

Guido Maria Kretschmer, Désirée Nosbusch und weitere Prominente tragen den „Schal fürs Leben“ 2026

- Stricken und Schaltragen: Charity-Aktion „Ein Schal fürs Leben“ von Save the Children und BRIGITTE startet am 16. Oktober
- Prominente wie Guido Maria Kretschmer, Désirée Nosbusch, Merlin Sandmeyer und Marleen Lohse unterstützen die Hilfsaktion
- Seit 2014 schon rund 3,7 Millionen Euro für die Arbeit von Save the Children gesammelt

Berlin/Hamburg, 15. Oktober 2026 – „Der ‚Schal fürs Leben‘ verbindet Menschen auf der ganzen Welt miteinander und setzt ein Zeichen für Mitgefühl und Menschlichkeit“, sagt Guido Maria Kretschmer, der auch in diesem Jahr den Wollschal für die langjährige Charity-Aktion von Save the Children und BRIGITTE entworfen hat. „Wenn wir dadurch gemeinsam Kindern helfen können, die Schutz und Geborgenheit brauchen, dann ist das etwas ganz Wunderbares.“

Zum 13. Mal rufen die größte unabhängige Kinderrechtsorganisation der Welt und Deutschlands führende crossmediale Medienmarke für Frauen mit der Aktion „Ein Schal fürs Leben“ dazu auf, Kinder in Not zu unterstützen und sich für ihre Rechte einzusetzen. Seit 2014 wurden bereits rund 3,7 Millionen Euro für die weltweite Arbeit von Save the Children gesammelt.

Wie in den vergangenen Jahren engagieren sich erneut zahlreiche Prominente für die Aktion. Dazu zählen der Designer Guido Maria Kretschmer, die Schauspielerin Désirée Nosbusch, der Schauspieler Merlin Sandmeyer, die Schauspielerin und Sängerin Marleen Lohse, TV-Moderatorin Lea Wagner sowie die Politikwissenschaftlerin Nina Poppel („Nini erklärt Politik“).

„Es bewegt mich, dass so viele Kinder weltweit ohne Sicherheit und Perspektive aufwachsen“, sagt Grimme-Preisträgerin Désirée Nosbusch. „Dabei hat jedes Kind die gleichen Rechte und sollte die Chance auf eine gute Zukunft erhalten – unabhängig von der Herkunft. Der ‚Schal fürs Leben‘ setzt genau dafür ein Zeichen. Deshalb unterstütze ich die Aktion aus voller Überzeugung.“

Mit jedem Kauf eines fertigen Schals oder eines Wollpakets zum Selberstricken gehen zehn Euro an Save the Children. Die Spenden unterstützen die weltweite Arbeit der Kinderrechtsorganisation, etwa für Kinder und ihre Familien in Kriegs- und Krisengebieten. Dort hilft Save the Children unter anderem mit Nahrungsmitteln, medizinischer und psychosozialer Versorgung sowie Bildungsangeboten.

„Eine Rekordzahl von Kindern wächst heute in Kriegs- und Konfliktgebieten auf. Gleichzeitig werden weltweit Hilfsgelder gekürzt“, sagt Florian Westphal, Geschäftsführer von Save the Children Deutschland. „Gerade jetzt dürfen Kinder nicht aus dem Blick geraten. Die Aktion ‚Ein Schal fürs Leben‘ zeigt seit vielen Jahren, wie viele Menschen bereit sind, Verantwortung zu übernehmen und sich für Kinder und ihre Zukunft starkzumachen.“

„Der ‚Schal fürs Leben‘ steht für Solidarität, die sichtbar wird. Wenn Frauen gemeinsam stricken, den Schal tragen und damit Spenden für Save the Children sammeln, wird aus einem einfachen Wollschal ein Zeichen für Kinderrechte und Menschlichkeit. Wir freuen uns, diese wichtige Aktion auch in diesem Jahr gemeinsam mit unseren Leserinnen fortzuführen“, betont Susanna Riethmüller, Chefredakteurin der BRIGITTE.

Die diesjährige Aktion startet am 16. Oktober 2026 und erreicht ihren Höhepunkt am 10. Dezember, dem Internationalen Tag der Menschenrechte. An diesem Tag rufen BRIGITTE und Save the Children dazu auf, den „Schal fürs Leben“ zu tragen und damit Solidarität mit Kindern in Not zu zeigen.

Alle Informationen zur Aktion und zu den Spendenmöglichkeiten finden Sie auf:

www.savethechildren.de/schal-fuers-leben und www.brititte.de/schal-fuers-leben

Bildmaterial von Guido Maria Kretschmer:

<https://www.contenthubsavethechildren.org/Share/dl0ur7xvamjr6scoad6i3l8f0ux17kx3>

Weiteres Material zur „Ein Schal fürs Leben“-Aktion schicken wir Ihnen gerne auf Anfrage zu.

Pressekontakte:

Save the Children Deutschland

Marie-Sophie Schwarzer

Tel.: (+49) 030 27595979-226

Mail: marie.schwarzer@savethechildren.de

FUNKE Mediengruppe

Celina Rautenstrauch

Tel.: (+49) 178 7300106

Mail: celina.rautenstrauch@funkemedien.de

Über Save the Children

Im Nachkriegsjahr 1919 gründete die britische Sozialreformerin und Kinderrechtlerin Eglantyne Jebb Save the Children, um Kinder in Deutschland und Österreich vor dem Hungertod zu retten. Heute ist die inzwischen größte unabhängige Kinderrechtsorganisation der Welt in rund 100 Ländern tätig. Save the Children setzt sich ein für Kinder in Kriegen, Konflikten und Katastrophen. Für eine Welt, die die Rechte der Kinder achtet, in der alle Kinder gesund und sicher leben sowie frei und selbstbestimmt aufwachsen und lernen können – seit über 100 Jahren. www.savethechildren.de

Über BRIGITTE

BRIGITTE ist Deutschlands führende crossmediale Frauenmarke und weiß, was Frauen bewegt, kennt all ihre Facetten. Dabei stellt die Marke der FUNKE Mediengruppe das Empowerment von Frauen seit 70 Jahren in den Mittelpunkt und bietet Themen, die Frauen betreffen und bewegen. BRIGITTE schafft Vertrauen und hält crossmedial die perfekte Mischung bei der Auswahl der Themen bereit und bietet die Vielfalt, die Frauen interessiert: Mode, Beauty, Kultur, Reise, Job, Finanzen und Gesundheit – mit erstklassigem Service und stets auf Augenhöhe mit der Leserin und Userin. www.brititte.de

Über FUNKE

Informationen, Entertainment, Services – das ist FUNKE. Und das mit einer klaren Vision: „Journalismus für eine offene, informierte Gesellschaft.“ Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern:

Regionalmedien, National Brands sowie FUNKE Digital. Mehr als 1.700 Journalist*innen und rund 3.000 Medienmacher*innen arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter Berliner Morgenpost, Braunschweiger Zeitung, Hamburger Abendblatt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung und Thüringer Allgemeine. Im National Brands-Bereich gehört FUNKE zu den größten Anbieterinnen in Deutschland. Zum Portfolio zählen Marken wie HÖRZU, Gong, TV Digital, BILD der FRAU, GALA, BRIGITTE, myself, DONNA und CHEFKOCH. Hinzu kommen zahlreiche Rätsel- und Lebensart-Magazine. Im Digital-Bereich betreibt FUNKE unter anderem das führende Wetter-Portal wetter.com, ein Netzwerk an spezialisierten Jobportalen wie ABSOLVENTA, Azubiyo und joblocal. Zum FUNKE-Digital-Portfolio gehören außerdem News- und Themenportale wie DerWesten.de oder Futurezone.de, Digitalagenturen wie baseplus und Leads & Listings-Angebote wie pension.de und Musterhaus.net. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert (Kurier). Mit der Gala GOLDENE BILD der FRAU oder dem BRIGITTE AWARD werden mehrere hochkarätige Events von FUNKE ausgerichtet. Außerdem ist FUNKE Mitveranstalter der Krebs-Convention YES!CON. www.funkemedien.de