

WAS TUN!

Ein Magazin über gesellschaftliches Engagement aus dem Zeitverlag



/ Ein Magazin über
Menschen, die
WAS TUN!



/ Das Engagiertenmagazin WAS TUN!

In WAS TUN! berichten wir von Menschen, die sich engagieren und für andere da sind. Ihre Geschichten regen zum Mitmachen an und fordern zum konkreten Handeln auf.

Gleichzeitig schauen wir auf die Menschen, die Hilfe und Unterstützung empfangen und erzählen davon, wie sich ihr Leben dadurch verändert. Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt und geben denen eine Bühne, die eine noch stärkere Sichtbarkeit in unserer Gesellschaft verdient haben.

Überzeugen Sie sich selbst!



/ Warum Sie bei WAS TUN! dabei sein sollten

WAS TUN! versteht sich als Podium für Stiftungen, NPOs, Vereine, kirchliche Organisationen und engagierte Unternehmen. Sie finden darin ein attraktives, positives und maßgeschneidertes Umfeld, um Ihre Kommunikations- und Spendenziele zu verfolgen.

Mit einem für Sie erstellten Artikel (Advertorial) lässt sich Ihr Anliegen oder Ihr Projekt anschaulich und attraktiv darstellen. So können Sie für engagierte Mithilfe oder finanzielle Unterstützung werben.

Das Magazin liegt einmal im Jahr der Aboauflage von DIE ZEIT bei.

Die Leserschaft von WAS TUN! ist überdurchschnittlich engagiert und vermögend. Damit ist sie nicht nur offen für Ihre Anliegen, sondern auch in der Lage, finanziell für Ihr Projekt aktiv zu werden.



Wen wir mit DIE ZEIT erreichen

REICHWEITE*

1,86 MIO.

Menschen erreicht DIE ZEIT wöchentlich.
Die verkaufte Auflage der Zeit liegt bei
628.639 Exemplaren**.

EINSATZ FÜR VERÄNDERUNG

60 %

der ZEIT-Leser:innen formulieren den
Anspruch, sich aktiv für die Veränderung in
der Gesellschaft einzusetzen.

FOKUS AUF NACHHALTIGKEIT

62 %

der ZEIT-Leser:innen achten beim Konsum
auf die Nachhaltigkeit der Produkte
(Umweltverträglichkeit, keine Kinderarbeit
etc.).

ENGAGEMENT

77 %

der ZEIT-Leser:innen schätzen soziales
Engagement als wichtig ein.

SPENDEN

58 %

der ZEIT-Leser:innen spenden einmal oder
mehrfach im Jahr.

AKTIV IN DER GESELLSCHAFT

422 Tsd.

Leser:innen bringen sich unentgeltlich und
ehrenamtlich ein



/ WAS TUN! Auf einen Blick

Erscheinungsart:

Magazin als Beilage der Abo-Auflage in DIE ZEIT

Erscheinungsweise:

Einmal jährlich

Zielgruppe:

Alle, die sich gesellschaftlich engagieren und die Gesellschaft mit einem persönlichen oder finanziellen Beitrag voranbringen möchten.

Verbreitete Auflage:

Als Beilage der Abo-Auflage (244.500 Exemplare) sowie zusätzliche Verbreitung auf Veranstaltungen der ZEIT und ihrer Tochtergesellschaften.

WAS TUN! versteht sich als **Podium** für Stiftungen, NPOs, Vereine und engagierte Unternehmen.

Es erzählt **Geschichten von Menschen und Institutionen**, die anpacken und die Gesellschaft mitgestalten wollen. **WAS TUN!** bietet Orientierung in Fragen des **gesellschaftlichen Engagements** und regt zum **aktiven Handeln** an.

In Artikeln, die mit Ihnen individuell erstellt werden, haben Sie aktive Beteiligungsmöglichkeiten.

Termine*

Erscheinungstermin	26.11.2026
Anzeigenschluss	10.09.2026
Druckunterlagenschluss	06.10.2026

*Für Advertorials gelten längere Vorlaufzeiten – wir informieren Sie. Terminänderungen vorbehalten.

Ein Magazin, das unseren Leser:innen zivilgesellschaftliche Orientierung gibt



→ [Hier geht's zur Ausgabe 2025/2026](#)

/ So könnte Ihr Beitrag in WAS TUN! aussehen

Sie bewegen etwas – wir bringen es auf den Punkt.
Im WAS TUN!-Magazin reichen die Möglichkeiten von
aufmerksamkeitsstarken Advertorials bis zur gezielten
Spendenaktivierung im Spendendossier. Für alle, die etwas
verändern wollen.

Für ausgewählte Formate begleiten unsere Reporter:innen Sie
persönlich und tauchen direkt in den Alltag Ihrer Organisation ein.

Unsere Formate sind flexibel, individuell anpassbar und eignen sich
für unterschiedlichste Kommunikationsziele und Budgets.
Finden Sie jetzt das passende Format für Ihre Botschaft.



/ Formate in WAS TUN!

UNSERE WAS TUN!-GESICHTER

1 Neman Subotic
2 Mira Demirovic
3 Saba Löwenberg
4 Anna Lind
5 Oskar Palocz
6 Albrecht Wamborg

WAS TUN!
14. August 2023 / 2023
58.150 €

Hinschauen

PATE FÜR DIE WELT

WAS TUN!-Gesichter
2.935 €

Titelstory
58.150 €

Advertorials
ab 12.800 €

WAS TUN!

BESTELLEN, LESEN, HELFEN

Sie wollen Gutes tun? Bestellen Sie Publikums der hier vorgestellten Organisationen und unterstützen Sie so die Arbeit in ihrer Sache für ihre Mitmenschen. Die Organisationen unterstützen Ihre gut gemeinten Absichten bestmöglicherweise.

DEUTSCHE AIDV STIFTUNG
MEITZ DER WELT E.V.
WIND-FLUCHTLINGSHILFE

PRO-PEACE
MEIN GUTER SOMMERSOMMER E.V.
ZÖKOLOGISCHE SOZIALISCHES FRANKFURT

JA, ICH BESTELLE KOSTENLOS FOLGENDE PUBLIKATIONEN:

WIRTSCHAFTS- UND SOZIALPOLITIK
WIRTSCHAFTS- UND SOZIALPOLITIK
WIRTSCHAFTS- UND SOZIALPOLITIK

Publikationsfeld
2.935 €

SPENDENDOSSIER

Ergeben Güter Preiswert, während Hungerkämpferinnen oder verletzliche Flüchtlinge in den Ländern der Welt leiden. Wie können wir helfen? Ein Dossier mit praktischen Tipps und Informationen zu den verschiedenen Organisationen in dieser Branche.

GERINGE GÜTER PREISE WÄHREND HUNGERKRISE

SPENDENDOSSIER

Spendendossier
ab 4.475 €

OH, WIE SCHÖN BLEIBT PANAMA!

Tiger und Bär pflanzen Regenwälder – mach mit!

GEMEINSAM STARK

KLIMASCHUTZ FÜR DIE ZUKUNFT

KLIMA FÜR ALLE

Exklusivadvertorial
ab 4.600 €

INHALT

12 Eine für alle
05 Magierheldinnen
08 Unter vier Augen
14 Ein guter Grund
24 Ein guter Grund
28 In Einzel
32 Hilfe für Helfer
34 Buchen und finden

Kindern Chancen schenken. Über das eigene Leben hinaus.

ROSA KINDERDORF

Inhaltsteaser ab 415 €
Alleinplatzierte Anzeigen ab 4.950 €

KEINE BITTSTELLER

WAS LESEN!

WAS LESEN!

Buchempfehlung
2.935 €

/ WAS TUN! Advertorialoptionen

/ Advertorial Basic

PAKET:

- Textanlieferung für das Advertorial durch Sie (Umfang nach Zeichenvorgabe)
- Materialanlieferung durch Sie (Bilder, Logo, QR-Code)
- Redigat durch die Servicedredaktion von Studio ZX
- Lektorat über das Studio ZX

KREATIVKOSTEN PRO 1/1-SEITE*

800,- €

*Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de. Die Preise beziehen sich auf Advertorials ab 1/1-Seite. Titelstory und Sonderformate gelten als Premiumadvertorials.

/ Advertorial Premium

PAKET:

- Kick-off-Termin mit der Servicedredaktion von Studio ZX
- Ihr Briefing an das Studio ZX
- Darstellungsform frei wählbar: Bericht, Porträt oder Interview
- Beratung durch die Servicedredaktion
- Für einen Aufpreis von 650,- € Ergänzung durch professionelles Fotoshooting oder Illustration(en)
- Ab einer Doppelseite Premiumadvertorial sind zudem folgende Sonderformate möglich:
Interview „Mal ehrlich“, Gipfelgespräch „Das ist ja wohl der Gipfel“, Ich-Reportage „Helfende Hände“
- Verfassen der Premiumadvertorialtexte durch die Servicedredaktion (Umfang nach Zeichenvorgabe)
- Lektorat über das Studio ZX

KREATIVKOSTEN PRO 1/1-SEITE*

1.500,- €

*Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de. Die Preise beziehen sich auf Advertorials ab 1/1-Seite. Titelstory und Sonderformate gelten als Premiumadvertorials.

/ Titelstory

Stärken

- Eine aufmerksamkeitsstarke und kostenbewusste Alternative zu einem eigenen Magazin
- Prominentester Artikel im Magazin
- Die Titelstory bestimmt die erste Ausrichtung des Magazins
- Überzeugt durch opulente Bilder/Grafiken
- Exklusivrecht: In der Titelstory werden keine Anzeigen oder Advertorials platziert
- Die Erstellung Ihres Beitrags erfolgt in enger Abstimmung mit Ihnen

Produktdetails

- Titelseite: 1 Teaser auf dem Titel
- Titelstory: Umfang Redaktion 4 Seiten, plus Inhaltsteaser
- Optional: Titelbild- und Fotoshooting (+3.000,- €)

Formate & Preise

Produkt	Umfang	Media	Kreativkosten	Fotoshooting	Gesamtpreis
Titelstory*	4 Seiten Redaktion + Teaser auf dem Titel ca. 15.000 Zeichen	51.500,- €	6.000,- €	650,- €	58.150,- €

*Optional können Sie für einen Aufpreis von 3.000,- € das Titelbild mit professionellem Fotoshooting dazubuchen. Sprechen Sie uns an. Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

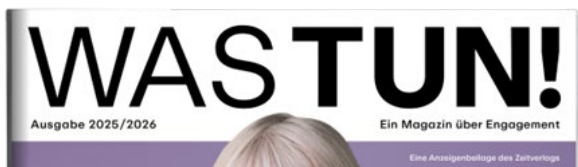


Hinschauen
Wie die „Christoffel-Blindenmission“ setzt sich Journalistin Gundula Gause für gesunde Augen ein. Ein Gespräch über Krisen, Engagement und den nötigen Blick nach vorn

Teaser auf Titelseite



Titelstory im Überblick



Hinschauen
Wie die „Christoffel-Blindenmission“ setzt sich Journalistin Gundula Glouse für gesunde Augen ein. Ein Gespräch über Krisen, Engagement und den nötigen Blick nach vorn

Dagegehalten
Verweise, Behauptungen und NGOs stehen unter Druck – floppig, politisch und gesellschaftlich. Wie sieht Engagement heute aus?

Anpacken
Wie wird aus neuen Ansätzen ein Erfolg? Ein Fallstudie über die Suche nach dem Weg dorthin.

AUGEN-ÖFFNEND

TITELGESCHICHTE „CHRISTOFFEL-BLINDENMISSION“ (CBM)
Text: Bettina Brakelmann

Dr. Evarista Mgaya operiert in Tansania Kinder am grauen Star, einer der häufigsten Ursachen für Blindheit. Mgaya ist die einzige Augenärztin in einer Region mit 18 Millionen Einwohner:innen, die Kinder operieren kann. Zu verdanken hat sie ihre Ausbildung der „Christoffel-Blindenmission“. Die Hilfsorganisation setzt sich für Menschen mit Behinderungen ein – auch in Tansania, einem der ärmsten Länder der Welt



Dr. Evarista Mgaya, Augenärztin

Wenn es ein Mann geckert, Dr. Evarista Mgaya wie ein Hahn, grunnt wie ein Ferkel oder tanzt singend im Keita – Hausmusik, ihre jungen Patient:innen verlieren die Angst. Die 44-jährige Augenärztin ist in einer Region mit über 18 Millionen Einwohner:innen die Einzige, die Kinder an den Augen operieren ab.

Rund 500 Kinder werden jährlich im Bugando Medical Centre in Morogoro behandelt, der zweitgrößten Stadt Tansanias. Die Patient:innen kommen mit Vorerkrankungen, Angewohnheiten, grünen Star und häufig auch mit grauem Star. „Das Wunderbare ist, dass die Kinder schon am Tag nach der Grauen-Star-Operation wieder sehen können“, sagt Evarista Mgaya. „Bei Lähmung sage ich mir: ein wenig mehr Arbeit ist.“ 2018 schloss sie eine durch die „Christoffel-Blindenmission“ (CBM) ermöglichte Ausbildung zur Kinderärztin ab.

Ein Kind, das mit grauem Star geboren wird, hat in Tansania kaum eine Chance auf ein selbstbestimmtes Leben. Es kann weder mit anderen Kindern herumtoben noch zur Schule gehen. Angewohnung und Vereinamung sind vorprogrammiert. Oftmals bedeutet eine Behandlung ein Leben in extremer Armut – für die Betroffenen wie auch für ihre Familie. Umgehlet kann Armut zu Behinderungen führen, etwa durch mangelhafte medizinische Versorgung, Unterernährung und fehlende Hygiene. Diesen Teufelskreis zu durchbrechen ist das zentrale Ziel der CBM. Seit über 60 Jahren kämpft sie weltweit gegen vermeintlich Blindheit. Ihr Motto: Hilfe zur Selbsthilfe.

Dr. Helio Philippus, Augenarzt am Uniklinikum Freiburg, lebt und arbeitet zumeist als Augenarzt für die CBM in Kenia und Tansania und ist auch weiterhin für die Organisation im Einsatz. In Ostafrika hat er rund 160 Augenärzt:innen ausgebildet, darunter auch Mgaya. Nicht nur so haben, sondern langfristige stabile Strukturen aufzubauen ist seine Vision. „Ziel meiner Arbeit ist es, mich dort langfristig überflüssig zu machen.“

Philippus ist klar: Das ist kein Sprint, sondern ein Marathon. „In Deutschland gibt es über 4.000 Augenärzt:innen in Tansania etwa 100 – für rund 70 Millionen Menschen.“ Schon früh war das hier 55-Jährige klar, dass er die

„Die Wahrung dieser Operation ist enorm“, sagt Helio Philippus und erinnert sich an die schonen Erlebnisse in seinem einzigen Berufsjahr in Tansania. „Es war zum Beispiel ein älterer Patient, dessen Lebensgrundlage wenige Kühe waren. Als sein Augenschmerz immer weiter zunahm, wurden ihm ein paar der Tiere gestohlen. Mit der Katarakt-Operation bekam er sein Augenlicht und ein Stück weit seine Würde zurück. Nicht zuletzt konnte er auch wieder besser auf die Hände aufpassen.“ Auch erzählt Dr. Helio, wie ihn die Einheimischen nennen, von den Großeltern, die von Gebirgen an grauen Star hatten, und dass er sie operierte. „Nach der Abschluss der Augenärztin konnten die dort zum ersten Mal ihre Mütter sehen. Das sind bewegende Momente, die im Gedächtnis bleiben“, so Philippus.

Die CBM hat – unterstützt durch die langfristige Hilfe von Menschen wie ihm und Dr. Evarista Mgaya – im Norden Tansania ein einziges Zentrum 2022 konnte in Morogoro, einer Millionenmetropole mit bislang kaum vorhandener augenärztlicher Versorgung, die Augenklinik Bugando Medical Centre eröffnet werden. Neben Mgaya arbeiten dort weitere, teils von der CBM ausgebildete Augenärzt:innen, die auch einen mobilen Augenarztverein aufgestellt haben. Dabei führen Teams in abgelegenen Dörfern, unterstützen die Menschen und operieren sogar vor Ort. Dank neuer Technologien wie einer Smartphone-App kann in Dörfern und Schulen das Screening der Bevölkerung genutzt werden. Die App ermöglicht es auch, nötige Augenbehandlungen wie eine OP in die Wege zu leiten.

„Sie sehen, es ist schon viel passiert“, sagt Armin Evarista Mgaya, wie die neue Klinik und neuen Personal. Aber es ist noch immer ein so, dass Kinder mit grauem Star zu spät kommen, weil die Eltern kein Geld für die Anreise haben.



Oben: Eine OP am grauen Star kostet in CBM-gestützten Projekten etwa 30 Euro. Viele Menschen können sich den Eingriff trotzdem nicht leisten – CBM übernimmt die Kosten dann komplett.

„Das Wachsen dieser Operation ist enorm“, sagt Helio Philippus und erinnert sich an die schonen Erlebnisse in seinem einzigen Berufsjahr in Tansania. „Es war zum Beispiel ein älterer Patient, dessen Lebensgrundlage wenige Kühe waren. Als sein Augenschmerz immer weiter zunahm, wurden ihm ein paar der Tiere gestohlen. Mit der Katarakt-Operation bekam er sein Augenlicht und ein Stück weit seine Würde zurück. Nicht zuletzt konnte er auch wieder besser auf die Hände aufpassen.“ Auch erzählt Dr. Helio, wie ihn die Einheimischen nennen, von den Großeltern, die von Gebirgen an grauen Star hatten, und dass er sie operierte. „Nach der Abschluss der Augenärztin konnten die dort zum ersten Mal ihre Mütter sehen. Das sind bewegende Momente, die im Gedächtnis bleiben“, so Philippus.

Die Rückführerinnen erreichen die CBM also in einer Phase, in der ihre Arbeit wichtiger ist denn je. Auf die Frage was NGOs in diesem schwierigen Zeiten benötigen, sagt Dr. Kai-Ina Beckhaus, Vorstand der „Christoffel-Blindenmission“: „Es braucht vor allem den politischen Willen, die Entwicklungszusammenarbeit nicht zum Spielzeug zu machen. Gerade in Krisenzeiten muss weiter in Solidarität, Gerechtigkeit und Zukunft investiert werden. Zudem wird private Unterstützung immer wichtiger – die Sonnen private Spenden ist zum Glück im vergangenen Jahr gewachsen. Damit das so bleibt, müssen wir noch besser zeigen, was wir erreichen, und nachweisen, dass jeder gespendete Euro auch dort ankommt, wo er benötigt wird.“

Von stimmungsgeladener und regelmäßiger Geldspende über Kinderparaschulen bis hin zur Überlassung von Liebeskuchen – Janssen können die CBM auf ganz unterschiedliche Arten unterstützen“, so Rainer Beckhaus. „Unternehmen können etwa als Großspender den Bau eines Klassenzimmers oder einer Augenklinik finanzieren. Sie können aber auch in Kooperation mit der CBM eine eigene Spendenaktion starten.“

Die institutionellen Mittelströme in Deutschland, auf europäischer Ebene und in den USA treffen Kliniken wie der Bugando Medical Centre in Morogoro aber. Weniger Geld bedeutet nicht weniger Operationen oder gesellener Krankenbesuche. Es bedeutet: Menschen sterben, obwohl es vermeintlich wäre. Kinder können nicht zur Schule gehen. Familien erstickten immer tiefer in die Armut. Evarista Mgaya sagt: „Ich bin selbst Mutter zweier Kinder. Es schmerzt unendlich, wenn ich sehe, dass ein Kind blind ist, obwohl es hätte behandelt werden können.“

Schon vor über einem Jahrzehnt wusste der CBM-Gründer und Pfarrer Ernst Jakob Christoffel: Blindheit ist nicht nur ein medizinisches, sondern auch ein soziales Problem. Wer nicht sehen kann, wird ausgegrenzt, wird ausgegrenzt wird, bleibt arm. Diese Abwärtsspirale zu durchbrechen ist die Mission der CBM – heute wie damals.



Dr. Helio Philippus leitet mit Unterstützung der CBM Hilfe zur Selbsthilfe. Er behandelt Patient:innen und leitet Augenärzt:innen aus.

DER DEUTSCHE „CHRISTOFFEL-BLINDENMISSION“ (CBM)
Der deutsche Pfarrer Ernst Jakob Christoffel (1876–1955) reiste Anfang des 20. Jahrhunderts in den Orient und war erschüttert: Er sah viele blinde, behinderte und zugespaltene Kinder, denen niemand half. Er holte sie von der Straße und gab ihnen Unterricht, wörter in Blindenschriften in ihren Sprachen entwickelte. Aus seiner Arbeit ist die „Christoffel-Blindenmission“ (CBM) hervorgegangen. Ihr Ziel ist es noch wie vor, gemeinsam mit den Menschen in Entwicklungsländern den Kreislauf von Armut und Behinderung zu durchbrechen und vor Ort die Lebensqualität zu verbessern, als eine der größten und ältesten Hilfsorganisationen und der inklusiven Entwicklungszusammenarbeit kämpft die CBM dafür, dass sich das Leben von Menschen mit Augenkrankheiten und anderen Behinderungen dauerhaft zum Positiven wendet. Die Organisation berät in Sachen Inklusion und Vermehrung von Behinderungen die WHO und die Vereinten Nationen. Sie schenkt andere Hilfsorganisationen, bildet im Globalen Süden Ärzt:innen aus und treibt Inklusion voran.

WEITERFÜHRENDE INFOS GIBT ES HIER:
www.cbm.de oder einfach den QR-Code scannen

Das Advertorial mit Exklusivplatzierung

Stärken

- Besondere Aufmerksamkeit zum Heftestieg
- Exklusive Platzierung neben dem Editorial der Redaktionsleitung
- Starkes Format für direkte Aktivierung der Leserschaft und zur Generierung von Spenden

Produktdetails

- Exklusivplatzierung: 80,3 x 315 mm (B x H)
- Platz für Abbildung
- Texteintrag: Headline max. 30 Zeichen, Intro max. 100 Zeichen, Kurzinformation ca. 500 – 800 Zeichen
- Erstellung Ihres Formats über die Serviceredaktion

Formate & Preise

Produkt	Umfang	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
1/3 Seite Redaktion	80,3 x 315 mm 500 – 800 Zeichen	4.225,- €	375,- €	4.600,- €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

OH, WIE SCHÖN BLEIBT PANAMA!

Tiger und Bär pflanzen Regenwälder – mach mit!

Ob groß oder klein – eine heile Erde ist für uns und alle kommenden Generationen wichtig. Lasst uns deshalb gemeinsam Wälder schaffen. Auch Janoschs Tiger und Bär helfen kräftig mit. In Panama – dem Land ihrer Träume – pflanzen sie den Tigerten-Wald.

JETZT
WALD SCHAFFEN:
tigerten-wald.de

DER TIGERENTEN WALD

The Generation Forest

Editorial

GEMEINSAM STARK

Stiftungen, Vereine und gemeinnützige Organisationen stehen zunehmend unter Druck. Während in den USA Donald Trump Fördermittel für internationale Hilfsprojekte und Programme für Diversität und Vielfalt abschafft, geraten auch hierzulande zivilgesellschaftliche Akteure in Bedrängnis: Die Gelder für Entwicklungszusammenarbeit werden gekürzt, und mit einer Kleinen Anfrage Ende Februar 2023 stellte die CDU/CSU-Bundestagsfraktion zahlreiche Initiativen und Fördermittelempfehlungen unter Gegenbeschluss. Ein besorgniserregendes Signal: Politisch engagierte Organisationen sehen sich durch ein veraltetes Gemeinnützigkeitsrecht bedroht und werden nur Ausgrüßliche für rechte und populistische Kräfte. Doch nicht nur der politische Druck wächst, auch die reale Bedrohungsgefahr verändert sich: Die Hasskriminalität gegenüber queeren Personen und Menschen mit Migrationshintergrund nimmt zu, ebenso die Zahl antisemitischer Gewalttaten.

Doch anstatt sich von Werten und Taten einschüchtern zu lassen, hält die Zivilgesellschaft entschlossen dagegen. Das Motto scheint zu sein: jezt erst recht – auch, oder gerade, wenn es schwierig wird. Mit Allianzen, öffentlichen Stellungnahmen, Brandbriefen und mit wertvoller Projektarbeit vorreiligen Menschen für Engagement, die Demokratie, Vielfalt und Gemeinnützigkeit.

In einem Bericht auf Seite 16 schaut sich unser Autor Philipp Nagels genauer an, wie es um die Zivilgesellschaft bestellt ist: was sie beunruhigt und welche Lösungen sie findet. Persönlichkeitsstudien und Ehrenamtsreife Gundals Gause erzählt, was ihr auch in einer „konfliktreichen Zeit des Wandels“ Zurechnung gibt (Seite 8). Und Eva Fußfänger, Gründerin und WAS TUN!-Kolumnistin Neven Subotic beschreibt auf Seite 34, warum sich gesellschaftlicher Einsatz immer lohnt, wie er zu seinem Engagement fand und was ihn auf diesem Weg geprägt hat.

In WAS TUN! 2023 zeigen wir, wie die Zivilgesellschaft unter Druck gerät – und wie sie entschlossen dagegenhält. Wir machen sichtbar, wer aufsteht und Verantwortung übernimmt. Für uns. Für unsere Demokratie. Und ganz besonders für jene, für die es sonst niemand tut.

Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihre Anna-Lena Lämpert
Redaktionsleitung

KLIMASCHUTZ FINANZIEREN. VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Emissionen reduzieren, nachhaltige Entwicklung fördern – mit der „Klima-Kollekte“

Jetzt aktiv werden – für eine bessere Zukunft. Die „Klima-Kollekte“ bietet Ihnen die Möglichkeit, durch die Finanzierung zertifizierter Klimaschutzprojekte im Globalen Süden aktiv zu werden. Diese Projekte reduzieren nicht nur CO₂-Emissionen – sie bekämpfen Armut, stärken Frauen und verbessern die Gesundheit vor Ort.

Ob durch Biogasanlagen oder effiziente Heizöfen: Die eingesetzten Technologien schaffen Perspektiven und schützen das Klima nachhaltig. Alle Projekte sind mit dem Gold Standard for the Global Goals zertifiziert und tragen direkt zu den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen bei.

Leisten Sie einen Beitrag zum Klimaschutz und zur globalen Gerechtigkeit!

KLIMA KOLLEKTE

HIER KÖNNEN SIE WAS TUN

Klima-Kollekte gGmbH
Spendenkonto:
DE31 2504 0010 014 2440 14
E-Mail: info@klima-kollekte.de
www.klima-kollekte.de

/ Teaser im Inhaltsverzeichnis

Stärken

- Mehr Aufmerksamkeit für Ihr Advertorial direkt am Anfang
- Weckt die Neugier der Leser:innen mit einem Bild sowie einem individuellen Teasertext
- Besondere Positionierung am Heftanfang

Produktdetails

- Nur in Kombination mit einem Advertorial ab 1/1-Seite buchbar.
- Erstellung Ihres Formats über die Servicedredaktion

Formate & Preise

Format*	Umfang	Media	Kreativkosten	Preis
1 Inhaltsteaser groß	Textmenge und Bildgröße variabel	420,- €	100,- €	520,- €
2 Inhaltsteaser klein	Textmenge und Bildgröße variabel	315,- €	100,- €	415,- €


*Nur in Kombination mit einem Advertorial ab 1/1-Seite möglich.

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.


Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de



INHALT

12
Eine für alle
Dr. Eivorista Mgaya kämpft in ihrer Heimatregion in Tansania gegen den grauen Star. Dank des Einsatzes der „Christoffel-Blindenmission“ (CBM)



24
Ein guter Grund
Verändern Menschen ihr Leben, wenn sie ein bedingungsloses Grundeinkommen erhalten? Zu dieser Frage forscht der Verein „Mein Grundeinkommen“




**Kindern Chancen schenken.
Über das eigene Leben hinaus.**

Mit Ihrer Nachlassspende unterstützen Sie SOS-Kinderdorf dabei, benachteiligte Kinder und Jugendliche zu stärken.

Mehr Informationen unter
sos-kinderdorf.de/testament



Jetzt QR-Code scannen und kostenlosen Ratgeber anfordern.

SOS-Kinderdorf e.V.
Maximilian Wolf und Team
Renatastraße 77 | 80639 München

089 12606-300
erbehilft@sos-kinderdorf.de

/ WAS TUN!-Gesichter

Stärken

- Zeigen Sie die Menschen, die in Ihrer Organisation Großes bewegen und heben Sie ehren- und hauptamtlich Engagierte auf die Bühne
- Sie gehen mit gutem Beispiel voran und begeistern für Ihre Arbeit
- Die Held:innen wecken die Neugier der Leser:innen

Produktdetails

- Bildgröße/Text-Fläche: ca. 78 x 162 mm, max. 380 Zeichen
- Erstellung Ihres Formats über die Servicedredaktion
- Nur in Kombination mit einem Advertorial ab 1/1-Seite möglich.

Formate & Preise

Produkt	Format	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
WAS TUN!-Gesichter*	78 x 162 mm 380 Zeichen	2.785,- €	150,- €	2.935,- €

*Nur in Kombination mit einem Advertorial ab 1/1-Seite möglich

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.

Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

Engagierten-Porträts

UNSERE WAS TUN!- GESICHTER

↑ **Neven Subotić**
„wall-toi“-Geschäftsführer & WAS TUN!-Kolumnist

„Obwohl wir schon viel erreicht haben, ist meine wichtigste Motivation, anzuerkennen, dass unser Engagement nie ausreichen wird. Aber: Ich versuche zumindest, mein individuelles Potential voll auszuschöpfen“, schreibt Neven Subotić in seiner Kolumne. Seit 2012 setzt sich der Ex-Fußballprofi für sauberes Trinkwasser in ländlichen Gebieten Ostafrikas ein.

→ **Mirza Demirović**
Head of „Nordstadtliga“

25 Jahre „Nordstadtliga“, Demirović und seine Mitspieler:innen feiern Jubiläum. Dann: Schon seit 2001 betreiben sie die Straßenfußballliga für Kinder und Jugendliche im Dortmunder Norden. Sie wollen ihnen damit eine kostengünstige, sinnvolle und gesunde Freizeitbeschäftigung ermöglichen. Eine Liga extra für Mädchen gibt es auch: Dort ticken die „Nordstadtlige Queens“.

← **Stella Loewenberg**
Change-Managerin & Social Artist

Stella Loewenberg spendet als eines von vielen „Crowdförmer:innen“ an „Mein Grundkomment“. Denn sie findet: „Eine Idee, deren Zeit reif ist, verdient Unterstützung“, so die 57-Jährige. Grundkomment hilft, das kreative Vermögen des Einzelnen zu heben, wovon die Gesellschaft profitiert. Ich kann Sinn stiften, statt nur meine Existenz sichern zu müssen.“

→ **Anna-Lena von Hodenberg**
Mitgründerin von „HateAid“

Respekt und Toleranz im Netz seien entscheidend für eine Demokratie, die gerade heute Unterstützung brauche. Mit dieser Vision tritt von Hodenberg seit der Gründung von „HateAid“ an. Die Organisation klärt über digitale Gewalt auf, berät Betroffene und unterstützt sie rechtlich. Für ihren Einsatz wurde von Hodenberg 2025 mit dem Bundesverdienstkreuz geehrt.

↑ **Gisèle Pelicot**
Ikone im Kampf gegen sexualisierte Gewalt

„Die Scham muss die Seite wechseln“. Mit einem öffentlichen Prozess schaffte Pelicot weltweit Aufmerksamkeit für sexualisierte Gewalt an Frauen. Über Jahre wurde die Französin von ihrem Ex-Ehemann betäubt und im Internet Männern zur Vergewaltigung angeboten. Der Prozess ist seit Oktober 2022 abgeschlossen, die Debatte ist es längst noch nicht.

← **Albrecht Weinberg**
Holocaustüberlebender

Weinberg gab dieses Jahr sein Bundesverdienstkreuz zurück. Der Grund: Der Plan der Union zur Verschärfung der Asylpolitik fand im Bundestag eine Mehrheit mit Stimmen der AfD – ein Noxum. „Es ist zu schwer geworden, es zu tragen, wenn man solche Nachrichten hört“, sagte der 90-jährige. Weinberg engagiert sich noch heute für die Erinnerung an die NS-Verbrechen.

Damit Demokratie funktioniert, braucht es Menschen, die sich engagieren. Gerade jetzt – in Zeiten wachsender politischer Spannungen. Wir stellen Ihnen deswegen Personen vor, die genau das tun. Personen, die sich für ihre eigenen und die Rechte anderer starkmachen und uns damit inspirieren

6

Das Spendendossier

Stärken

- Starkes Format für die direkte Aktivierung der Leserschaft und zur Generierung von Spenden

Produktdetails

- Jeder Beitrag erhält einen übersichtlichen Infokasten mit Ihren Kontaktdaten, Ansprechpartner:innen und Spendenkonto
- Formaterstellung über Serviceredaktion

Formate & Preise


Format	Umfang	Media	Kreativkosten	Preis
1 1/3 Seite Redaktion hoch	80,3 x 315 mm 500 – 800 Zeichen	4.100,- €	375,- €	4.475,- €
1/3 Seite Redaktion quer	241 x 82 mm 500 – 550 Zeichen	4.100,- €	375,- €	4.475,- €
2 1/2 Seite Redaktion	241 x 157,5 mm 1.000 – 2.000 Zeichen	6.200,- €	600,- €	6.800,- €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

SPENDENDOSSIER

Eingeschränkte Pressefreiheit, wachsende Hungerkatastrophen oder schwindende Biodiversität: Die Herausforderungen für uns als Gesellschaft sind groß. Und sie verlangen Einsatz. Soziales Engagement ist facettenreich, und jeder kann etwas bewegen. Wen und wo Sie unterstützen können, zeigen die Organisationen in dieser Porträtreihe

SEMEINSAM GEGEN DIE WELTWEITE HUNGERKRISE



ES REICHT

Tatsächlich gibt es insgesamt genug Nahrung und Geld auf der Welt. Jedes ist nur nicht gerecht verteilt. Die Folge: eine globale Hungerkrise. Allen 42,8 Millionen Kinder unter fünf Jahren sind laut Welternährungsorganisation akut mangelernährt. Jedes 15. Kind, auch der dreijährige Ekiti aus Kenia.

Statt zu spielen, wartet er in der langen Schlange einer Essensausgabe auf seine einzige Mahlzeit des Tages. Für mehr bleibt ihm momentan kaum Kraft. Denn er ist akut mangelernährt. Ihm fehlen die Nährstoffe für ein gesundes Aufwachen.

„Als wir zum ersten Mal hierherkamen, war er so schwach, dass er nicht einmal laufen konnte“, erzählt Ekitis Mutter. Hier, in der Hilfsstation von „World Vision“ erhält ihr Sohn regelmäßig eine warme Mahlzeit – und therapeutische Aufbaumahlungen. Hilfe, die sein Leben rettet.

Als größter Partner des Welternährungsprogramms der Vereinten Nationen setzt sich „World Vision“ mit aller Kraft dafür ein, dass jedes Kind satt wird und gesund aufwacht. Schon heute erhält alle 60 Sekunden ein hungriges Kind eine Mahlzeit. Aber damit wir


noch mehr Kindern helfen können, braucht es noch viel mehr Unterstützung. Schon mit 40 Euro finanzieren Sie die medizinische Versorgung von Kindern, mit 60 Euro ein Paket Aufbaumahlung, mit 100 Euro versorgen Sie eine Familie einen Monat lang mit Nahrung.

World Vision
ZUKUNFT FÜR KINDER

HIER KÖNNEN SIE WAS TUN


World Vision Deutschland e. V.
Es braucht mehr Unterstützung, damit mehr Kinder ernährt werden und gesund aufwachsen können!

Informieren und spenden:
www.worldvision.de/es-ist-genug



HUMANITÄRE HILFE UNTER DRUCK. JETZT ZÄHLT IHR EINSATZ! LEBEN

Als Unternehmen Nothilfe-Partner werden und Menschen vor der Flucht Schutz und Sicherheit geben



Über 122 Millionen Menschen sind weltweit auf der Flucht. Ihre Not wird von Tag zu Tag größer – mit jeder Krise, jedem Konflikt, jeder Katastrophe. Die von Regierungen bereitgestellten Mittel für humanitäre Hilfe reichen bei Weitem nicht mehr aus, um auch nur ihre überlebenswichtige Versorgung mit Nahrung, Wasser, medizinischer Hilfe und Unterkünften zu sichern. Als Unternehmen können Sie dazu beitragen, dass wir schnell handeln und Hilfe an die entlegenen Orte der Welt bringen können – so erreichen wir die Menschen genau dort, wo sie am dringendsten Schutz brauchen. Werden Sie Nothilfe-Partner – gemeinsam retten und schützen wir Leben.

Deutsches Kinderhilfswerk

HIER KÖNNEN SIE WAS TUN

Deutsches Kinderhilfswerk e. V.
Für Kinderrechte, Beteiligung und die Überwindung von Kinderarmut in Deutschland


UNO-Flichtlingshilfe
Spendenkonto: Sparkasse Köln/Bonn
IBAN: DE78 2505 0100 0008 90
Verwendungszweck: WAS TUN

Frankfurt/Bonn
Telefon: (0228) 90 90 86-37
E-Mail: rech@unoflichtlingshilfe.de
www.uno-fluechtlingshilfe.de/fluechtlingstuer

KINDERARMUT PRÄGT EIN GANZES LEBEN

In Deutschland lebt jedes fünfte Kind in Armut. Das „Deutsche Kinderhilfswerk“ setzt sich für sie ein

Als Kind in Deutschland in Armut aufzuwachen, das heißt weniger Bildungschancen, weniger Teilhabe am sozialen Leben, weniger Möglichkeiten, eigene Talente zu entfalten. Eine Benachteiligung, die sich oft auf das ganze Leben auswirkt. Das „Deutsche Kinderhilfswerk“ setzt sich seit über 50 Jahren in Politik und Gesellschaft für die Rechte der Kinder ein. Es macht sich dafür stark, dass Kinderarmut überwinden wird und alle Kinder in Deutschland die gleichen Chancen bekommen. Als zivilgesellschaftlicher Partner springt das „Deutsche Kinderhilfswerk“ mit Förderungen von jährlich Hunderten Kinder- und Jugendprojekten ein, wo staatliche Hilfe endet oder gekürzt wird. Der gemeinnützige Verein ist dafür auf die Unterstützung durch Spenden, Fördermitgliedschaften und Nachbarn angewiesen.



Die Welt erlebt derzeit so viele Kriege und bewaffnete Konflikte wie noch nie seit Ende des Zweiten Weltkriegs. Hass und Polarisierung vergiften das Zusammenleben. „Pro Peace“ setzt sich dafür ein, dass Frieden wieder wachsen kann: Seit 30 Jahren stützt die Organisation zivilgesellschaftliches Engagement, öffnet Räume für Dialog und baut Vertrauen und Freundschaften ab – im Nahen Osten, in der Ukraine und auch hier in Deutschland. „Pro Peace“ zeigt Kindern und Jugendlichen, wie sie Frieden aktiv leben und gestalten können, und hilft Kommunen dabei, Konflikte konstruktiv zu lösen. Mit ihrer Spende an „Pro Peace“ ermöglichen Sie diese professionelle Friedensarbeit und investieren in eine gerechtere, friedlichere Zukunft. Entscheiden Sie sich heute für Frieden!

Pro Peace

HIER KÖNNEN SIE WAS TUN

Pro Peace
Entscheiden für Frieden

Spendenkonto: GLS Gemeinschaftsbank
IBAN: DE44 4306 0947 0003 7344 00
Verwendungszweck: WAS TUN

10000 Regensburg
Telefon: (0221) 912 32-0
E-Mail: info@propeace.de
www.propeace.de

Ihre Spendenpublikation in WAS TUN!

Stärken

- Bieten Sie Ihre Infomaterialien, Jahresberichte und Magazine zur kostenfreien Bestellung an
- Unsere Leser:innen bestellen über uns die gewünschte Publikation per Coupon, E-Mail, QR-Code oder unserer Landingpage
- Wir bereiten die Adressen DSGVO-konform auf und übersenden diese regelmäßig an Sie
- Sie erhalten qualifizierte Adressen (Donor Journey) zur Weiterverarbeitung

Produktdetails

- Publikationsfeld: 66,6 x 83 mm
- Abbildung: 35 x 50 mm bzw. 50 x 35 mm, Kurzinfo ca. 80 – 100 Zeichen

Formate & Preise


Produkt	Format	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
Publikationsfeld	66,6 x 83 mm 80 – 100 Zeichen	2.785,- €	150,- €	2.935,- €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände.
Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

Publikationen

BESTELLEN, LESEN, HELFEN


Sie wollen Gutes tun? Bestellen Sie Publikationen der hier vorgestellten Organisationen und informieren Sie sich in Ruhe zu Hause über Ihre Möglichkeiten. Die Organisationen schicken Ihnen die gewünschten Broschüren kostenfrei zu



QR-Code scannen
und kostenfrei bestellen!

CBM CHRISTOFFEL-BLINDENMISSION E. V.

Investieren Sie in Großprojekte der Entwicklungszusammenarbeit! Mit uns als Partner an Ihrer Seite



MGE 001

CBM CHRISTOFFEL-BLINDENMISSION E. V.

Es gibt gute Gründe, Ihr Testament rechtzeitig zu regeln. Unser kostenloser Ratgeber hilft Sie an



MGE 002

WEISSER RING E. V.


„Die Scham muss die Seite wechseln!“ Welche Konsequenzen hat Gisèle Pelicot's Kampf in Frankreich für Vergewaltigungsopfer in Deutschland?



MGE 003

WWF DEUTSCHLAND

Testamentsleitfaden für den Natur- und Umweltschutz und hilfreiche Checklisten für Ihre Nachlassplanung



MGE 004

SOS-KINDERDÖRFER WELTWEIT

Gutes tun über das eigene Leben hinaus



MGE 005

CARITAS-STIFTUNG DEUTSCHLAND

Mit diesem Ratgeber informieren wir Sie, wie Sie Ihr persönliches Vermächtnis stiftend gestalten können



MGE 006

DEUTSCHE AIDS-STIFTUNG


Stiften und Vereinen – praktische Tipps und hilfreiche Materialien



MGE 007

ÄRZTE DER WELT E. V.

Ein Leitfaden zur Gestaltung Ihres Testaments – mit Einlegern für Ihre Unterlagen



MGE 008

UNO-FLÜCHTLINGSHILFE


„FLUCHTPUNKT“ ist das Magazin der UNO-Flüchtlingshilfe, das über Flucht, Vertreibung und die Arbeit des UNHCR informiert



MGE 009

PRO PEACE


Gestalten Sie mit Ihrem Nachlass eine friedliche Zukunft – unser Testamentsratgeber begleitet Sie dabei



MGE 010

MEIN GRUND-EINKOMMEN E. V.

Ein Fragepiel über Werte, Geld und die Wirkung des Grundeinkommens auf unser Leben



MGE 011

ZOOLOGISCHE GESELLSCHAFT FRANKFURT

Bewahren, was Ihnen am Herzen liegt: unser „Gorilla“-Magazin mit Testamentsberatung



MGE 012

JA, ICH BESTELLE KOSTENFREI FOLGENDE PUBLIKATIONEN:

MGE 001	MGE 002	MGE 003	Name / Vorname
MGE 004	MGE 005	MGE 006	Stimme / Hausnr.
MGE 007	MGE 008	MGE 009	PLZ / Ort
MGE 009	MGE 011	MGE 012	E-Mail
			Datum <input checked="" type="checkbox"/> Unterschrift

Ihre Bestellmöglichkeiten:
E-Mail: engagement@zeit.de | Online: advise.zeit.de/publikationen/was-tun | Postanschrift: DIE ZEIT | Christine KHN | Spenssart 1 | 20095 Hamburg
Der Versand der Publikation findet durch die jeweilige Organisation selbst statt. Zu diesem Zweck leiten wir Ihre Postanschrift weiter.
Weitere Informationen zum Datenschutz finden Sie in unserer Datenschutzerklärung unter advise.zeit.de/faq.

ZEIT Advise

/ Buchempfehlung

Stärken

- Das Advertorialformat der Buchempfehlung lässt Ihre Buchtitel im Rampenlicht strahlen
- Ideales Umfeld für Spitzentitel zu beispielsweise sozialen, gesellschaftlichen oder Umweltthemen
- hochwertiges und modern gestaltetes Umfeld

Produktdetails

- Bildgröße/Text-Fläche: ca. 135 – 140 x 70 – 80 mm, max. 700 Zeichen
- Erstellung Ihres Formats über die Serviceredaktion

Formate & Preise

Format	Details	Media	Kreativkosten	Gesamtpreis
Buchempfehlungen	135 – 140 x 70 – 80 mm Max. 700 Zeichen	2.785,- €	150,- €	2.935,- €

Der Preis gilt je Werbefeld und ist AE-, aber nicht abschlussrabattfähig. Alle Preise zzgl. MwSt., Änderungen vorbehalten. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, siehe advise.zeit.de

Ein Beitrag von „WEISSER RING e.V.“

KEINE BITTSTELLER

Der „WEISSE RING“ hilft Gewaltopfern, psychische Folgen zu bewältigen, und stärkt die therapeutische Versorgung

Es gibt Ereignisse, über die man sich im Leben schon vorab Gedanken macht. Opfer einer Straftat zu werden gehört nicht dazu. Das passiert meistens plötzlich und ist für Betroffene oft traumatisch. Was folgt darauf?

Das Erleben einer Straftat weilt die Betroffenen vor Herausforderungen, die das Leben nach der Tat massiv beeinflussen“, erklärt Florian Wedell, Referent beim „WEISSEN RING“, Deutschlands größter Opferhilfsorganisation. „Das Leben ist nicht mehr wie vorher.“

Unterschätzt wird bei Trauma durch Straftaten häufig die psychische Komponente. Diese Verletzungen sind unsichtbar – meist auch für die Betroffenen selbst. „Mit geht es gar! Ich schaffe das schon“ sind Sätze, die die Opferbetreuerinnen und -betreuer des „WEISSEN RINGS“ oft hören. Aber Wochen, Monate, Jahre nach der Tat treten die psychischen Folgen ins Tageslicht. Das weiß der Verein aus fast 50 Jahren Opferarbeit.

Hinzu kommen die körperlichen Folgen der Straftat und weitere Belastungen. Ein bei- und die Möglichkeit, das Erlebte aufzuarbeiten. Zum Beispiel mit einer Psychotherapie durch qualifiziertes Fachpersonal.

Betroffene von Gewaltstraftaten haben nach dem Sozialen Entschädigungsgesetz (SER) einen besonderen Rechtsanspruch auf akute psychotherapeutische Versorgung in den SER-Traumambulanz. Um zu gewährleisten, dass Opfer Hilfe durch qualifiziertes Fachpersonal bekommen, hat der „WEISSE RING“ einen Fachauschuss initiiert: Die Reihe „Bundesweite Fachtagung für Traumaambulanz“ richtet sich exklusiv an Therapeuten und Therapeutinnen aus diesen Ambulanzen. Sie machen eine wichtige Arbeit, die ohne Unterstützung nicht möglich ist.

Die Ehrenamtlichen des „WEISSEN RINGS“ sind deshalb Lotsen im Hilfesystem. Neben der Hilfe für Betroffene ist es deren Vision seit 1976 ein Anliegen, „das das Hilfenetzwerk Opfer auch im Bereich der psychotherapeutischen Versorgung aufbaue. Den Opfern geht es nicht um die Bestrafung der Täterinnen oder Täter, sondern um die Anerkennung ihres Leids

Opfer von Gewaltstraftaten brauchen eine schnelle Versorgung durch qualifiziertes Personal, fordert Florian Wedell. Der Referent beim „WEISSEN RING“ organisiert deshalb einen stichlichen Austausch.



22

WAS LESEN!

Sie wollen noch tiefer in unser Magazin Thema einsteigen? Wir haben passende Lesetipps für Sie zusammengestellt. Für Bücher, die aktuelle soziale und gesellschaftliche Fragen aufwerfen – und die passenden Antworten geben

WIDERSTEHEN. VERSÜCHE EINES RICHTIGEN LEBENS IM FALSCHEN

Die **Unzufriedenheit in unserer Gesellschaft** wächst. Die einen **verweifeln**, andere **verlieren sich in Kritik**, die meisten machen **einfach so weiter**. Nur wenige Menschen haben den Mut, sich den herrschenden Zuständen und Erwartungen zu widersetzen. Ferdinand Buterfly hat mit einigen von ihnen gesprochen. Für ihn sind sie Hoffungsstifter und Positionen, die zeigen, dass es auch anders geht. Wie Figuren aus großen Romanen lassen sie überreden überleben.

Ferdinand Buterfly
WIDERSTEHEN
Versuche eines richtigen Lebens im falschen
228 Seiten, Hardcover, Hamburger Edition, 9,90 Euro (D)
ISBN 978-3-86861-400-8
Auch als E-Book erhältlich

WAS TUN!-Buchempfehlungen

SARAH KOSETH
MAKE DEMOCRACY GREAT AGAIN!

„Make Democracy Great Again!“ ist ein lustiges sowie bildliche Plädoyer für die Rettung der Demokratie. Egal, ob rechts oder links, „alter weißer Mann“ oder „junge Jodie“: Frau Wi alle sind weckt in der Angst vor einer düsteren Zukunft. Doch Sarah Koseth hat keine Lust auf Angst und Tabak und hat eine bessere Idee: Wenn uns die gesicherte Zukunft nicht gefällt, dann sollten wir uns eine schönere malen und darauf hinwirken. Die Demokratie sollten wir nicht aufgeben, sondern besser machen.

Sarah Koseth
MAKE DEMOCRACY GREAT AGAIN!
Worte gegen das Weltunvergnügen
24 Seiten, Hardcover, Rowohlt Verlag, 14 Euro (D)
ISBN 978-3-499-01873-4
Auch als E-Book erhältlich

„DAS THEMA MEINUNGSFREIHEIT IST ZU WICHTIG UND ZU DRINGEND, UM ES DEN RECHTSPOPULISTEN ZU ÜBERLASSEN“

Demokratie lebt von Mitemannern – das zeigt der Band „WAS IST WAS? Demokratie, Deine Stimme zählt“ von Andrea Weller-Essers. Kinder ab acht Jahren erfahren, wie politische Prozesse funktionieren und wo Mitspracherecht liegt. Der Titel erklärt Gewaltenteilung, Frauenwahlrecht, Struktur und fragt auch: Wie demokratisch ist das Netz? Ein hochschulreifes Buch, das zeigt, wie Demokratiebildung heute gelingt.

Andrea Weller-Essers
WAS IST WAS? Demokratie
Deine Stimme zählt
48 Seiten, Hardcover, Rowohlt, 14,95 Euro (D)
ISBN 978-3-7088-7709-1

„WIR MÜSSEN HANDELN – UND WIR KÖNNEN ES AUCH!“

Die Welt scheint derzeit in einer **Abwärtsspirale**, eine Krisenwindung legt die **ökologische, Rechtsruck, Klimakatastrophen, Kriege**. Doch **das Gefühl, nichts verändern zu können**, ist fatal für unsere **Gesellschaft** – und **dringend** zu beheben. Zarah Bruhn fordert zu einem radikalen Perspektivwechsel auf: Sie zeigt, wie viele Menschen schon jetzt an bahnbrechenden Lösungen für unsere gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen arbeiten und wie viel jeder Einzelne beitragen kann.

Zarah Bruhn
WER, WENN NICHT WIR?
Unsere Zukunft neu denken
288 Seiten, Hardcover, Rowohlt Berlin, 24 Euro (D)
ISBN 978-3-0701-0223-9
Auch als E-Book erhältlich

Alleinplatzierte Anzeigen in WAS TUN!

Stärken

- Hohe Sichtbarkeit: Ihr Anliegen wird schnell und exklusiv wahrgenommen
- Klare Kommunikation: Ihre Botschaft erreicht die Zielgruppe prägnant und direkt
- Eindeutige Absenderkennung: Ihre Stiftung oder NPO tritt klar und vertrauenswürdig auf

Formate & Preise

Format	Anschnitt mm (B x H)	Preis 4c
Doppelseite	482 x 315 mm	32.015,- €
1 Umschlagseiten U2/U3/U4	241 x 315 mm	18.535,- €
1/1 Seite	241 x 315 mm	16.850,- €
1/2 Seite hoch/quer	120,5 x 315 / 241 x 157,5 mm	9.250,- €
1/3 Seite hoch/quer	80,3 x 315 / 241 x 82 mm	6.500,- €
1/4 Seite hoch/quer oder Eckfeld	120,5 x 157,5 mm	4.950,- €

Alle hier genannten Preise gelten nur für gemeinnützig tätige Stiftungen, Vereine, Unternehmen sowie Verbände. Die Kreativkosten sind nicht rabatt- oder AE-fähig. Alle Preise zzgl. MwSt. Es gelten die AGB des Zeitverlages, advise.zeit.de

1

OH, WIE SCHÖN BLEIBT PANAMA!

Tiger und Bär pflanzen Regenwälder – mach mit!

Ob groß oder klein – eine heile Erde ist für uns und alle kommenden Generationen wichtig. Lasst uns deshalb gemeinsam Wälder schaffen. Auch Janoschs Tiger und Bär helfen kräftig mit. In Panama – dem Land ihrer Träume – pflanzen sie den Tigerten-Wald.

JETZT
WALD SCHAFFEN:
tigerenten-wald.de

DER
TIGERENTEN
WALD

The
Generation
Forest

Editorial

GEMEINSAM STARK

Stiftungen, Vereine und gemeinnützige Organisationen stehen zunehmend unter Druck. Während in den USA Donald Trump Fördermittel für internationale Hilfsstrategien und Programme für Diversität und Vielfalt abschafft, geraten auch hierzulande zivilgesellschaftliche Akteure in Bedrängnis. Die Gelder für Entwicklungszusammenarbeit werden gekürzt, und mit einer kleinen Auflage Ende Februar 2023 stellte die CDU/CSU-Bundestagsfraktion zahlreiche Initiativen und Fördermittelempfängerinnen unter Generalverdacht. Ein besorgniserregendes Signal. Politisch engagierte Organisationen sehen sich durch ein veraltetes Gemeinnützigkeitsrecht bedroht und werden zur Angriffsfläche für rechte und populistische Kräfte. Doch nicht nur der politische Druck wickelt, auch die reale Rechtslage verändert sich: Die Hasskriminalität gegenüber queeren Personen und Menschen mit Migrationsbiografie nimmt zu, ebenso die Zahl antisemitischer Gewalttaten.

Doch anstatt sich von Worten und Taten einschüchtern zu lassen, hält die Zivilgesellschaft entschlossen dagegen. Das Motto scheint zu sein: jetzt erst recht – auch, oder gerade, wenn es schwierig wird. Mit Allianzen, öffentlichen Stellungnahmen, Brandbriefen und mit wertvoller Projektarbeit verteidigen Menschen ihr Engagement, die Demokratie, Vielfalt und Gemeinwesen.

In einem Bericht auf Seite 16 schaut sich unser Autor Philipp Nagel genauer an, wie es um die Zivilgesellschaft bestellt ist: was sie bedrückt und welche Lösungen sie findet. Fernsehjournalisten und Ehrenamlerin Conchita Gense erzählt, was ihr nach in einer „konfliktreichen Zeit des Wandels“ Zuerst geht (Seite 8). Und Ex-Fußballer, Gründer und WAS TUN-Kolumnist Neven Sabotic beschreibt auf Seite 24, warum sich gesellschaftlicher Einsatz immer lohnt, wie er zu seinem Engagement fand und was ihn auf diesem Weg geprägt hat.

In WAS TUN! 2023 zeigen wir, wie die Zivilgesellschaft unter Druck tritt – und wie sie entschlossen dagegenhält. Wir machen sichtbar, wer aufsteht und Verantwortung übernimmt. Für uns. Für unsere Demokratie. Und ganz besonders für jene, für die es sonst niemand tut.

Hinzu viel Spaß beim Lesen!

Ihre Anna-Lena Limpert
Redaktionsleitung



Foto: © Bente Hoffmann, Getty Images, © Lars Hoffmann

3

KLIMASCHUTZ FINANZIEREN, VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Emissionen reduzieren, nachhaltige Entwicklung fördern – mit der „Klima-Kollekte“



Jetzt aktiv werden – für eine bessere Zukunft. Die „Klima-Kollekte“ bietet Ihnen die Möglichkeit, durch die Finanzierung zertifizierter Klimaschutzprojekte in Globalen Süden aktiv zu werden. Diese Projekte reduzieren nicht nur CO₂-Emissionen – sie bekämpfen Armut, stärken Frauen und verbessern die Gesundheit vor Ort.

Ob durch Biogasanlagen oder effiziente Holzöfen. Die eingesetzten Technologien schaffen Perspektiven und schützen das Klima nachhaltig. Alle Projekte sind mit dem Gold Standard for the Global Goals zertifiziert und tragen direkt zu den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen bei.

Leisten Sie einen Beitrag zum Klimaschutz und zur globalen Gerechtigkeit!



HIER KÖNNEN SIE WAS TUN

Klima-Kollekte gGmbH

Spendenkonto:

DE 33 0150 0104 3450 14

E-Mail: info@klima-kollekte.de

www.klima-kollekte.de



/ Sie haben Fragen, wünschen ein Angebot oder möchten direkt buchen? Dann melden Sie sich gern bei uns.

Wir freuen uns, wenn Sie mit uns **WAS TUN!**



/ Ihre Ansprechpartnerinnen



Christine Kühl
Head of Sales NPO & Publishing
+49-40/32 80-297
christine.kuehl@zeit.de



Rosanna Romano
Media Consultant
Stiftungen & kirchliche Organisationen
+49-40/32 80-1188
+49 151 5534-3002
rosanna.romano@zeit.de



Duda Zeco
Senior Media Consultant
NPO, Verbände & FR-Agenturen
+49-40/32 80-1228
duda.zeco@zeit.de



Alexandra Hoins
Media Consultant
+49 151 5500-4583
alexandra.hoins@zeit.de



Unser Portfolio
im Überblick

Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG
Vermarktung
Buceriusstraße, Eingang Speersort 1
20095 Hamburg

advise.zeit.de

Druckunterlagen-Anlieferung
per Web-Upload unter www.anzeigeneingang.de
per E-Mail an zeit@anzeigeneingang.de
Es gelten die AGB der ZEIT Preisliste Nr. 69

engagement@zeit.de