

Presseinformation

Suizidprävention sichtbar machen: Bundesweite Kampagne zum Welttag der Suizidprävention vorgestellt

„Deine Geschichte ist nicht zu Ende“ — Materialien für Plakate, Social Media, Radio, Podcasts und Printmedien stehen bundesweit zur Verfügung

(Kassel, 13. August 2026) Bei einem Pressegespräch des Nationalen Suizidpräventionsprogramms (NaSPro) wurde heute die bundesweite Kampagne **„Deine Geschichte ist nicht zu Ende“** zum [Welttag der Suizidprävention](#) vorgestellt. Die Kampagne will Menschen in suizidalen Krisen, Angehörige sowie die breite Öffentlichkeit erreichen. Sie macht Hilfsangebote sichtbar, regt zum Gespräch an und vermittelt die zentrale Botschaft: **Suizidprävention ist möglich.**

In Deutschland sterben jedes Jahr mehr als 10.000 Menschen durch Suizid — deutlich mehr als im Straßenverkehr. Der Welttag der Suizidprävention am 10. September macht darauf aufmerksam, dass Suizidalität ein gesellschaftliches Thema ist, das viele Menschen, Familien, Institutionen, Kommunen und soziale Zusammenhänge betrifft.

Im vergangenen Jahr fanden bundesweit mehr als 50 Veranstaltungen rund um den Welttag statt. Sie wurden von Beratungsstellen, Selbsthilfe, regionalen Netzwerken, kirchlichen und kommunalen Akteuren sowie zivilgesellschaftlichen Initiativen getragen. Dieses Engagement zeigt: „Suizidprävention beginnt nicht erst in der akuten Krise“, sagt **Georg Fiedler** von der Deutschen Akademie für Suizidprävention und dem Nationalen Suizidpräventionsprogramm. „Sie beginnt dort, wo Menschen aufeinander zugehen, wo schwierige Themen besprechbar werden und wo Hilfen sichtbar und erreichbar sind.“

Eine Kampagne für viele Kanäle und Lebenssituationen

Die neue Kampagne wurde von Mitarbeitenden regionaler Netzwerke der Suizidprävention angeregt und in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe Medien des Nationalen Suizidpräventionsprogramms sowie Studierenden der Medienkommunikation an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg entwickelt. Insgesamt wirkten 23 Studentinnen an der Entwicklung der Kampagne mit.

„Wir wollten eine Kampagne entwickeln, die Menschen in unterschiedlichen Lebenssituationen erreicht — nicht nur mit einer Botschaft, sondern über die Medien, die in ihrem Alltag tatsächlich vorkommen“, sagt **Emilia Gögl**, Projektleiterin an der Universität Würzburg. „Deshalb ist die Kampagne bewusst crossmedial angelegt: mit Plakaten, Social-Media-Materialien, Podcast- und Radioelementen sowie Bausteinen für Printmedien.“

Die Materialien können von Redaktionen, Beratungsstellen, Kommunen, Netzwerken, Einrichtungen und weiteren Interessierten genutzt und in eigene Aktivitäten zum Welttag eingebunden werden. Eine [zentrale Website](#) stellt Informationen, Hintergründe und Materialien zum Download bereit. Die Materialien verweisen auf regionale oder [bundesweite Hilfsangebote](#).

Regionale Netzwerke machen Prävention vor Ort sichtbar

Eine besondere Rolle spielen die [regionalen Netzwerke der Suizidprävention](#). Sie bringen Beratungsstellen, psychosoziale Versorgung, Selbsthilfe, kommunale Akteure, Wissenschaft, Bildungseinrichtungen und zivilgesellschaftliche Initiativen in einer Region zusammen. Dadurch werden Hilfen sichtbarer, Zugänge leichter und Kooperationen verbindlicher.

„Eine bundesweite Kampagne wird erst dann wirksam, wenn sie vor Ort aufgegriffen wird“, sagt **Soeren Hauke** von Lichtblick Flensburg und der Arbeitsgruppe Regionale Netzwerke im NaSPro. „Regionale Netzwerke schaffen genau diese Verbindung: Sie übersetzen gemeinsame Botschaften in lokale Aktivitäten, erreichen Menschen in ihren Lebensräumen und machen Hilfen konkret auffindbar.“

Die Kampagnenmaterialien werden in mehreren regionalen Netzwerken ausgespielt, weitergegeben und mit bestehenden Aktivitäten rund um den Welttag verbunden. Auch Einrichtungen, die nicht Teil der Arbeitsgruppe sind, können sich beteiligen und die öffentlich bereitgestellten Materialien nutzen.

„Diese Kampagne zeigt, was möglich wird, wenn fachliche Expertise, regionale Erfahrung, zivilgesellschaftliches Engagement und medienpsychologische Kompetenz zusammenkommen“, sagt **Prof. Dr. Frank Schwab**, NaSPro und Lehrstuhl für Medienpsychologie an der Universität Würzburg. „Suizidprävention braucht Sichtbarkeit — aber sie braucht eine verantwortliche Sichtbarkeit. Genau daran setzt diese Kampagne an.“

Die Beteiligten sehen darin zugleich einen politischen Auftrag. Zivilgesellschaftliches Engagement in der Suizidprävention wirkt — häufig mit begrenzten Ressourcen und hohem persönlichem Einsatz. Damit diese Aktivitäten dauerhaft möglich sind, braucht es verlässliche öffentliche Unterstützung.

Im bisherigen Entwurf eines aktuell diskutierten Suizidpräventionsgesetzes sollte eine Förderung zivilgesellschaftlichen Engagements berücksichtigt werden. Engagement in der Suizidprävention sollte nicht umsonst sein. Es braucht öffentliche Anerkennung, Unterstützung und auch eine auskömmliche Finanzierung.

Weitere Informationen

Informationen zum Welttag der Suizidprävention und eine Übersicht der Veranstaltungen:
<https://www.welttag-suizidpraevention.de>

Informationen zur Kampagne „Deine Geschichte ist nicht zu Ende“ und Materialien zum Download: <https://kampagne.welttag-suizidpraevention.de>

Die Pressemappe finden Sie im Anhang oder unter
<https://www.naspro.de/dl/2026-08-13-Pressemappe-Kampagne-WSPD.pdf>

Für weitere Informationen - Pressekontakt: presse@naspro.de

Besuchen Sie unser Medienportal  www.suizidpraevention.de/medienportal

Internationale Tagung zur Suizidprävention - 7./8. September in Berlin

„Suizidprävention wirksam verankern – Aufklären · Qualifizieren · Reichweite erhöhen · Dialog fördern“
<https://www.suizidpraevention.de/tagung>