



**„Hamburg -
Mein liebster Platz
in unserer Stadt“**



susawill.

Ausgangspunkt: Platz zum Leben

Kinder nehmen den Ort, an dem sie leben, wahr. Sie mögen ganz bestimmte Plätze besonders gern. Sie setzen sich mit ihrer Umgebung auseinander: der Spielplatz, den sie gern besuchen, die Schule, der Hafen, der Eismann an der Ecke, der Kletterbaum im Park...

Doch in ihrer Stadt gibt es neben den vielen schönen Seiten auch immer mehr Armut und Not. Und Menschen, deren Platz zum Leben die Straße ist.

Um den Hauptbahnhof herum leben junge Menschen mehr oder minder auf der Straße. Diese Straßenkids, rund 700 in Hamburg, die meisten im Alter zwischen 14 und 18 Jahren, leben in einem Teufelskreis aus Prostitution, Drogenmissbrauch und Obdachlosigkeit, dem sie aus eigener Kraft nicht entrinnen können.



Die Idee: Ein Malwettbewerb

Unter dem Motto „Hamburg – Mein liebster Platz in unserer Stadt“ malen Kinder für einen guten Zweck: für die Straßenkids in Hamburg.

Dies regt sie an, die Spannungen zwischen dem glitzernden Wohlstand einer großen Metropole und dem Elend junger Menschen bewußt wahrzunehmen und sich mit der Not anderer Kinder auseinanderzusetzen.

Mit den Bildern, die sie malen, helfen sie den Jugendlichen, die mitten in Hamburg im Elend leben. So gewinnen beide:

- Straßenkids, die rund um den Hauptbahnhof leben
- die jungen Maler, deren Bilder ausgewählt werden, um auf T-Shirts gedruckt und für diesen wohltätigen Zweck verkauft zu werden.



Der Denkanstoß: Sehen und malen

Unser Malwettbewerb für Kinder im Alter zwischen 9 und 13 Jahren bietet drei Wege, sich zu beteiligen:

1. In der offenen kirche wird der Malwettbewerb als Kurs angeboten, zu dem Kinder aus Hamburg angemeldet werden können.
2. Hamburger Schulen können den Wettbewerb pädagogisch begleiten, indem sie ihn zum Anlass nehmen, um Themen wie „Solidarität – christliche Nächstenliebe – miteinander teilen“ zu bearbeiten. Die Kinder erfahren sich selbst in ihrem eigenen Lebensumfeld im Vergleich zu dem Leben, das Straßenkids führen, die nur wenig älter sind als sie selbst.
2. Alle Hamburger Kinder, die Lust haben zu malen, können ihre Bilder individuell und völlig unabhängig von den oben genannten Projekten einreichen.



Die Maler: Für die Ehre

Zu gewinnen gibt es bei „Hamburg – Mein liebster Platz in unserer Stadt“ etwas, das mit Geld nicht zu bezahlen ist: Ehre, öffentliche Anerkennung und das Bewusstsein, etwas für einen wirklich guten Zweck getan zu haben. Damit setzt unser Wettbewerb auch einen Akzent in einer von Materialismus und Überfluss gekennzeichneten Welt der Kinder. Mit ihren Bildern helfen die Kinder nicht nur Straßenkindern, sondern werden selbst auf einen positiven, mit Spaß und Freude verbundenen Weg an notleidende Menschen herangeführt.

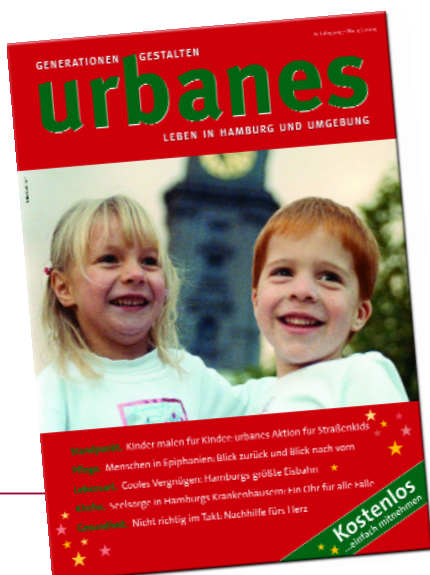
Die fünf Kinder, deren Bilder von der Jury ausgewählt werden, erhalten eine Urkunde, die sie als „Engel für Straßenkids“ auszeichnet. Außerdem bekommen sie drei T-Shirts mit ihren Motiven, damit sie diese an gute Freunde verschenken können.



Wichtiger Teil der öffentlichen Anerkennung für das Engagement ist die Nennung der Gewinner in den Medien, z.B. ihre Vorstellung in urbanes. Ein Dankeschön-Brief an alle Teilnehmer gibt auch denen, deren Arbeit nicht ausgewählt worden ist, ein positives Feedback.

Angesprochen werden alle Kinder im Alter von 9 bis 13 Jahren durch

- Aufruf zur Teilnahme an Hamburger Schulen
- das Programm der offenen kirche
- Auslobung des Wettbewerbs in urbanes
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über Tageszeitungen, Wochenblätter, Radio, TV und geeignete Internetseiten



Generationen gestalten urbanes Leben in Hamburg ist der Titel der Zeitschrift, die von Ambulanten Pflegediensten der Diakonie in Hamburg 4 x im Jahr herausgegeben werden.

Die Initiatorin: Mode für einen guten Zweck

Die Designerin Susanne Willke hat dieses Charity-Projekt angestoßen. Die Idee kam ihr in ihrem Beruf, denn sie produziert unter ihrem eigenen Modelabel individuell gestaltete T-Shirts.

Um die Idee umzusetzen und möglichst weit zu transportieren, braucht sie Partner, die für Solidarität, Nächstenliebe und das Miteinander der Menschen in dieser Stadt stehen.

- die offene kirche als gemeinde- und stadtteilübergreifende Einrichtung
- urbanes als Medienpartner

Über beide wird der Malwettbewerb im gesamten Stadtgebiet in die Öffentlichkeit getragen und beworben. Der Wettbewerb und die Auswahl der Motive für die T-Shirts werden auf eine breite Basis gestellt – eine wichtige Voraussetzung für den sich anschließenden Verkauf der T-Shirts, die in einer limitierten Auflage von 999 Stück produziert werden.



*Susanne Willke, Modedesignerin, Jahrgang 1968, Studium an der Akademie für Modedesign (AMD) Hamburg, verantwortliche Positionen in der Mode-Industrie, erfolgreiches eigenes Label **susawill.**, malte bereits mit Kindern in Spielhäusern und Elternschulen.*

Die Veranstalterin: Die offene kirche

Gelassenheit, Solidarität, Stärkung, Selbstvertrauen, Miteinander und nicht zuletzt Information – dieses alles zu vermitteln sind Aufgaben der offenen kirche, einer Einrichtung der evangelischen Kirche in Hamburg.

Kinder in intakten Familien lernen diese Werte und bekommen sie als Startkapital mit auf den Lebensweg im Gegensatz zu den Straßenkids.

Mit zahlreichen Kursen, Beratungen und Veranstaltungen ist die offene kirche zu einem wichtigen Treffpunkt für Menschen geworden. Durch ihr Engagement in der Familienbildung, Müttergenesung und Frauenarbeit trägt die offene kirche dazu bei, dass Kinder stark für das Leben werden.

Und nicht zuletzt gehört zur offenen kirche auch Das Kirchencafé an der Hauptkirche St. Jacobi. Es liegt um die Ecke vom Hauptbahnhof, dort, wo viele Straßenkids aufgefangen werden.



Ina Brinkmann, Jahrgang 1961, Pastorin und Leiterin der offenen kirche, verheiratet, 2 Kinder.

Die Schirmherrin: Bettina Tietjen

„Seit 17 Jahren arbeite ich als Journalistin – 12 davon als Moderatorin und Talkmasterin vor der Kamera. In dieser Zeit sind mir Menschen aus allen gesellschaftlichen Bereichen begegnet, ich habe gelernt, mich auf jede Lebensart und jedes Schicksal einzulassen – sei es nun der Obdachlose, der schwerreiche Industrielle oder der erfolgsverwöhnte Show-Star.

Ich liebe meinen Beruf, weil jeder neue Tag mich reicher an Erfahrung macht. Menschen sind unterschiedlich, aber jeder hat Liebe und Aufmerksamkeit verdient. Und damit bin ich bei meinen Kindern: seit 10 Jahren bin ich Mutter – Theo ist 10, Pia 8 Jahre alt. Beide sind fröhliche, freche, temperamentvolle kleine Wesen.

Mein Mann und ich versuchen, sie in dem Bewusstsein zu erziehen, dass die meisten Kinder auf dieser Welt es nicht so gut haben wie sie. Das können sie mit ihren Kinderaugen selber sehen, wenn sie aufmerksam durchs Leben gehen. Direkt vor unserer Tür findet man Hilfsbedürftige – man muss nur genau hingucken.

Das Projekt „Mein liebster Platz in unserer Stadt“ unterstütze ich gern, weil es beides verbindet: es schärft den Blick junger Menschen für die Welt, die uns umgibt. Und es kommt denen zugute, die nicht das Glück haben, auf der Sonnenseite aufzuwachsen.“

Bettina Tietjen



Bettina Tietjen, NDR-Moderatorin und Talkmeisterin, begegnet in ihrem Beruf den unterschiedlichsten Menschen. Sie ist verheiratet und Mutter von zwei Kindern.

Die Gewinner: Die Straßenkids

Der Reinerlös der Aktion ist für die Arbeit mit Straßenkids bestimmt. Über den Verein Paten für Straßenkids e.V., fließt er BASIS e.V. zu, einer staatlich anerkannten Einrichtung, die den Straßenkids eine Anlaufstelle bietet: duschen, Wäsche waschen, ein warmes Essen, teilweise medizinische Versorgung, ein Dach über dem Kopf. Das Geld ist für die folgenden Projekte bestimmt:

Aus-Zeit

Vertrauen in andere (erwachsene) Menschen – meist haben die Straßenkids damit sehr schlechte Erfahrungen gemacht. Eine Auszeit vom Straßenalltag, also heraus aus dem alltäglichen Umfeld auf der Straße, schafft eine Möglichkeit, das Vertrauen der Straßenkids zu gewinnen. Die Zeit ist wichtig, um sie Verlässlichkeit erfahren zu lassen und angebotene Hilfen annehmen zu können.

Lern-Lust

Kein Abschluss, kein Job, keine Lehrstelle – das gilt für viele Straßenkids. Zweimal wöchentlich gestalten Studenten der Uni Hamburg Unterricht vor Ort, der sich an den Interessen der Kids orientiert. Nähen, kochen, lesen, rechnen, Lebensläufe schreiben. Mit der Lust wächst auch das Selbstbewusstsein.

Cash-Work

Anforderungen wie Pünktlichkeit und Durchhaltevermögen – das können nur wenige Straßenkids einhalten. Bei CASH packen sie mit an, räumen auf oder streichen Wände. Sie bekommen ihre Arbeit bezahlt. Das schafft ein Stück Selbstwertgefühl.

Die Qual der Wahl: Die Jury

Aus den eingegangenen Bildern sucht die Jury die fünf Motive aus, mit denen dann die T-Shirts bedruckt werden.

Um ein möglichst hohes Maß an Öffentlichkeitswirksamkeit zu erreichen, wird die Jury mit Juroren besetzt sein, die zu dem Projekt passen:

Bisher haben für die Jury zugesagt:

- Hadi Teherani, Architekt
- Propst Karl-Günther Petters, Ev.-Luth. Kirchenkreis Alt-Hamburg
- Thomas Nebel, Basis e.V.
- Philip Mecklenburg, Handwerksgruppe Philip Mecklenburg GmbH & Co.
- Nane Mundt, Projektagentur Leopard

Einsendeschluss für die Bilder ist der 1. April 2005.

Die Prämierung der Arbeiten erfolgt Anfang Mai im Hotel Gastwerk.



Der Verkauf: T-Shirt für Kinder

Für den Verkauf der T-Shirts wird auf bestehende Strukturen zurückgegriffen. Dazu könnten gehören

- Tourismus-Zentrale Hamburg
- Einzelhandel
- Shops in den Hamburger Museen
- offene kirche / susawill.
- Internet
- Hamburg Events



Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Wer das Projekt unterstützt, soll auch davon profitieren. Das ist der Nutzen derjenigen, die den Malwettbewerb unterstützen etwa als Mitglied der Jury oder durch den Verkauf der T-Shirts.

Neben der Medienpartnerschaft mit urbanes gibt es ein umfassendes Konzept für die Pressearbeit, das dafür sorgt, dass die Hamburger Medien regelmäßig mit Informationen über den Wettbewerb und die Aktion versorgt werden.

Der Verkauf von T-Shirts an prominente Hamburger schafft aktuelle Anlässe zur Berichterstattung in Zeitungen, Hörfunk und TV.

Mediale Präsenz hält die Aktion über ihre Laufzeit hinweg im Bewußtsein der Hamburger und unterstützt so zugleich den Verkauf im Rahmen von zuschauerstarken Veranstaltungen.



Fazit

Mit einer kreativen Idee nutzt „Hamburg – Mein liebster Platz in unserer Stadt“ die erprobte Mechanik von Charity: Ein unbestritten guter Zweck, ein glaubwürdiger und engagierter Veranstalter und ein Produkt, dass durch die Verbindung von Exklusivität und Wohltätigkeit einen subtilen ideellen Wert bekommt.

Hinzu kommt als besonderes Element die Einbindung von Kindern, die durch den Wettbewerb angeregt werden, sich mit der Situation hilfsbedürftiger junger Menschen in unserer Stadt auseinanderzusetzen.

Begleitet von den Hamburger Medien entsteht so eine einzigartige Aktion, die mit überschaubarem Aufwand spürbare materielle und ideelle Unterstützung für notleidende Menschen am Rande der Gesellschaft mobilisiert.

PR-Themen könnten sein

- Bekanntgabe der Jury
- Bekanntgabe der Gewinner des Malwettbewerbs
- Start des Verkaufs (z.B. das erste T-Shirt kauft Ole von Beust)

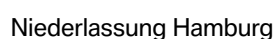
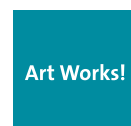


Zeitplan

Die Zeitplanung

- Dezember 2004: Die Auslobung des Wettbewerbs hat in urbanes begonnen.
- Januar 2005: Mailing an Hamburger Schulen
- ab Januar 2005: Jury wird besetzt
Verkaufsstellen werden gewonnen
5. März 2005: Malen beim Tag der offenen Tür bei BMW
1. April 2005: Einsendeschluss der Bilder
4. April 2005: Jury-Tag
29. Mai: Prämierungstag im „Gastwerk“
Beim Alten Gaswerk 3 / Daimlerstraße
22761 Hamburg
12 Uhr Pressekonferenz
13 Uhr Prämierung der Gewinner

Wir bedanken uns bei allen Sponsoren und bei der Jury für ihre Unterstützung von „Hamburg - Mein liebster Platz in unserer Stadt“.



Initiatorin: Susanne Willke

susawill.



offene kirche

EINE EINRICHTUNG DES EV.-LUTH.
KIRCHENKREISES ALT-HAMBURG

Loogeplatz 14/16 | 20249 Hamburg

Tel. (040) 46 07 93 14

Fax (040) 46 07 93 28

Kontakt: Ina Brinkmann

brinkmann.offenekirchehamburg@kirnet.de

Spendenkonto:

Evang. Darlehensgenossenschaft Kiel eG

Blz 210 602 37 · Konto 101 5008

Stichwort: „Engel für Straßenkids“

Wir danken unseren Sponsoren: urbanes, Hobby-Haus Harburg, Hotel Restaurant Gastwerk, BMW, Dachbodenbande Spielzeugmuseum, Kaffeerösterei Burg, Handwerksgruppe Philip Mecklenburg, Art Works! Werbeagentur, Großbongardt Kommunikation, Hotel Hafen Hamburg, susawill.