

Unternehmer, die sich für junge Menschen engagieren

Die Jugendförderer

Die tun was: Ihr gemeinsames Anliegen ist die Förderung der Jugend. Doch das Engagement deutscher Unternehmerpersönlichkeiten ist höchst unterschiedlich: Kampf gegen Bewegungsarmut bei Kindern, ethisches Wirtschaften, Aus- und Weiterbildung oder Unterstützung kreativer Graffiti-Sprayer sind die Einsatzfelder einiger dieser Jugendförderer.

Playmobil sei schon ziemlich uncool, offenbarte Horst Brandstätter erst kürzlich der „Welt am Sonntag“ in einem Interview. Und obwohl der Chef des Zirndorfer Spielwarenunternehmens geobra Brandstätter einräumt, die Playmobil-Männchen seien „recht brav“, sind sie gleichzeitig seit ihrer ersten Präsentation zur Nürnberger Spielwarenmesse 1974 in fast jedem deutschen Spielzimmer angesagt. Playmobil ist eben nicht nur einer von vielen schnellen Trends, die schon morgen nicht mehr aktuell sind.

Playmobil steht für beständigen Erfolg. Streng nach dem Prinzip: keine Gewalt, kein Horror, kein Sex in der heilen Plastik-Welt. Was Playmobil von konventionellem Spielzeug unterscheidet, sind die vielen Spielwelten, für die es Playmobil-Männchen gibt. Kinder können ihrer Kreativität und Phantasie freien Lauf lassen – vor dem Hintergrund der realistischen Welt, die Playmobil abbildet. Und das helfe den Kindern, ihre Umwelt besser zu verstehen, so Brandstätter.

Playmobil und die Fun Parks

Eigentlich dürfte der passionierte Golfspieler nun ausschließlich seinem Hobby frönen. Denn Playmobil hat trotz schwierigem Branchenumfeld 2004 erneut einen Umsatzrekord im In- und Ausland erzielt. Doch Alleininhaber Brandstätter hat auch mit über 70 Jahren noch Visionen: Vor einigen Jahren entschloss sich der profilierte Spielwarenunternehmer, gegen den immer stärker werdenden Bewegungsmangel bei Kindern aktiv zu handeln. Er rief die gemeinnützige Stiftung „Kinderförderung von Playmobil“ ins

„Die Gesellschaft hat erhebliche Defizite.“

Horst Brandstätter,
Inidator von Aktiv-Fun-Parks

Leben, um Kindern mehr körperliche Aktivität zu ermöglichen.

Im Jahr 2000 eröffnete „Hob“ (wie ihn seine Mitarbeiter gerne nennen) am Stammsitz Zirndorf ein ungewöhnliches Spielparadies.

Im Mittelpunkt des Playmobil Fun Park stehen aktiv und spontan sein, sich etwas zutrauen und selber machen: „Die heutige Gesellschaftsstruktur hat gerade auf diesem Gebiet erhebliche Defizite“, meint Brandstätter. „Die akute Bewegungsarmut wirkt sich negativ auf Kinder aus und kann sogar zur Gewalttätigkeit führen.“ Und nichts schockiert die fränkische

Unternehmerpersönlichkeit mehr als Gewalt im Zusammenhang mit Kindern.

Die Fun Parks – weitere fünf gibt es in den USA, auf Malta, in Griechenland und Frankreich – helfen, das Aggressionspotential zu minimieren: „Die Kinder sollen aktiv spielen und sich bewegen. Bei uns werden sie nicht bespielt, nicht in Karussells im Kreis herum geschleudert. Sie klettern, rutschen, plantschen“, erklärt Playmobil-

Macher Brandstätter, der bereits 1993 für seine außergewöhnlichen Leistungen und sein soziales Engagement das Bundesverdienstkreuz am Bande erhielt.

Mit viel Geschick und Fantasie können die Kleinen zum Beispiel das Baumhaus entdecken. Ausgerüstet mit einer geheimnisvollen Schatzkarte führt sie die Expedition durch einen unterirdischen Stollen, wo sie alle ihre Sinne gebrauchen müssen. Auf dem Programm stehen neben Matschen,



Plantschen und Rutschen auch Klettern im Land der Ritter, Piraten, Indianer und Forscher, Entdecken in den Gold- und Edelmetallminen mit begehbarem Stollen oder auch weniger abenteuerliches, aber pädagogisch wertvolles Striegeln, Hegen und Pflegen im urigen Bauernhof mit lebenden Tieren. Falls es regnet, können die Kids im überdachten Klettergarten weitertoben und sich bald bei jedem Wetter in einem 5.000 Quadratmeter großen Glasgebäude vergnügen. „Wenn ich die Kinder spielen sehe, weiß ich, dass ich nicht umsonst da war“, sagt der Zirndorfer Ehrenbürger und vom Bund Deutscher Unternehmensberater zum Manager des Jahres 1999 gekürte Jugendförderer.

Die Aluminiumindustrie und die Pfadfinder

Selber erfahren, sich nicht bespaßen lassen: Das ist auch das Konzept innerhalb der mit rund 38 Millionen Mitgliedern größten Jugendorganisation der Welt, der Internationalen Pfadfinderbewegung. Auf dem XX. Weltjugendtag vom 16. bis 21. August 2005 in Köln zeigten selbstverständlich auch Pfadfinder mit ihren bunten Halstüchern überall weithin sichtbar Präsenz und beteiligten sich als Helfer und Freiwillige an dem Mega-Event. Interessant: Gleich ein ganzer Industriezweig betätigte sich zu diesem Anlass als Jugendförderer: Der Gesamtverband der Aluminiumindustrie (GDA) mit rund 100 Mitgliedsunternehmen und die Deutsche Pfadfinderschaft Sankt Georg (DPSG), der katholische Pfadfinderverband in Deutschland, demonstrierten ihre Kooperation mit vielen Gemeinschaftsaktionen – diesmal unter dem Leitgedanken „Aluminium für die Welt von morgen“.

Auf einem internationalen Zeltlager

für rund 7.500 Pfadfinder auf den Düsseldorf Rheinwiesen und in einer Begegnungsstätte im Diözesanzentrum der Kölner Pfadfinder organisierten beide Verbände themenbezogene Workshops und Diskussionsforen zu Bildung und Ausbildung, ethischer Unternehmensführung und nachhaltigem, sozialverantwortlichem Wirtschaften, in denen sich die Jugendlichen mit ihresgleichen und Vertretern aus Wirtschaft und Industrie austauschen konnten. „Die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen und die eigenen Fähigkeiten für gemeinsame Ziele zu nutzen, sowie Respekt vor dem Mitmenschen und der Umwelt zu haben, sind Grundüberzeugungen, die wir mit der DPSG teilen“, erklärt GDA-Geschäftsführer Stefan Glimm.

Doch die Aluminiumindustrie – vertreten vor allem durch ihre Mitgliedsunternehmen Alcan, Corus Aluminium, Hydro Aluminium Deutschland und Trimet Aluminium – ging nicht nur eine „Blitz-Ehe“ mit der DPSG ein. Im gesamten Jahr 2005 wollen die beiden Jugendförderer an Standorten der Aluminiumindustrie Aktionen durchführen.

So renovieren zum Beispiel Arbeitnehmer der Unternehmen zusammen mit lokalen Pfadfinderstämmen frei nach deren Motto „Jeden Tag eine gute Tat“ Kindergärten, legen öffentliche Spielplätze an oder arbeiten in einem Naturschutzgebiet. Stephan Jentgens, Bundesvorsitzender des mit mehr als 90.000 Mitgliedern größten katholischen Jugendverbandes in

Deutschland, macht klar: „Die DPSG hat beim Weltjugendtag aktiv den Dialog mit Wirtschaft und Industrie gesucht, um deren gesellschaftliche Verantwortung für heutige und künftige Generationen bewusst zu machen.“ Das sichtbarste Zeichen der gelungenen Liaison war ein zehn Meter hohes Aluminiumkreuz auf dem Düsseldorfer Pfadfindertag. Es steht nun im DPSG-Bundeszentrum Westerlohe.

Braun Melsungen und die Schüler

Der gesellschaftlichen Verantwortung, die er für die Jugend trägt, ist sich Ludwig Georg Braun, Geschäftsführer der B. Braun Melsungen AG, genauestens bewusst. Er kennt als Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages nur zu gut die Klagen der Wirtschaft über mangelnde Ausbildungsreife von Schulabgängern, die sich um einen Ausbildungsplatz bewerben.

Als Unternehmer versteht sich Braun als Bürger der Gesellschaft, der jungen Menschen eine Perspektive bieten möchte. „Das ist unser Bedürfnis, dazu fühlen wir uns verpflichtet“, sagt der Chef des 1839 in Melsungen gegründeten Familienunternehmens. Mit rund 30.000 Mitarbeitern an 50 Standorten weltweit gehört das Unternehmen zu den führenden Anbietern im internationalen Gesundheitsmarkt. Erfolgreich waren die Brauns aus Melsungen schon seit jeher mit ihren Pionierleistungen für die Medizin. Wegen der unbefriedigenden Lage auf dem Auszubildendenmarkt gründete der engagierte Unternehmer gemeinsam mit der Gesamtschule Melsungen und dem Schwalm-Eder-Kreis die Initiative „Jugend hat Zukunft“ (siehe Seite 18).

Die guten Erfahrungen mit den Berufseinstiegsprogrammen zeigten, so Braun, dass gerade Jugendliche durch die praktische Mitarbeit im Arbeitsalltag Leistungsanreize für ihre berufliche Zukunft gewinnen. „Wir möchten Hauptschülern

>>>



GDA-Geschäftsführer Glimm

„Verantwortung fördern“

>>> ihre Fähigkeiten aufzeigen und diese fördern, so dass sie wieder Mut fassen und eine berufliche Perspektive für sich sehen“, betont der Initiator. Das Unternehmen im Dienste der Jugendförderung gilt als Erfolg. In diesem Jahr nehmen allein 25 junge Menschen an dem Projekt PerspektivePLUS teil, durch das arbeitslose Hauptschüler während eines Praxisjahres bei B. Braun die Ausbildungsreife erlangen sollen. Die hessische Landesregierung kürte das Projekt im Jahr 2004 zum Sieger im landesweiten Wettbewerb „Engagiertes Unternehmen“.

Malermeister Ahle und die Graffiti-Sprayer

Auch Malermeister Dietmar Ahle aus Paderborn beweist: Anders denken lohnt sich. Er verhilft jungen Graffiti-Sprayern aus der Illegalität ihrer Nacht- und Nebel-Aktionen an dunklen Plätzen, indem er ihnen Aufträge verschafft. Und das kam so: Ahle hatte Anfang 2000 gerade in teures Gerät zur Graffiti-Entfernung investiert. Doch ihm war eigentlich klar, dass sich „der Kampf gegen die Sprühattacken“ so nicht gewinnen lässt. Als er dann in der Zeitung ein Gesuch junger Sprayer für legale Graffiti-Flächen entdeckte, nahm er spontan Kontakt auf. Mit Erfolg: Heute schmücken viele Spray-Kunstwerke zahlreiche Gebäude in Paderborn.

Nach dem Startschuss „Farbenkult – Kunst am Bau“ im Sommer 2000 entwi-

Braun Melsungen „Jugend hat Zukunft“

Die neue Ausbildungsinitiative der B. Braun Melsungen AG zeigt exemplarisch, wie gezielt solche Aktivitäten einzusetzen sind. Das Projekt vereint drei Stoßrichtungen, unterstützt von einem Mentorenprogramm.

- **PerspektivePLUS** – ein einjähriges Programm zur Integration und Förderung der Ausbildungsreife arbeitsloser Jugendlicher – richtet sich an Schüler mit Hauptschulabschluss, die keinen Ausbildungsplatz bekommen haben.
- Das Projekt **Integrative Berufsfindung im Bildungsgang der Hauptschule (IBBH)** beinhaltet mehrwöchige Praktika sowie Schnupperbesuche in Betrieben und wurde für Schüler der Klassen 8 und 9 in der Phase der Berufsorientierung initiiert.
- **„Lernen in Schule und Betrieb“** – kurz **SCHuB** – ermöglicht hessischen Schülerinnen und Schülern ab Klasse 7 schulbegleitend sechsmonatige Praktika in Betrieben zu absolvieren, um so ihre praktischen Fähigkeiten zu stärken.

ckelte sich eine intensive Projektpartnerschaft zwischen Ahles Malermeisterbetrieb und der ansässigen Graffiti-Szene. Die Vorteile für seinen eigenen Betrieb liegen für Dietmar Ahle klar auf der Hand: „Nach anfänglicher Skepsis bei unseren Kunden haben sich die Reaktionen auf unser Engagement positiv entwickelt. Der Bekanntheitsgrad unserer Firma ist seit Beginn der Projekte mit den Graffiti-Künstlern stark gewachsen.“ Und auch die Graffiti-Sprayer haben erkannt, dass es besser ist, legale Flächen zu besprühen.

Dank einer von Malermeister Ahle angeregten Zusammenarbeit zwischen Schulen und Jugendämtern können sich

die jungen Talente über eine Liste informieren, welchen Flächen sie legal zu neuem Ansehen verhelfen dürfen. Vorteil für die Stadt: Die Kosten für die Entfernung der unschönen Schmierereien gingen von ehemals 50.000 auf 79 Euro zurück. Zudem: „An Fassaden, die wir gestaltet haben, vergreift sich so schnell kein Sprayer“, stellt Dietmar Ahle klar.

Wie kann sich der 46-jährige Malermeister da so sicher sein? Ganz einfach: Der pfiffige Unternehmer kann seinen Fassadenkunden eine Fünf-Jahres-Garantie gegen unerwünschte Graffiti-Bemalung bieten. Ein unschlagbarer Mehrwert. Der Anteil der kreativen Jugendförderung liegt bei Ahle schon bei 15 Prozent vom Umsatz. „Fast alle der einst abgesprungenen Kunden arbeiten heute wieder mit uns zusammen“, freut sich Graffiti-Spezialist Ahle. Und das ist nicht alles: Der Umsatz hat sich seit 2002 nahezu verdoppelt.

Kirstin Krämer

Malermeister Ahle „Graffiti positiv herausstellen“



InfoBox

- www.playmobil-funpark.de
- www.scoutmission.org
- www.aluinfo.de/283-698.htm
- www.wjt2005.de
- www.bbraun.de
- www.malermeister-ahle.de