

## **Presseartikel aus den BNN vom 16.04.2011**

### **Kampagne gegen Zivi-Lücke Die AWO Karlsruhe wirbt für freiwillige soziale Dienste**

eki. Das Ende der Wehrpflicht und der damit verbundene Wegfall des Zivildienstes stellt die Wohlfahrtsverbände vor neue Herausforderungen. Der Karlsruher Kreisverband der Arbeiterwohlfahrt (AWO) hat diese nun angenommen und startet die Werbeoffensive „Echt sozial“. Mit Flyern und Plakaten in Schulen und Jugendtreffs, mit der Internetseite [www.echt-sozial.de](http://www.echt-sozial.de) und Inseraten in Jugendzeitschriften wirbt die AWO für ihr breites Angebot, um auch künftig junge Menschen für Tätigkeiten im sozialen Bereich zu begeistern.

„Wir müssen die durch das Ende des Zivildienstes entstandene Lücken wieder schließen“, sagt Gustav Holzwarth, Geschäftsführer des AWO-Kreisverbands Karlsruhe-Stadt. Unter den 1 200 Mitarbeitern der Karlsruher AWO waren bisher immer etwa 80 Zivis sowie 40 Absolventen des Freiwilligen Sozialen Jahres (FSJ). Weil die „Zwangsrekrutierung“ von Zivildienstleistenden wegfallen, gelte es verstärkt die Werbetrommel zu rühren, um die jungen Leute für ein FSJ oder den ab Juli als Ersatz für den Zivildienst ins Leben gerufenen Bundesfreiwilligendienst zu begeistern, führt Holzwarth aus. Ein FSJ ist für junge Menschen von 17 bis 27 Jahren möglich, beim Bundesfreiwilligendienst gibt es keine Altersbeschränkung. Beide Angebote sind für Männer und Frauen da, die Entlohnung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung liegt jeweils bei etwa 300 Euro pro Monat.

Die AWO will aus der Not nun eine Tugend machen und die Stellen für Freiwillige interessanter als bisher gestalten. „Keiner kommt mehr zu uns, weil er muss“, betont Holzwarth, der auf eine hohe Motivation bei den künftigen freiwilligen Kräften baut. Und selbst wenn es nicht gelänge, sämtliche bisherigen Zivi-Stellen mit Freiwilligen zu besetzen, werde „das System nicht zusammenbrechen“, stellt Holzwarth klar, auch die bisherigen Zivis seien lediglich als „ergänzendes Personal“ eingeplant gewesen.

Holzwarth hebt hervor, dass ein soziales Jahr viele nützliche Erfahrungen vermitteln. „Nach ihrem Abschluss sind viele Jugendliche erst einmal schulmüde und wollen nicht gleich mit der Ausbildung oder dem Studium beginnen. Manche gehen ins Ausland, andere wagen bei einer sozialen Tätigkeit den Blick über den Tellerrand“, weiß der AWO-Geschäftsführer.

Nicht von ungefähr beginnt die Kampagne kurz vor den Abschlussprüfungen der weiterführenden Schulen. Der Zeitpunkt sei „bewusst“ gewählt, viele Schüler würden sich gerade jetzt Gedanken über ihre Zukunft machen, so Claudia Götzinger von der Werbeagentur „Götzinger + Komplizen“. Auch mit „jugendlichem Design“ der Plakate und Flyer gehe es darum, das Interesse der Jugendlichen zu wecken. „Auf dem Sozialmarkt gibt es ebenso einen Wettbewerb wie in der freien Wirtschaft. Da hilft kein Jammern, da hilft nur Eigeninitiative“, weiß die Werbeexpertin.

### **Mit freundlicher Genehmigung der BNN**