



Wettbewerbsbeitrag

Unternehmen:
Marketing Handwerk GmbH - Projektbüro handwerkunst,
Aachen

www.marketinghandwerk.de, www.bildungsinitiative-handwerkunst.de

Partner:
Bundesverband der Jugendkunstschulen und
kulturpädagogischen Einrichtungen e.V., Unna

1. Titel / Kurzbezeichnung des Engagements

handwerkunst
Bildungsinitiative Handwerk und Jugendkunstschulen

2. Ziele

Als Träger beruflicher Bildung hat das Handwerk ein besonderes Interesse an jungen Menschen, die eine umfassende Bildung mitbringen, um den Anforderungen der Berufsausbildung und -ausübung gewachsen zu sein.

Kreativität, Teamgeist und das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten werden heute mehr denn je für eine erfolgreiche Berufsausübung gebraucht - über Lesen, Schreiben und Rechnen hinaus. Das gilt vor allem in den Berufen des Handwerks.

Jugendkunstschulen und kulturpädagogische Einrichtungen vermitteln durch die zwanglose Verbindung von Spielen und Lernen, Experimentieren und Gestalten in allen Sparten der Kunst zusätzlich zur Gestaltungskompetenz eben diese Schlüsselqualifikationen. Sie bemühen sich auf exemplarische Weise um eine umfassende kulturelle Bildung.

Um auf die Bedeutung kultureller Bildung für alle Kinder und Jugendlichen hinzuweisen, will das Handwerk bestehende Kooperationen mit Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen bestärken und neue Kooperationen anregen.

Mit dem Preis des Handwerks für kulturelle

Bildung zeichnet die Bildungsinitiative handwerkunst des deutschen Handwerks erstmals Jugendkunstschulen aus, die kreative Projekte für Kinder und Jugendliche mit Unterstützung und / oder in Kooperation mit Handwerkern und Handwerksbetrieben realisieren.

3. Charakter

Das Engagement der Marketing Handwerk GmbH liegt in der Entwicklung des Konzepts der Bildungsinitiative in Kooperation mit den Trägern AMH und bjke. Das bei der Marketing Handwerk GmbH angesiedelte Projektbüro – geleitet vom Leiter einer Jugendkunstschule – koordiniert die Bildungsinitiative zwischen den Trägern. Das Projektbüro besorgt mit Hilfe der Agentur Organisation und Pressearbeit der Bildungsinitiative und die Abwicklung des

von der AMH gestifteten Preises.

2006 unterstützte und dokumentierte das Projektbüro Pilotprojekte von Jugendkunstschulen in Alsdorf und Aachen, mit denen das Konzept handwerk Kunst, die Möglichkeiten und Chancen, die sich für alle Beteiligten – Kinder, Jugendkunstschule und Handwerker – aus der Kooperation im Rahmen kulturpädagogischer Projekte ergeben, erprobt wurden.

Bildungsinitiative handwerk Kunst

Mit der Bildungsinitiative handwerk Kunst wollen die Partner - Aktion Modernes Handwerk (AMH) und der Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen (bjke) - Bildung, Handwerk und Kunst in einen Dialog bringen. Sie will Projektpartnerschaften zwischen Jugendkunstschulen und dem Handwerk initiieren und konkrete Projekte realisieren, die den Wert kultureller Bildung nachhaltig sichtbar machen.

Für die Umsetzung ihrer Ziele hat die Bildungsinitiative handwerk Kunst das bereits angesprochene Projektbüro eingerichtet. Das Projektbüro vermittelt Jugendkunstschulen, die konkrete Projektideen in Kooperation mit Handwerksbetrieben umsetzen möchten, Kontakte zu Handwerksorganisationen und Handwerksbetrieben, berät bei der Planung, Durchführung von »handwerk Kunst-Projekten« und der Öffentlichkeitsarbeit.

Das Projektbüro wirbt im Handwerk für die Idee und berät auch Handwerksorganisationen, die an der Kooperation mit Jugendkunstschulen interessiert sind. Es organisiert den Preis des Handwerks für kulturelle Bildung.

handwerk Kunst - Preis des Handwerks für kulturelle Bildung

Mit dem Preis zeichnet die Aktion Modernes Handwerk (AMH) zusammen mit ihrem Partner, dem Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen, bjke e.V., besonders gelungene Projekte aus, die in Kooperation von Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen mit Handwerksbetrieben durchgeführt werden.

Bereits um den ersten Preis des Handwerks für kulturelle Bildung haben sich 20 Jugendkunstschulen und kulturpädagogische Einrichtungen aus 9 Bundesländern beworben – darunter mehrere aus NRW. Der Preis wurde 2007 anlässlich des Jugendkunstschultags NRW in Mülheim an der Ruhr zum ersten Mal vergeben. Eine qualifizierte Jury aus einer Vertreterin des Handwerks, einer Kulturpädagogin und einem Künstler wählte drei Projekte aus, die die ganze Bandbreite der künstlerischen, pädagogischen und handwerklichen Möglichkeiten, die die Kooperation mit dem Handwerk der Projektarbeit mit Kindern und Jugendlichen eröffnet, aufzeigen.

Alle Beteiligten empfinden den Start der Bildungsinitiative äußerst vielversprechend. Der Preis des Handwerks wird bereits im November 2007 erneut für Projekte, die 2007 und 2008 durchgeführt werden, ausgeschrieben.

Als Schirmherr unterstützt Armin Laschet, Generationsminister des Landes NRW, die Bildungsinitiative und den Preis des Handwerks für kulturelle Bildung..

4. Ressourcen

Die Kompetenzen der Geschäftsführung und der Mitarbeiter sowie die technischen Mittel der Agentur stehen dem Projektbüro zur Umsetzung der Bildungsinitiative zur Verfügung. Die Arbeit des Projektbüros wird finanziert. Der Preis des Handwerks ist von der AMH gestiftet und umfasst sowohl die ausgeschütteten Preisgelder als auch die Kosten der Organisation der Bildungsinitia-

tive.

Der Partner bjk bringt seinerseits seine fachlichen Kompetenzen und seine Möglichkeiten zu Kommunikation der Inhalte der Initiative insbesondere über eigene Publikationen ein.

5. Partner

Partner gibt es in allen Bereichen:

- Die Aktion Modernes Handwerk e. V. (AMH) beim Zentralverband des deutschen Handwerks nahm die durch Marketing Handwerk GmbH in Zusammenarbeit mit einem Kunstschulleiter entwickelte Idee auf. Sie trägt gemeinsam mit dem bjk die Bildungsinitiative. Sie stiftet den jährlichen "Preis des Handwerks für kulturelle Bildung".
- Der Bundesverband der Jugendkunstschulen und kulturpädagogischen Einrichtungen bjk e.V. ist Partner der AMH. Er ist die Interessenvertretung von über 400 in Landesverbänden organisierten Jugendkunstschulen und verbreitet das Projekt in seinen Mitgliedsorganisationen.
- Der Minister für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes NRW, Armin Laschet, unterstützt die Initiative als Schirmherr
- Die Handwerkskammern stellen den Kontakt zu interessierten Handwerksbetrieben her und sorgen für eine dezentrale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
- Vor Ort engagieren sich bereits jetzt zahlreiche Handwerksbetriebe mit ihren Ressourcen - vor allem ehrenamtlicher Mitarbeit - in den Kooperationsprojekten.
- Jugendkunstschulen und kulturpädagogische Einrichtungen arbeiten in Kooperationsprojekten mit Handwerksbetrieben zusammen und kommunizieren ihre Arbeit in die Öffentlichkeit.

Sie sind aktiver Part der Bildungsinitiative und erfahren durch die Mitarbeit der Handwerker eine inhaltliche Bereicherung ihrer Angebote für Kinder und Jugendliche und profitieren wie die Handwerker vom fachlichen - pädagogischen, künstlerischen und handwerklichen - Austausch von Know-How.

6. Beteiligte aus dem Unternehmen

Bei der Marketing Handwerk GmbH ist vorwiegend die Geschäftsleitung zusammen mit dem Leiter des Projektbüros für die Initiative tätig.

Als breit vernetzte Initiative sind zahlreiche andere Organisationen, vor allem natürlich die Trägerverbände und ihre Geschäftsführungen tätig. Innerhalb des Handwerks wird die Bildungsinitiative über die Website der AMH und Veröffentlichungen in Handwerkspublikationen kommuniziert.

7. Bedeutung des Engagements für das Unternehmen

Handwerk ist ein langfristig angelegtes gesellschaftspolitisches Engagement des Handwerks. Die Initiative weckt bereits im Handwerk Stimmen, die die gesellschaftspolitische Relevanz der Bildungsinitiative betonen und den auf Kultur basierenden Ansatz der Initiative als Denkanstoß für das Handwerk herausstellen: Dr. Sabine Wilp, Pressesprecherin der Handwerkskammer Hannover und Jurymitglied beim Preis des Handwerks für kulturelle Bildung: "Darüber hinaus sollte die Initiative aber auch die Chance nutzen, um nach innen, in die eigene Organisation „stilbildend“ zu wirken und dem Gedanken des Handwerks als Kulturgut, als Bestandteil des immateriellen Kulturerbes wieder mehr Bedeutung zu verleihen. Handwerk ist weit mehr als Betriebszahl, Umsatz, Beschäftigtenzahl, mehr als Wertschöpfung, mehr als Beruf und Technik. Richten wir den Blick auf die materielle Basis unserer Kultur und wir werden dort Handwerk finden."

8. Motivation

Die Idee entstand "vor Ort": als Vater zweier Kinder, die die Jugendkunstschule Aber Hallo e.V. besuchten, hatte Hugo Polz, Geschäftsführer der Marketing Handwerk GmbH, deren Arbeit schätzen gelernt. Aus dem Wunsch, diese und ähnliche Einrichtungen zu unterstützen und der Idee, die kreativen Potentiale der Jugendkunstschule auch für eigene Zwecke nutzen zu können, sprach er mit dem Leiter, Claus Jürgen Klüglich über Möglichkeiten, in Projekten zusammenzuarbeiten. Gemeinsam entwickelten sie die Idee zu handwerk Kunst und stellten sie ihren Verbänden AMH und bjke vor. Diese erkannten die Chancen, die die Bildungsinitiative allen Beteiligten eröffnet und übernahmen gemeinsam die Trägerschaft.

9. Wirkung

Handwerk Kunst unterstützt und initiiert zahlreiche nicht zuletzt öffentlichkeitswirksame Kooperationsprojekte zwischen Jugendkunstschulen und Handwerksbetrieben. Es erweitert damit das Angebotsspektrum der Einrichtungen für die Kinder und Jugendlichen. Handwerk Kunst weist damit auf die Notwendigkeit einer umfassenden kulturellen Bildung hin.

Wesentliche Aufgabe der Bildungsinitiative ist die breite Vernetzung aller Beteiligten, Handwerksorganisationen, Handwerksbetrieben und auch Sponsoren aus der Wirtschaft. Überall dort werden Ressourcen – Know-How, Kontakte, konkrete persönliche Mitarbeit, Materialspenden etc. – für die Umsetzung der Projekte und die Unterstützung der Jugendkunstschulen eingesetzt.

Die Bildungsinitiative hat neben den vom Projektbüro selbst mitorganisierten Pilotprojekten bereits eine Reihe von Jugendkunstschulen zur Teilnahme am Preis des Handwerks ermuntert. 20 Bewerbungen aus neun Bundesländern sind ein gutes Resultat für den ersten Durchlauf einer völlig neuen Idee. Viele Einrichtungen konnten schon interessiert werden, in Zukunft Kooperationsprojekte zu planen und durchzuführen.

Pilotprojekte und Projekte, die sich um den Preis beworben haben sowie insbesondere die Preisträgerprojekte erfuhren ein ausserordentlich großes Interesse in der Öffentlichkeit. Die dokumentierten Projekte haben exemplarischen Charakter und regen offensichtlich wirkungsvoll zur Nachahmung an.

10. Dauerhaftigkeit

Das Engagement ist

längerfristig bzw. unbefristet angelegt.

11. Verhältnis zum Kerngeschäft und der Kernkompetenz

Das Unternehmen entwickelt Marketingkonzepte für die Handwerksorganisation und engagiert sich für die Imagearbeit im Handwerk. Ein soziales und gesellschaftspolitisches Engagement paßt zum Leitbild des Unternehmens.

12. Veröffentlichte Informationen zum Engagement

www.bildungsinitiative-handwerk-kunst.de , www.amh-online.de, mehrere ausführliche Artikel in den kulturpolitischen Nachrichten "infodienst", herausgegeben vom bjke, Veröffentlichungen in Handwerksmedien, zahlreiche Presseberichte über Einzelprojekte und die Sieger des ersten Preises