntlich nicht als Freiwilligenarbeit.

(9) Vgl. Ansgar Klein, Eckhard Priller, Rupert Graf Strachwitz, Wir brauchen ein Zentrum für Zivilgesellschaftsforschung, Ein Dossier, Opusculum Nr.75/August 2014, herausgegeben vom Maecenata Institut für Philanthropie und Zivilgesellschaft.

Autor

Dr. Henning von Vieregge, Verbandsgeschäftsführer a. D. und Politologe, ist Vorsitzender der Aktion Gemeinsinn und war langjähriges Mitglied und von 2011-2012 Vorsitzender des Stiftungsrates der Stiftung Mitarbeit.

Kontakt

E-Mail: henningvonvieregge@gmail.com

www.vonvieregge.de

Ein erfolgreiches Unternehmen ohne Kapital – Die Aktion Gemeinsinn: Immer am Puls der Zeit

Ulrich Schmid

»Mit den Mitteln der Werbung und Publizistik die Bürger unseres Staatswesens auf solche Aufgaben hinweisen, die im Interesse aller gelöst werden müssen, die aber Staat, Länder und Gemeinden nicht oder nicht alleine lösen können. Denn was der Staat nicht tun kann, was aber dennoch für die Gemeinschaft getan werden muss, das muss der Bürger tun.«

Auf der Basis dieser ersten Satzungsformulierung im Jahre 1957 entwickelte sich in bald sechs Jahrzehnten die Aktion Gemeinsinn zu einem unabhängigen und überparteilichen Bürgerverein, zu einem »Unternehmen ohne Kapital« und ohne Immobilien, wie es in den 1970er Jahren hieß, »zu einer der wenigen großen neuen Initiativen in der Geschichte der deutschen Nachkriegsdemokratie«, so die Beschreibung von Altbundespräsident Richard von Weizsäcker.

Person der ersten Stunde war Carl-Christoph Schweitzer als Ideengeber, Initiator, Gründer und Motor, als Ehrenvorsitzender heute Mahner und Ratgeber für eine neue Generation. Zur Namensgebung des Vereins führt Schweitzer aus, dass er eben ganz einfach die Forderungen des preußischen Reformers Freiherr vom Stein nach mehr Bürgersinn und Gemeingeist aus der Nassauer Denkschrift 1807 zusammengefasst und dann noch den »peppigen Begriff Aktion« davor gestellt habe. Diese Einfachheit, Klarheit und dieser Pragmatismus bestimmten die Jahre des Aufbaus in einer Bonner Republik der kurzen Wege zwischen den Institutionen, der Politik und den Entscheidern in den Unternehmen.

1958 begannen große öffentlichkeitswirksame Kampagnen und Aktionen. Seit dieser Zeit gab es in der Regel eine Kampagne in jedem Jahr zu einem brisanten gesellschaftspolitischen Thema, insgesamt 52 bis heute. Es gab besonders, bis in die 1990er Jahre,

- einen herausragenden medialen Reichweitenerfolg mit heute nicht mehr vorstellbaren Auflagenzahlen und Einschaltquoten,
- eine große Resonanz in der Bürgerschaft auf die Themen und die vielen Handreichungen, Hinweise und sogar individuellen Beratungen, die die Aktion Gemeinsinn als praktische »Lebenshilfe« anbot.

Welches waren die Erfolgsrezepte der Aktion Gemeinsinn?

Entscheidend war zunächst, dass Werbe- und PR-Agenturen, zusammengeschlossen im Gesamtverband Werbeagenturen, heute Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA), jedes Jahr kostenlos Unterstützung

gewährten. Sie bildeten mit ihrem kreativen und organisatorischen Know-How die Basis für die Themen-Kampagnen.

Die Medien waren das zweite Standbein: Nachrichtenagenturen, Tages- und Wochenzeitungen, Fachzeitschriften, Hörfunk und Fernsehen u. a. berichteten und stellten kostenfrei Anzeigenraum zur Verfügung. Die Mitglieder der Aktion Gemeinsinn sowie Privatpersonen und Unternehmen spendeten für den Druck und Versand der produzierten Printmedien.

Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, vor allen die Bundespräsidenten über Politiker jeden Ranges in Bund und Ländern, Kanzler, Fachminister und Abgeordnete bis zu den Entscheidungsträgern in Medien, Verbänden und Unternehmen, gaben mit ihrer Bekanntheit und ihrem persönlichem Einsatz für den Gemeinsinn Unterstützung und breite Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit.

Als »Matchwinner« erwies sich allerdings besonders, dass Aktion Gemeinsinn »immer am Puls der Zeit« war. Sie hatte ein ausgeprägtes Gespür für politisch-gesellschaftliche Belange, griff aktuelle, wichtige Fragen und Themen auf, die die Bürger beschäftigten, und formulierte ihre Forderungen, teilweise provokant, werblich publizistisch an die Adresse der Politik, der Verantwortlichen in der Wirtschaft und an die Bürger selbst. So lieferte sie Anstöße zu Debatten und aktivem Tun im vorpolitischen Raum.

Interessant ist hier, dass sich die Themen im Laufe der Jahrzehnte wiederholten, zwar in einer anderen Diktion und kommunikativen Verpackung, aber immer wieder auch erneut aktuell in Bezug auf den gesellschaftlichen Zustand und die Problemsituation der Bürger.

Sich bewegt und sehr konkret etwas bewegt hat die Aktion auf verschiedenen sozialpolitischen Ebenen. Dank der Kampagne »Das Alter darf nicht abseits stehen« (1962) zum Beispiel wurde das Kuratorium Deutsche Altershilfe gegründet.

Mit einer Anzeigenkampagne »Die Würde des Menschen ist unantastbar« übte sie über Tausende Briefe, die Bürger an ihre Bundestagsabgeordneten richteten, Druck aus, die gesetzliche Regelung zur Patientenverfügung vom Bundestag 2009 endlich zu verabschieden.

In der Vereinsgeschichte hat die Wiedervereinigung 1989 einen ganz außergewöhnlich hohen Stellenwert: Aktionen von 1989 bis 2009 warben um ein besseres Verständnis und größere Toleranz zwischen Ost und West. Damit begann auch eine weitere wichtige Aktivität des Vereins: Durch regelmäßige Tagungen, Dialogveranstaltungen und Workshops sollte die Auseinandersetzung mit der getrennten Vergangenheit diskutiert und fachlich-wissenschaftlich begleitet werden.

Bis jetzt fanden in dieser Tradition 65 Veranstaltungen statt. Die Zielgruppe junge Erwachsene/ Jugendliche war der Organisation besonders wichtig: Allein für diese Gruppe wurden in Ost und West rund 10 Veranstaltungen angeboten.

Über diese werblichen Kampagnen hinaus gab es eine Reihe sowohl begleitender Aktivitäten mit hoher bürgerlicher Mobilisierung als auch die vielen »leisen« Informationsangebote zu den öffentlich angesprochenen Problemfeldern, die in der Geschäftsstelle der Aktion Gemeinsinn einen enormen Aufwand an alltäglichen Beratungs- und Rückmeldungsaufgaben zur Folge hatte: Beworbene Broschüren mussten in Massen einzeln und über kooperierende Institutionen und Vereine verschickt werden, Menschen wurden auch persönlich beraten.

Schließlich verlieh die Aktion Gemeinsinn dreimal Preise für Zivilcourage. Neben der Kampagne zu diesem Thema im Jahre 2000 und u. a. einer deutsch-polnischen Tagung in Breslau und Kreisau im Jahre 2005 hierzu, wurden couragierte Personen, die in vielen Fällen unter Lebensgefahr gehandelt hatten, in den Jahren 1997, 2000 und 2006 ausgezeichnet.

Eine differenzierte Organisationsstruktur der Aktion Gemeinsinn ermöglichte sowohl Innovation und Kreativität als auch neue Impulse. Dazu wurden Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens durch Berufung in das Kuratorium an den Gemeinsinn gebunden. Ein Arbeitsausschuss aus Fachleuten diskutierte und legte Themen und Aktionen für die nächsten Jahre fest. Er wurde später von einem wissenschaftlichen Beirat abgelöst. Ein Jugendausschuss kümmerte sich um die Belange dieser Zielgruppe.

Schließlich war das ehrenamtliche Tun ein zentrales Prinzip der Arbeit. Dies bezog sich sowohl auf die Gremienarbeit, die gesamten Konzeptions- und Dienstleistungen im Rahmen der Kampagnen und Aktionen als auch auf die Organisation und Mitarbeit in der Geschäftsstelle. Um unabhängig zu sein und zu bleiben, nahm die Aktion Gemeinsinn bewusst nie eine institutionelle Förderung durch die öffentliche Hand in Anspruch.

So sehr all diese Faktoren und Prinzipien viele Jahrzehnte den außerordentlichen Erfolg des Vereins garantierten und zu vielen gesellschaftlichen Initiativen der Bürger beitrugen – gegen die erheblichen Veränderungen der medialen und werblichen Bedingungen ab Mitte der 1990er Jahre war die Aktion Gemeinsinn nicht gefeit.

Verlage und Medien kämpften um ihre Existenz. Die großzügige Gewährung von Pro-Bono-Anzeigen schwand. Der Wettbewerb zwischen den Werbeagenturen wurde härter. Die ursprüngliche Alleinstellung zu Beginn der Aktivitäten im kostenlosen Anzeigenbereich wich dem Konkurrenzkampf zwischen großen Nichtregierungsorganisationen sowie karitativen und weltanschaulichen Vereinen, Gruppen und Institutionen.

Bewusstsein und persönliche »Vorlieben« der Entscheider in Medien und Unternehmen, sich karitativ zu engagieren, änderten sich durch die – medial stark vermittelten – lauten und stillen Katastrophen im Süden dieser Welt. Dazu hatte sich Stück für Stück der Markt der Organisationen und Institutionen ausdifferenziert: Für die meisten Problemlagen und Themen entwickelten sich eigene Initiativen, Hilfsangebote und Vereine.

Kuratorien, Stiftungen und Agenturen nahmen ihre Spezialarbeit auf. Mit dieser Entwicklung ging eine Veränderung der Finanzierung und Professionalisierung sozialer Institutionen einher, die neben das Ehrenamt in einem Verein das Hauptamt unterstützend, begleitend und ergänzend stellte.

Schließlich: die digitale Revolution. Sie trug im Wesentlichen zu einer Veränderung der Kommunikation im öffentlichen Raum bei und verdrängte die jahrzehntelange Hegemonie der traditionellen Leitmedien wie der großen Tageszeitungen und der Fernsehanstalten.

Auf Grund dieser Faktoren wurde es für einen rein ehrenamtlich tätigen Verein immer schwieriger, sein Anliegen in die Öffentlichkeit zu tragen. Einschaltquoten gingen in den letzten Jahren, bis auf wenige Ausnahmen, zurück. Die Kampagnen fanden zwar moralische und politische Beachtung und Unterstützung, aber die Botschaften gingen in einem Meer von aktuellen und katastrophenfixierten Nachrichten und Berichten in den Medien unter.

Lange haben die Verantwortlichen der Aktion Gemeinsinn über eine mögliche Zukunft ihrer Organisation nachgedacht, haben sich Rat bei Experten geholt, interne kontroverse Diskussionen geführt und sich schließlich 2014 entschlossen, den Verein nicht mehr weiter zu führen.

In bald sechs Jahrzehnten sind herausragende Ergebnisse erzielt worden. Vieles ist angestoßen und verwirklicht, konkrete Hilfe für die Bürger gegeben worden. Ideen und Erfahrungen wurden weitergegeben. Kurz: Das Ziel ist erreicht. Den Staffelstab können nun andere Institutionen und Initiativen übernehmen.

Verbunden damit ist der Wunsch, dass eine junge Generation den Mut zur Erneuerung entwickelt, den die Aktion Gemeinsinn viele Jahrzehnte aufgebracht hat. In diesem Sinne verdient sie Respekt und Anerkennung für all ihre Leistungen durch die Jahrzehnte und zuletzt auch für ihren Mut, ihre Weitsicht und moralische Größe zu sagen: Das war's!

Autor

Ulrich Schmid ist Journalist und Publizist. Er ist gemeinsam mit Gudrun Classen Inhaber von SchmidClassen, Agentur für soziale Kommunikation.

Kontakt

E-Mail: mail@schmidclassen.de

»Immer ein roter Faden...«

Cornelie Sonntag-Wolgast, Vorsitzende der Aktion Gemeinsinn von 2006 bis 2012, im Gespräch mit dem Gründer und Ehrenvorsitzenden Carl-Christoph Schweitzer .

Cornelie Sonntag-Wolgast (CSW): An unsere erste Begegnung im Jahr 2001 erinnere ich mich gut, CC. Ich war Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesinnenministerium. Da kam jemand, der ausnahmsweise kein Geld vom Staat wollte. Die Aktion Gemeinsinn war mir ein Begriff. Aber erstaunt war ich schon.

Carl-Christoph Schweitzer (CC): Es war von Anfang an unser Prinzip, Cornelie, kein Geld für unseren Verein beim Staat auch nur zu beantragen. Hunderte von Vereinen tun das noch heute. Ich wollte damals nur generelle Unterstützung.

CSW: Schlagkräftige Anzeigen-Kampagnen über viele Jahre ohne institutionelle Förderung durchzuführen, kostet aber viel Kraft und Ausdauer – auch wenn sie 55 Jahre lang von den Medien kostenlos gestiftet wurden!

CC: Der Erfolg hat uns Recht gegeben. Wir hatten von Anfang an, wie man heute sagt, gut vernetzte »Schatzmeister/innen«. Berühmte Stiftungen wie die von Robert Bosch unterstützten uns auf Zeit. Unsere Botschaften regten die Bürgerinnen und Bürger zu den tollsten Aktivitäten an.

CSW: Entscheidend ist doch: Bleibt es beim bloßen Appell, oder wird daraus eine Bewegung? Welches sind aus Deiner Sicht die größten Erfolge aus der frühen Ära, als wir noch ohne Werbeagenturen auskamen, die uns später ja kostenlos halfen?

CC: Zum Beispiel 1959 regten wir mit dem Aufruf »Wer hilft ihr?« Frauen an, an einem Wochenende im Monat in Krankenhäusern und Altenheimen einfache Arbeiten ehrenamtlich zu übernehmen. Schon damals herrschte dort Personalnot. Es meldeten sich zu unserer Überraschung über 10 000 Interessierte! Wir haben sie allesamt wohnortnah vermitteln können. – Drei Jahre später starteten wir die ebenfalls stark beachtete Medienkampagne »Das Alter darf nicht abseits stehen«.

CSW: Dass dies zugleich die Urzelle des Kuratoriums Deutsche Altershilfe« war, ist ja sogar bei dessen 50jährigem Jubiläum gewürdigt worden!

CC: Die Anregung kam von mir in meiner Doppelfunktion als Co-Vorsitzender der Aktion Gemeinsinn und zeitweiliger Mitarbeiter des Bundespräsidenten Heinrich Lübke. Seine Frau Wilhelmine war in unsere Alterskampagne eingestiegen. Mein Vorschlag: Das Bundespräsidialamt sollte ein repräsentatives Kuratorium zusammenstellen, dem übrigens der damals 34jährige neue Münchner OB Hans-Jochen Vogel angehörte. Mit Hilfe des Bundesinnenministeriums verfasste ich eine Satzung. Das war der Start.

CSW: Es tut einer Initiative gut, wenn sie sich mittels eines Markenzeichens profiliert. Für mich war das etwa der »Herr Ohnemichel«, der Prototyp des passiven Deutschen...

CC: Einer unserer größten Werbe-Erfolge, 1964 auch mit Hilfe einer genialen Werbeagentur ausgearbeitet und an vielen Beispielen festgemacht! Den Ohnemichel kannten alle. Bis heute werde ich von älteren Menschen darauf angesprochen. Eine tolle Sache, mit der Botschaft: Lass Dich nicht allein vom Staat leiten, tu selber was!

CSW: Dieses Motiv: Tu selbst was! zieht sich wie ein roter Faden durch die jahrzehntelange Geschichte der Aktion Gemeinsinn. Und natürlich die großen Initiativen zugunsten besserer Bildungschancen für alle sozialen Schichten oder für ein besseres Miteinander zwischen Einheimischen und Zugewanderten. Seinerzeit war das ein kraftvolles Signal, lange bevor die breite gesellschaftliche Debatte über die Integration einsetzte! - Doch als wir später, vor einigen Jahren, mit dem Aufruf »Helft unseren Jüngsten!« Menschen bewegen wollten, gerade »bildungsfernen« Eltern und Migrantenfamilien den Kita-Besuch für ihre Kinder nahelegen und nachbarliche Schularbeits-Hilfe anzubieten, war der Erfolg mäßig. Vielleicht, weil Integration inzwischen zentrales Thema der offiziellen Regierungspolitik ist?

CC: Das ist eine wichtige Lehre auch für uns: Nicht Anliegen aufgreifen, die schon behandelt werden! Wir haben, wenn man so will, in vielen Bereichen unsere Mission erfüllt. Allerdings lehrt die Erfahrung, dass bestimmte Probleme nach etwa 10 Jahren wieder akut sind.

CSW: Ein anderer roter Faden war das Zusammenwachsen von Ost und West nach der Wende. Dafür haben wir sogar den »Einheitspreis« der Bundeszentrale für politische Bildung bekommen. Eine wirkungsvolle Kampagne war das Eintreten für die Stasi-Opfer zum 20. Jahrestag der deutschen Einheit. Ich denke, es wäre auch jetzt, 25 Jahre nach dem Mauerfall, ein Thema.

CC: Das ist tatsächlich nicht vom Tisch. Da gibt es schreckliche Schicksale von Menschen, die mit viel zu geringen Mitteln abgespeist wurden. Und unsere Appelle kurz nach der Wende, z.B. der Aufruf »Wir sind gleicher als wir denken« im Jahr 1992 haben uns die höchsten Abdruckzahlen überhaupt beschert. Außer den Kampagnen haben wir ja auch gesamtdeutsche Tagungen durchgeführt, bei deren Podien übrigens Angela Merkel zwei Jahre lang sehr aktiv mitwirkte. Sind wir nach 25 Jahren wirklich vorangekommen? Ich mache da die erstaunlichsten Erfahrungen. Kürzlich sagte mir eine frühere führende Persönlichkeit aus dem Osten, die Ostdeutschen seien immer noch unzufrieden mit ihren Lebensbedingungen. Als Vorsitzender der Aktion Gemeinsinn habe ich im Fernsehen mal im Scherz gesagt: man müsste gesetzlich regeln, dass Ostdeutsche jeweils nur Westdeutsche heiraten dürften und umgekehrt...

CSW: Seltsamer Vorschlag für jemanden, der stets für die Freiheit der Entscheidungen kämpft...

CC: Klar. (lacht) Aber insgesamt glaube ich, dass die jungen Leute in Ost und West kaum noch die Unterschiede wahrnehmen.

CSW: Als ich Vorsitzende wurde, steckte die Aktion Gemeinsinn gerade voll drin in der Forderung nach einer gesetzlichen Absicherung der Patientenverfügung. Das Thema berührt jeden von uns. Bis heute, und künftig.

CC: Da haben wir Kirchen und Verbände eingeschaltet, vor allem Bundestagsabgeordnete mit Briefen und Pressekongressen beknetet, endlich zu einer Regelung zu kommen. Es war der einzige Lobby-Einsatz unserer Vereinsgeschichte. Es hat gewirkt! Viele Parlamentarier haben uns danach beglückwünscht.

CSW: Hochaktuell ist auch unser Engagement für ein einiges Europa, gegen Renationalisierung. Eine notwendige Forderung angesichts der erstarkenden europakritischen Parteien.

CC: Das war ja unser letzter großer Erfolg mit einer Testimonial-Anzeige, die von vielen Prominenten unterschrieben wurde. Wir baten die Verlage um Abdruck zum letzten Mal ‚pro bono‘ mit dem Hinweis, dies sei das Finale unserer Kampagnen. - Es bleibt die entscheidende Frage überhaupt. Als Politikwissenschaftler, der sich seit Jahrzehnten mit der Entwicklung Europas befasst, bin ich nun in großer Sorge – ich weiß nicht, wie Du das siehst - dass uns der ganze Laden eines Tages in die Luft fliegt. Es hilft wohl nur, ein Europa zu schaffen, dessen Mitgliedstaaten in verschiedenen Geschwindigkeiten die gleichen Schritte zur weiteren Integration tun.

CSW: Und ich finde, dass Europa in dieser krisengeprägten Situation sich mit einer gemeinsamen, schlüssigen Außen- und Sicherheitspolitik und einer humanen Flüchtlingspolitik profilieren muss. Das sind die brennenden Themen unserer Zeit. Und wer überzeugende Konzepte liefert, wird auch europa-skeptische Bürger überzeugen.

CC: Ein Masterplan täte not. Ich vermisse bei den Spitzen des Staates energische Impulse. Aber ich bleibe weiterhin Optimist. Unsere Arbeit über fünfeinhalb Jahrzehnte hat Impulse gesetzt, hat Menschen zur Eigeninitiative inspiriert. Und sie war nachhaltig. Manche unserer Forderungen sind inzwischen Allgemeingut. Darauf können wir stolz sein.

CSW: Der Slogan auf unserem Briefkopf »Miteinander – Füreinander« hat Tradition, aber er ist nicht veraltet. Sich für den gesellschaftlichen Zusammenhalt stark zu machen, ist heute genauso notwendig wie anno 1957. Das Ziel bleibt auf der Tagesordnung, auch wenn die Aktion Gemeinsinn sich jetzt verabschiedet.

Autor/in

Dr. Cornelia Sonntag-Wolgast war von 2006 bis 2012 Vorsitzende der Aktion Gemeinsinn. Sie war Mitglied des Deutschen Bundestages und von 1998 bis 2002 Staatssekretärin im Bundesministerium des Inneren.

Prof. Dr. Carl-Christoph Schweitzer ist Gründer und Ehrenvorsitzender der Aktion Gemeinsinn. Er war Mitglied des Deutschen Bundestages und seit 1969 Professor für Politikwissenschaften an der Universität Bonn.

Kontakt

Aktion Gemeinsinn e.V.

Am Hofgarten 10

53113 Bonn

Tel. (02 28) 22 23 06

Fax. (02 28) 21 94 09

E-Mail: info@gemeinsinn.de

www.gemeinsinn.de

Redaktion

Stiftung Mitarbeit

Redaktion eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft

Eva-Maria Antz, Ulrich Rüttgers

Ellerstr. 67

53119 Bonn

E-Mail: newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de