

FUNKE-Zeitschrift „myself“ verleiht gemeinsam mit Clarins „Prix Clarins“ für Bildungsprogramm „GemüseAckerdemie“

- › Award wird vom Kosmetikunternehmen Clarins gemeinsam mit der Frauenzeitschrift „myself“ für ehrenamtliches Engagement verliehen
- › Preisträgerin Julia Krebs rief das Bildungsprogramm „GemüseAckerdemie“ ins Leben, das Kindern schon ab der Kita gesunde Ernährung durch Anbau von Gemüse vermittelt
- › Laudatio bei Verleihung hielt die Bayerische Staatsministerin für Europaangelegenheiten und Internationales Melanie Huml

MÜNCHEN / ESSEN, 22.10.2021. Julia Krebs hat eine Vision: In unserer Gesellschaft die Wertschätzung für Natur und Lebensmittel zu steigern. „Wo bei diesem hohen Anspruch anfangen? Bei der Generation von morgen! Jedes Kind in Deutschland soll die Möglichkeit bekommen, zu erfahren, wie Natur funktioniert“, sagt die zweifache Mutter. Deshalb wurde sie selbst aktiv und gründete 2014 „Ackerdemia“, heute „Acker e.V.“, und rief das Bildungsprogramm „GemüseAckerdemie“ ins Leben. Der Preis wurde am Donnerstag, 21. Oktober, vom Kosmetikunternehmen Clarins gemeinsam mit der FUNKE-Frauenzeitschrift myself zum zweiten Mal in Deutschland verliehen. Die Laudatio hielt die Bayerische Staatsministerin für Europaangelegenheiten und Internationales Melanie Huml, die früher Staatssekretärin im Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit war.

Die Verleihung des „Prix Clarins“ fand in der Isarpost in München statt. Den Preis überreichten myself Chefredakteurin Dr. Sabine Hofmann und Clarins Geschäftsführer Thomas Rieder. Christian Courtin-Clarins, Aufsichtsratsvorsitzender Clarins, schaltete sich per Video-Botschaft dazu. Durch die Veranstaltung führte Moderator Alexander Mazza. Als Music Act standen Henning Wehland und Pascal Kravetz auf der Bühne.

Julia Krebs und Christoph Schmitz bringen mit der „GemüseAckerdemie“ den Acker zu den Kindern, sodass sie Wissen rund um Gemüse erwerben, sich mit gesunder Ernährung auseinandersetzen und sich mehr in der Natur bewegen. „Wir haben uns das große Ziel gesetzt, bis 2030 jedes Kind mit der ‚GemüseAckerdemie‘ zu erreichen – dieser Preis trägt ein Stück dazu bei“, sagte Julia Krebs in ihrer Dankesrede. Als Preisgeld erhält sie 20.000 Euro, die direkt in das Projekt „GemüseAckerdemie“ des „Acker e.V.“ fließen.

Auch Laudatorin Melanie Huml nahm sich dem Thema an: „Leider hat nicht jedes Kind zuhause einen Garten, dabei fördert die Arbeit auf dem Acker Gemeinschaftssinn und Teamgeist, man lernt Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln.“

Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE Mediengruppe. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher 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 Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie Hörzu, Gong, TV Digital, BILD der FRAU, Frau im Spiegel, die aktuelle, myself und DONNA. Hinzu kommen zahlreiche Rätsel- und Spezialzeitschriften sowie Lebensart-Magazine. Im Digital-Bereich baut FUNKE ein Netzwerk an spezialisierten Jobportalen wie ABSOLVENTA und joblocal auf, im Publishing und Social-Media-Sektor ist FUNKE mit einer Mehrheitsbeteiligung an MEDIA PARTISANS ein großer Anbieter im deutschen Markt. 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 (Kronen Zeitung, Kurier). Mit der GOLDENEN KAMERA und der GOLDENEN BILD der FRAU werden zwei hochkarätige Events von FUNKE veranstaltet.

An einer Podiumsdiskussion zum Thema „Alles Kraut und Rüben? Teamwork, Geduld, Beharrlichkeit und der Wert von Lebensmitteln: Was Kinder auf dem Acker alles lernen.“ nahmen neben Alexander Mazza und Julia Krebs auch Michaela Kaniber, Bayerische Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten sowie Marlene Krüger, Lehrerin an der Staatlichen Mittelschule, Schleißheimer Strasse in München teil. „Man muss den Kindern zeigen, welche harte Arbeit und wie viele Ressourcen hinter Lebensmitteln stecken“, betonte Michaela Kaniber während der Diskussion.

Über das Projekt:

2014 gründen Julia Krebs und Christoph Schmitz den gemeinnützigen Verein „Ackerdemia“, kürzlich umbenannt in „Acker e.V.“. Im Zuge dessen erhielt das Kitaprogramm den eigenen Namen „AckerRacker“. Das mittlerweile 150-köpfige Team arbeitet aktuell an mehr als 900 Kitas und Schulen daran, heranwachsenden die Ackerfreuden beizubringen. Der Verein unterstützt bei der Beet-Planung, organisiert Pflanz- und Saatgut und hilft beim Anbau. Daneben profitieren die Pädagoginnen und Pädagogen sowie Kinder von Lehr- und Lernmaterialien, einer digitalen Lernplattform, wöchentlichen „AckerInfos“, Fortbildungen und einem Team von „AckerdemikerInnen“, das jederzeit mit Herz und Spaten zur Seite steht. Auch die ältere Generation wird bedacht: „Acker e.V.“ bietet für Erwachsene verschiedene Angebote wie etwa das Kochbuch „AckerKüche“, sowie das Programm „Black Turtle“ für den Anbau von alten und samenfesten Gemüsesorten zu Hause an.

Mit ihrem Konzept konnte sich Julia Krebs bei der Jury des „Prix Clarins“ gegen zwei weitere Mitbewerberinnen durchsetzen. Im Rennen um die Auszeichnung waren neben ihr noch Katja Urbatsch mit dem Projekt „ArbeiterKind.de“, das Jugendliche aus Nicht-Akademiker-Familien auf ihrem Weg zum Hochschulabschluss unterstützt sowie Steffi Biester, die mit ihrem Verein „Kickfair e.V.“ Kinder auf dem Fußballfeld in Empathie und Teamfähigkeit trainiert.

Über die Preisträgerin:

Bevor Julia Krebs die „Ackerdemia“ mitgründete, hat sie Sportökonomie studiert und anschließend im Marketing bei Air Berlin gearbeitet. Als die gebürtige Berlinerin in Elternzeit ist, kommt Mitgründer Christoph Schmitz auf sie zu und gibt ihr die Möglichkeit zu verhindern, was sie im Non-Profit-Bereich beobachtet hatte: Dass tolle Konzepte teilweise ungünstig aufbereitet sind und deshalb niemanden erreichen. Das wollten sie anders machen. Und das haben sie geschafft.