

### ■ Liebe Leser,



die Freizeitwirtschaft ist Deutschlands größter Arbeitgeber. Mit über sechs Millionen Beschäftigten hat sie sich zur

Leitökonomie der Zukunft entwickelt. Ihre Märkte Tourismus, Kultur, Sport und Unterhaltung gehören zu den stabilsten Branchen - auch in schwierigen Zeiten.

Im infoletter Nr. 13/07 berichteten wir erstmals über das Projekt „Freizeit- und Erlebniswelten“. Es thematisiert neue Trends im Freizeitbereich - der Baustoff Beton bietet hier interessante Möglichkeiten - und die dringende Notwendigkeit, mehr gegen Bewegungs- und Bildungsarmut junger Menschen in Deutschland zu tun.

Freizeit hat viele Facetten. In Großstädten wie Berlin ist das Angebot immens - aber leider nicht allen zugänglich. Es mangelt an bedarfsgerechten Freizeitangeboten für Kinder und Jugendliche.

Wie stellen sich Kinder und Jugendliche den idealen Ort für ihre Freizeit vor? BetonMarketing Ost hat sie gefragt (S. 3 - 8).

Damit aus Wünschen und Bedürfnissen Realitäten werden, bedarf es Initiativen. Soziale Verantwortung ist ein Baustein modernen Marketings.

Und was hat das mit BetonMarketing zu tun? Durch die Kinder kommen wir in die Familien und erreichen so die Erwachsenen. Auf sympathische Art und Weise.

Geschäftsführer BetonMarketing Ost



Kinder und Jugendliche brauchen Räume, in denen Sport, Bewegung und Bildung Spaß machen. Orte, an denen sie spielerisch und kreativ Erfahrung sammeln können. Foto: Concrete Sportanlagen GmbH

### Das Freizeit-Projekt

Sport und freie Zeit haben in unserer Gesellschaft einen hohen Stellenwert. Dennoch mangelt es in Großstädten wie Berlin an geeigneten Freizeitstätten für Jung und Alt.

Das Freizeit-Projekt möchte für das Thema Freizeit und seine Bedeutung in der Gesellschaft sensibilisieren sowie Handlungsbedarf zur Planung und Gestaltung neuer Anlagen mit Beton aufzeigen. Es will folgende **Zielgruppen** erreichen und einbinden: Sportvereine und Freizeiteinrichtungen, Schulen, Jugendhäuser, Mitarbeiter aus Politik und Verwaltung, Architekten und Ingenieure, Pädagogen und Sportfunktionäre, soziale Einrichtungen und Unternehmen.

### Instrumente sind

- Kolloquium (Pilot am 25.09.07, Fortsetzung geplant) mit offenem Podium,
- Ideensammlung „JugendFreizeit in Berlin“,
- große Freizeit-Schülerbefragung,
- Pressearbeit/Publicationen,
- Betonkunst-Aktionen an Berliner Grundschulen.

Das Projekt wird in 2009 fortgeführt.

### Freizeit-Schülerbefragung

BetonMarketing Ost befragte im Februar und März 2008 mehr als 500 Berliner Schüler über ihre Wünsche, Vorlieben und Bedürfnisse in ihrer Freizeit. Die Ergebnisse wurden ausgewertet und publiziert. Lesen Sie Einzelheiten im Innenteil.

### Kinderfragebogen „Spielträume“

Kinder im Alter von 7 bis 13 Jahren erhielten den Kinderfragebogen „Spielträume“, der im Unterricht ausgefüllt wurde. Unter den teilnehmenden Schulen wurden mehrere Betonkunst-Aktionen verlost. Die Bildhauer Seraphina Lenz und Michael Bause formten mit den Kindern Fantasiefiguren aus Beton (Seite 7).

### Jugendfragebogen für Schüler

Für ältere Schüler (14 bis 18 Jahre) wurde der Jugendfragebogen „Deine Freizeit ist uns wichtig“ entwickelt. Er wurde an Oberschulen und Freizeitstätten als Printversion sowie online unter [www.beton.org/Freizeit](http://www.beton.org/Freizeit) ausgefüllt. Die Jugendlichen konnten durch ihre Teilnahme an der Umfrage heiß begehrte iPods gewinnen (Preisträger auf Seite 8).

## Neue Trends im Freizeitbereich

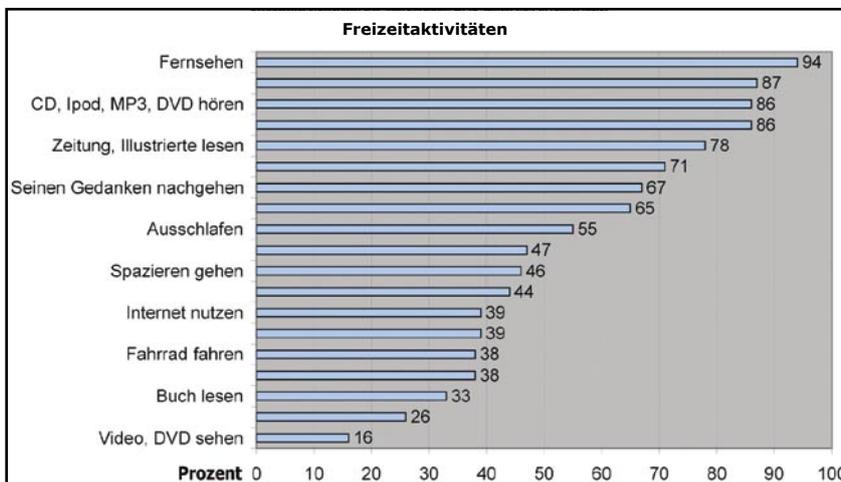
Irgendwann hat jeder auch mal Feierabend – spätestens dann beginnt für die meisten Menschen die Freizeit. Es wird gelesen, gespielt, gefeiert, mit Freunden verabredet, ins Kino/Theater gegangen oder auch einfach geschlafen – je nachdem, was das individuelle Zeit- und Finanzbudget erlaubt. Der Bedarf nach sinnvoller Freizeit-Beschäftigung, nach Wellness, Sport und Muße nimmt zu.

Gleichzeitig sprechen Freizeitforscher von der Rastlosigkeit der Gesellschaft, die Hatz von einem Termin zum anderen lässt kaum Zeit für Ruhe und Müßiggang. Und: Je mehr sich die einen leisten können, umso mehr müssen die anderen sparen. Familien und Ruheständler stehen auf der einen, junge Erwachsene, Singles und kinderlose Paare auf der anderen Seite.

Dazu kommt das so genannte Armut-Wohlstand-Paradox: Die Freizeitinfrastruktur wächst, wo zahlungskräftige Kunden leben. Freie Zeit aber ist im Überfluss dort vorhanden, wo wenig gearbeitet wird und die Einkommen gering sind.



Fernsehen ist immer noch des Deutschen liebste Freizeitbeschäftigung.  
Foto: www.photocase.de / Tita Totaltoll



Repräsentativbefragung von 3000 Personen ab 14 Jahren 2007 in Deutschland  
Quelle: Stiftung für Zukunftsfragen in Freizeit-Monitor 2007

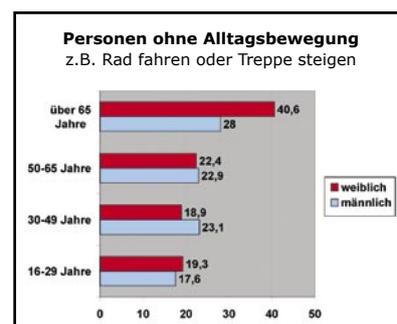
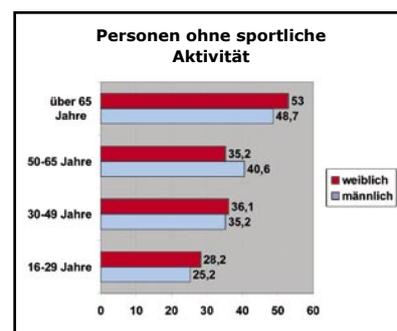
Neben die Arbeitswelt hat sich gleichzeitig die neue Freizeitwelt geschoben. Bereichert um freizeitorientierte neue Werte. Gegenüber Medien, Sport, Tourismus steht jetzt Kultur, Bildung und soziales Engagement. Märkte – oder Werte? Hier liegen wirtschaftliche Chancen und soziale Verpflichtungen gleichermaßen als Herausforderung für die Gesellschaft der Zukunft.

## Deutsche sind Bewegungsmuffel

37 Prozent aller Männer und 38 Prozent aller Frauen treiben keinen Sport. 22,4 Prozent der Deutschen bewegen sich im Alltag so gut wie gar nicht – sie fahren kein Rad, benutzen keine Treppen und gehen nicht spazieren (Quelle: Gesundheitssurvey, Nichtbeweger-Studie 2008). Besonders bedenklich: Jeder vierte Jugendliche und jedes dritte Kind treibt keinen Sport. Obwohl jeder weiß, wie wichtig Bewegung für Gesundheit und Wohlbefinden ist, hält sich mehr als jeder fünfte Bundesbürger nicht daran.

Regelmäßiger Sport hilft nicht nur gegen überflüssige Pfunde. Er wirkt auch gegen Bluthochdruck, Herz-

Kreislaufkrankungen, Rückenschmerzen, Stress oder Diabetes. „Ziel ist es, die Zeit körperlicher Bewegung im Alltag zu erhöhen“, heißt es deshalb im Aktionsplan der Bundesregierung zur Prävention von Fehlernährung, Bewegungsmangel und Übergewicht. Eine gesunde Lebensweise und die aktive Gestaltung der Freizeit sind Gegenwartsthemen. Es ist Zeit, neue Handlungsspielräume zu gestalten.



Gesundheitssurvey/Nichtbewegerstudie 2008

### Kinder-Freizeit in Berlin

Wie sieht sie aus, die Freizeit von Kindern in Berlin? Hier leben 400.000 Kinder, davon 170.800 unter sechs Jahren (Stat. Landesamt Berlin-Brandenburg). Artikel 31 der UN-Kinderrechtskonvention fordert das Recht des Kindes auf Freizeit, Spiel und Erholung. Leider verkümmern in der Berliner City Spielplätze, Parks und Schulhöfe. Beispiel Brunnen-Viertel: Seit Jahren kämpfen Quartiersmanager um die Modernisierung freier Areale, z.B. am Vinetaplatz. Sie wollen junge Bewohner aus schwierigen sozialen Milieus besser in den Kiez integrieren. Attraktiv gestaltete Freiräume mit interessanten Freizeitangeboten sind hier ein guter Ansatz. Leider scheiterten die Bemühungen bis heute an der Bürokratie des Berliner Verwaltungssystems und an fehlenden Finanzen. Tragisch für die Kinder, die auf Angebote außerhalb des Elternhauses angewiesen sind.



Trauriger Spielplatz an der Prinzenallee in Berlin-Mitte (Wedding). Hier wachsen Kinder unter schwierigen Bedingungen auf. Foto: BMO

Gerade diese Kinder und Jugendlichen brauchen in ihrer Freizeit Räume, in denen sie zwanglos fürs Leben lernen können, damit Talente, Potentiale und soziale Kompetenzen nicht verkümmern. Ein Nachdenken über neue Freizeitstätten in Stadtteilen wie Berlin-Mitte halten wir daher für notwendig. Deshalb haben wir den Stein ins Rollen gebracht.



Kinder-Fragebogen der Freizeit-Befragung an Berliner Grundschulen

### Befragung an sechs Grundschulen

Im Februar und März 2008 wurden von BetonMarketing Ost (BMO) insgesamt 388 Kinder im Alter von 7 bis 13 Jahren über ihre Freizeit befragt. Die Schüler kamen überwiegend aus dem Bezirk Mitte von Berlin (221), davon 71 aus Wedding. Mit geringer Beteiligung nahmen auch Schüler der Bezirke Prenzlauer Berg, Pankow, Neukölln, Reinickendorf und Tiergarten an der Befragung teil (25). Sie alle erhielten an insgesamt sechs mitmachenden Grundschulen den Kinderfragebogen „Spielträume“ zum Ausfüllen im Unterricht. Fachliche Beratung erhielt BMO vom Kinder- und Jugendbüro Mitte sowie der Spielplatzkommission des Bezirks (Frau Riedel). Auch die Schulleiter und Fachlehrer kooperierten sehr gut mit uns und standen den Kindern mit Rat und Tat beim Ausfüllen zur Seite. Nur so konnte die Aktion gelingen.

Spitzenreiter mit 115 ausgefüllten Bögen war die Grundschule am Arkonaplatz, dicht gefolgt von der Kastanienbaum-Grundschule (88

Antworten) sowie der GutsMuths-Grundschule (81 Antworten). Diese drei Schulen erhielten den Zuschlag für die Betonkunst-Aktionen zur Belohnung ihrer Schüler und Schülerinnen (Bericht auf Seite 7).

Der Kinderfragebogen umfasste 17 Fragen. Sie enthielten eine Einschätzung des Freizeitangebots in Wohnnähe der Kinder, die Nennung von Sport- und Freizeitaktivitäten mit Angaben zu Ort und Dauer sowie Wünsche für zukünftige Freizeitstätten. Die Ergebnisse erfahren Sie auf der nächsten Seite.

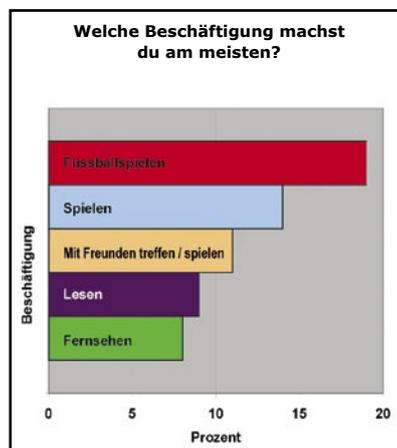


Kinder lieben Klettern auf Felsen aus Beton. Foto: SportStones

#### Auswertung der Kinderfragebögen „Spielträume“

##### Fußball und Spielen an Erster Stelle

Kinder lieben Spielen. An diesem Grundbedürfnis hat sich auch im Medienzeitalter mit PlayStation und PC im Kinderzimmer nichts geändert. Am häufigsten gaben die Kinder an, in ihrer Freizeit Fußball zu spielen (19 Prozent), zu spielen (14 Prozent) und sich „mit Freunden zu treffen“ (11 Prozent). Positiv zu sehen ist die Tatsache, dass die Kids Fernsehen nach Lesen (!) erst an fünfter Stelle nannten. Nur 14 Kinder gaben an, in ihrer Freizeit nach Videospiele zu greifen.

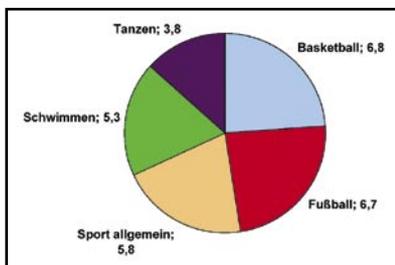


##### Keine Sportmuffel

Die Mehrzahl der Kinder ist sportlich aktiv (76 Prozent). Durchschnittlich gehen sie zwei Stunden pro Woche einer oder mehreren Sportarten nach.

Spitzenreiter bei Sportbegeisterten:

- Basketball mit 6,8 Stunden
- Fußball mit 6,7 Stunden
- Sport allgemein mit 5,8 Stunden
- Schwimmen mit 5,3 Stunden
- Tanzen mit 3,8 Stunden



Stunden pro Woche, in denen die Kinder ihren liebsten Sportarten nachgehen

##### Freizeit auch abhängig vom Geldbeutel

Manche Kinder können aber aus Geldmangel ihre Wunsch-Sportarten nicht ausüben: Am häufigsten genannt wurden Tennis, Reiten, Schwimmen, Fußball, Golf, Ballett und Karate.

##### Sportarten und Freizeit pro Tag

Insgesamt wurden 24 verschiedene Sportarten genannt. Neben Klassikern wie Fußball, Handball, Schwimmen und Basketball wurden auch seltene Disziplinen wie Sportschießen, Billard, Boxen, Breakdance und Einradfahren aufgeführt. Im Trend sind auch diverse Tanzstile von Jazz bis Streetdance (62mal genannt).

Interessant ist, wie viel freie Zeit die Kinder zur Verfügung haben. 75 Prozent gaben fünf und mehr Stunden als Tagesbudget an. Im Durchschnitt haben die Schüler ohne Hausaufgabenzeit und andere häusliche Pflichten 4,46 Stunden Freizeit pro Tag.

##### Freunde und Familie sind allen Kindern wichtig (378 von 388)

Die meisten Kinder (114) verbringen ihre Freizeit am liebsten mit Freunden, dicht gefolgt von der Familie (105). 159 Kinder sind mit beiden gerne zusammen. Am liebsten allein, das sind nur 3 Kinder.

174 Befragte halten sich überwiegend in der Wohnung auf, 66 auf Sport- und Spielplätzen und 21 in der Schule und im Hort. Wenn 89 Kinder angeben, sich in ihrer freien Zeit überwiegend „draußen bzw. auf dem Hof“ aufzuhalten, könnte dies auf eine fehlende Freizeit-Infrastruktur verweisen.

##### Wünsche für die Zukunft



Die Freizeit mit der Familie zu verbringen, hat bei allen Kindern einen hohen Stellenwert. Foto: www.photocase.de / Linus64

Ganz oben auf der Wunschliste stehen ein Schwimmbad (75 Prozent), ein Abenteuer-Spielplatz (73 Prozent) und eine Kletterwand (71 Prozent). Auch Plätze für diverse Ballspiele sind stark begehrt, vor allem Bolzplätze. Skaten ist nicht mehr so gefragt (41 Prozent) wie noch vor Jahren. Ausgefallene Geräte „mit geheimnisvollen Details“ in Form von Dinosauriern, Flugzeugen und Schiffen sollen die Langeweile auf den Spielplätzen vertreiben.

Die Stadtkinder wünschen sich Natur und Tiere. Ein Gros träumt von einer Anlage mit Pferden, Haus- und Kleintieren. Grün soll sie zudem sein, mit vielen Bäumen, Büschen und einer großen Wiese zum Spielen und Picknicken. Auch auf das Erscheinungs-

bild legen die Kinder besonderen Wert – schön, farbenfroh, ausgefallen und gepflegt soll es sein. Der Tenor lautet auch „baut sie sicher“.

Für den Innenbereich wünschen sich die Kids dringend einen Raum, in dem sie mit ihren Freunden Zeit verbringen können (70 Prozent). Eine Küche, in der gemeinsam gekocht wird, steht an zweiter Stelle (60 Prozent). Ein Forscherlabor (58 Prozent) und ein Künstlerkabinett (56 Prozent) sollen in die Anlage integriert werden. Auch moderne Medien spielen eine wichtige Rolle – 45 Prozent der Befragten fänden einen Computer-Pool toll. Das Mini-Kino rangiert auf Platz Eins der eigenen Vorschläge. Eine Reihe von Kindern erhofft sich einen Raum, in den man sich auch mal zurückziehen kann.



Kinder haben ein starkes Bedürfnis nach Natur und Tieren.

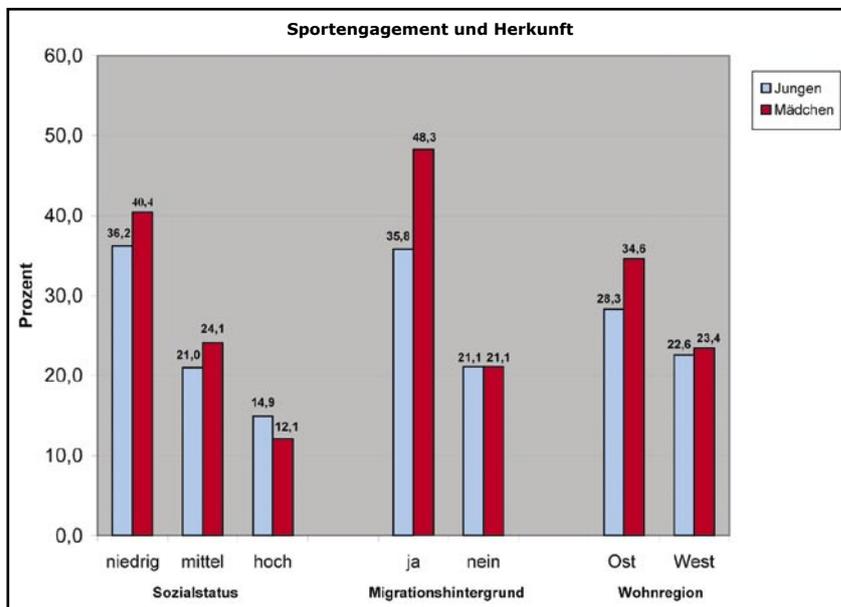
Foto: [www.pixelio.de](http://www.pixelio.de) / cossac

Deutlich wurde: Die Jüngeren erträumen sich eine anregende und anspruchsvolle Umgebung, in der sie selbst aktiv werden können.

#### Zahlen und Fakten

- jedes vierte Kind im Alter von 3 bis 10 Jahren treibt nicht regelmäßig Sport
- jedes achte Kind macht nie Sport
- drei Viertel der Jungen und Mädchen sind mindestens 1mal pro Woche sportlich aktiv, mehr als ein Drittel sogar 3mal oder häufiger pro Woche
- Experten raten Kindern und Jugendlichen jedoch mindestens eine Stunde körperlich-sportliche Aktivität pro Tag, für Erwachsene 3mal Sport pro Woche
- Kinder, die nicht regelmäßig Sport treiben, kommen überproportional häufig aus Familien mit niedrigem Sozialstatus, Migrationshintergrund und aus den neuen Bundesländern

Quelle: Kinder- und Jugendgesundheitsurvey (KiGGS) des Robert Koch-Instituts Berlin, 2007



Anteil der 3-10-jährigen Kinder, die weniger als einmal pro Woche Sport treiben.  
Quelle: [www.kiggs.de](http://www.kiggs.de)

#### Mittendrin außen vor?

Freizeiteinrichtungen sind wichtig für Kinder und Jugendliche – um fürs Leben zu lernen und sozial kompetent zu werden. Unverzichtbar ist daher eine qualitativ hochwertige Infrastruktur für ihre Betreuung und Bildung.

Besonders in Berlin: 175.000 Minderjährige sind von staatlichen Transferleistungen abhängig. In der Hauptstadt leben 30,7 % des Nachwuchses unterhalb der Armutsgrenze – in Bayern sind es nur 6,6 % (Arbeitsbericht der Bundesregierung 2008).

In Deutschland muss niemand verhungern. Aber mit der relativen Armut gehen andere Risiken einher: Wer aus einer ökonomisch benachteiligten und bildungsarmen Familie kommt, der ernährt sich häufig schlecht, bewegt sich weniger, besucht keine gute Schule und wächst meistens in einem Viertel auf, in dem es wenige Perspektiven gibt.

Ausgerechnet im Bezirk Berlin-Mitte, dem Viertel mit dem größten Glamour-Faktor Berlins dank Museumsinsel, Regierungsviertel und Kulturmeile, lebt der größte Anteil an benachteiligten Kindern und Jugendlichen der Hauptstadt. Was bewegt die jungen Berliner in ihrer Freizeit? Verbringen sie tatsächlich die meiste Zeit vor der Mattscheibe? Und sind 60 Prozent von ihnen (FORSA-Studie 2008) wirklich seltener als einmal in der Woche körperlich aktiv? Wie stellt sich die Jugend den perfekten Ort für ihre Freizeit vor? Antworten ergab die aktuelle Freizeit-Jugend-Umfrage von BetonMarketing Ost.

## Null Bock oder Fun-Generation? Ergebnisse der Schülerbefragung „Deine Freizeit ist uns wichtig“

Im Frühjahr 2008 befragte BetonMarketing Ost neben Kindern an Grundschulen auch Jugendliche im Alter von 14 bis 18 Jahren an Oberschulen und Freizeitclubs in Berlin-Mitte zu ihrer Freizeit. Der Jugendfragebogen enthielt 20 Fragen und war damit etwas umfangreicher und kiezbezogener als der Kinderfragebogen. Während die Kinder uns aufgeschlossenen Interviews gaben, taten sich die Jugendlichen schwerer mit ihren Antworten. Freizeit ist wohl gerade für sie ein sehr sensibles Thema. Sicher spielen auch die Hormone dabei eine Rolle.

Bei unserer Umfrage legten wir größten Wert auf Freiwilligkeit. Wir wollten im Unterschied zu den Grundschulern bei den Älteren nicht, dass sie durch die Anwesenheit der Lehrer beeinflusst oder zur Beteiligung gedrängt werden. Wir freuen uns daher über 131 freiwillig ausgefüllte Bögen, die den Weg zu uns zurück fanden. Zugegeben, wir haben etwas nachgeholfen – unter den ersten Einsendern wurden drei iPods verlost. Preisträger siehe Seite 8.

### Hier die Ergebnisse:



### Wohnort/Kiez

Die Jugendlichen nehmen die Umgebung, in der sie wohnen, sehr genau wahr. Als **positiv** für ihren Kiez bewerten sie:

- Freunde
- die Gegend (Leute, Menschen)
- Ruhe/Stille im Wohngebiet
- gute Einkaufsmöglichkeiten sowie Verkehrsanbindung

### Negativ:

- Dreck, Schmutz und Umweltverschmutzung
- Drogendealer
- Aggression und Gewalt
- zu viele Ausländer
- zu viel Verkehr

### Soziale Einbindung

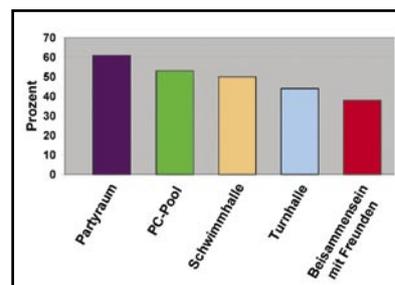
„Freunde“ werden für Jugendliche als besonders wichtig angesehen. Mit ihnen trifft man sich im Einkaufszentrum, auf der Straße/draußen, auf dem Fußballplatz oder an der U-Bahn. Neben Freunden werden soziale Werte wie Sicherheit, Zusammenhalt, Gewaltlosigkeit, Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und gutes Miteinander als wichtig für den Kiez erachtet.

### Jugendklubs

Jeder 5. Jugendliche findet, dass es im Kiez zu wenig Jugendklubs gibt. Jeder Dritte weiß auf die Frage nach Klubs in der Nähe keine Antwort. Fast 50 Prozent der Jugendlichen nutzen weder Angebote von Jugendclubs noch von Sportclubs o.a. Einrichtungen. Nur ein Fünftel der Befragten nutzt sie. Von diesen gehen die meisten in den Fußballverein

und besuchen die Clubs „Mädea“ und „Remise“. Es liegt der Schluss nahe, dass es im Befragungsgebiet zu wenig Clubs gibt bzw. die vorhandenen nicht angenommen werden.

### Wünsche für die Freizeit



Unter den aufgeführten Freizeitangeboten begeistern sich die Jugendlichen vor allem für einen Fußballplatz (57 Prozent), ein Freizeitbad (54 Prozent) und einen Abenteuerspielplatz für Große (48 Prozent). Auch der Klassiker Tischtennis kommt bei den Teenagern gut an (48 Prozent). Allgemein bekannt ist: In der Pubertät nimmt die Begeisterung für Sport und Bewegung ab. Dennoch wünscht sich über die Hälfte der angehenden Erwachsenen für den Innenbereich eine Turnhalle. Sicher auch, weil man hier den im Trend liegenden Sportarten Tanzen und Fitness nachgehen kann, die in der Liste der eigenen Vorschläge an oberster Stelle stehen.

Im Gebäude soll auch Platz für Freude sein – ein Ort zum Partyfeiern gehört ihrer Meinung nach unbedingt in die Planung der Architekten (61 Prozent). Ein PC-Pool steht an zweiter Stelle. Interessant ist auch das Bewusstsein der jungen, mediengeprägten Generation für „Styling und Schönheit“ – mehrere Mädchen wünschen sich Beautysalons oder Friseure. Mehrfach formuliert wird der Wunsch, die Anlage so zu bauen, „dass sie nicht gleich wieder kaputt gemacht werden kann“.

### Fazit

Freizeit besitzt für Kinder und Jugendliche einen besonderen Stellenwert. Wie die freie Zeit verbracht wird, hängt von vielen Faktoren ab. Eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung mit Sport und Spiel, guten Freunden sowie vielfältigen Anregungen für Entwicklung und Bildung sind für Heranwachsende entscheidende Faktoren für ihre positive Entwicklung.

Generell fehlen geeignete Anlagen in Wohn- oder Schulumgebung, da die Anfahrt zu weiter entfernten Sport- und Freizeitclubs nach Schulschluss oft nicht möglich ist. Die Auswahl an Sportarten in der Nähe ist meist nicht groß bzw. entspricht nicht den Wünschen und Bedürfnissen. Viele Hobbys sind stark vom Geldbeutel abhängig. Sport im Alltag ist für die meisten jungen Menschen sehr wichtig und steht bei den abgefragten häufigsten Freizeitbeschäftigungen an vorderster Stelle.



**Freizeit-Planer sollten sich stärker an den Wünschen der Kids und Teenies orientieren. Unsere Umfrage ergab hier interessante Ansätze. Kinder von heute gestalten die Welt von morgen. Es lohnt sich, in sie zu investieren. BetonMarketing Ost hat den ersten Meilenstein in diese Richtung gesetzt.**



Ton und Beton setzen der Phantasie keine Grenzen. Michael Bause bestaunt die Figuren. Foto: BMO

### Betonkunst-Aktionen an Berliner Grundschulen

**Paul sah in einem Klumpen Ton einen Burger und Daniel erschuf eine drei Mann starke Rockband. BetonMarketing Ost belohnte Schüler mit einem besonderen Sommer-Event: Die Künstler Seraphina Lenz und Michael Bause führten an drei Berliner Grundschulen eine Beton-Kunstaktion durch – als Dankeschön für ihre Beteiligung an der Freizeit-Schüler-Befragung im Frühjahr 2008.**

„Am Anfang fiel euch gar nichts ein“, sagte die Lehrerin Marita Lehmann. „Dann drehte eure Fantasie durch und ihr habt aus Ton und Beton diese tollen Sachen gemacht.“ Die erste Betonkunstaktion fand am 29. Mai und am 5. Juni 2008 an der Kastanienbaum-Grundschule in Berlin Mitte statt. Weitere folgten an der GutsMuths-Grundschule und der Grundschule am Arkonaplatz. Die Kinder im Alter von neun bis elf Jahren entwickelten fünf Motive für ihre Beton-Figuren: Schule, Schmetterling, Reptil, Vogel und Pflanze. „Ich habe mir das Motiv der Schule ausgesucht“, sagte die 11-jährige Benedicte, „weil ich meine Schule schön finde und eine Erinnerung an sie haben möchte.“

Am ersten Tag formten die Schüler ihre Figuren aus Ton. Diese bildeten die Positive für die Silikonformen, in die später der Beton gegossen wird. So entstanden die ersten wilden Tiere und Fantasiefiguren. Danach entstanden die richtigen Motive. Seraphina Lenz und Michael Bause unterstützten die Kinder dabei geduldig, erfahren und mit vielen Anregungen. „Bei der Beton-Kunstaktion lernen die Kinder nicht nur handwerkliches Geschick und was man aus Beton alles machen kann“, sagte Michael Bause. „Auch Teamfähigkeit wird geübt.“



Lea ist ganz stolz auf ihre Figur! Foto: BMO

In der darauf folgenden Woche wurden die Beton-Skulpturen fertig gestellt. Behutsam rührten die Kinder den Schnellbeton an und gossen ihn in die Formen. Die richtige Mischung und ein adäquates Tempo sind dabei für ein gutes Ergebnis wichtig.

So erwachten Schmetterlinge, Eichen, Äste, Gebäude und Vögel aus Beton. „Ein Schmetterling aus Beton – ist das nicht ein faszinierender Kontrast?“, so Seraphina Lenz.

Am Ende der Beton-Kunstaktion rief Marita Lehmann alle Kinder für ein Resümee zusammen. Die Schüler fassten zusammen, was sie über den grauen Stoff, aus dem Häuser, Straßen und Brücken gemacht werden, gelernt hatten – dass man mit ihm viele Träume verwirklichen kann.

**Ein herzliches Dankeschön an die Fa. Kluwe für das Material / Sponsoring!**



#### Malwettbewerb „Beton-Maskottchen“

Die Sieger stehen fest! Im nächsten Infoletter Nr. 19 wird das Gewinner-Bild abgedruckt. Die Entscheidung war eine spannende Odyssee und wir haben sie uns nicht leicht gemacht...

Angesprochen waren alle Zeichenfreunde ab 6 Jahren. Der beste Entwurf gewinnt einen iPod nano MP3-Player. Eine Fotogalerie im Internet wird aufgebaut.



#### Herzlichen Glückwunsch - Umfrageteilnehmer!

Marcello Wagnen, Sema Görgülü und Kevin Berbig von der Willy-Brandt-Oberschule in Wedding waren die Glücklichen: Durch ihre Teilnahme an der Umfrage gewannen sie einen iPod shuffle - mit Musik macht auch Sport mehr Spaß.

Hier die glücklichen Gewinner:



Marcello Wagnen



Sema Görgülü



Kevin Berbig

Fotos: Willy-Brandt-Oberschule Berlin

Die meisten Jugend-Fragebögen erhielten wir von Schülern der Willy-Brandt-Oberschule in Berlin.



Die Willy-Brandt-Oberschule Berlin.

#### Impressum

Infoletter ist eine kostenlose Informationsschrift der BetonMarketing Ost GmbH.

#### Anschrift der Redaktion:

V.i.S.d.P.  
BetonMarketing Ost GmbH  
Rainer Janke  
Teltower Damm 155  
14167 Berlin-Zehlendorf  
Fon 030.30 87 77 80  
Fax 030.30 87 77 88  
mailbox@bmo-berlin.de

#### Projektleitung und Redaktion:



Dipl.-Journ. Katrin Koburg  
Referentin für Marketing und PR

#### Text und Projektmitarbeit/ Layout:



Sarah Ruhland  
Assistentin für Marketing und PR

#### Satz und Layout:

Anja Burger  
Referentin für Marketing und PR

Redaktionsschluss: 15.10.2008