Taunus Zeitung

Samstag, 10. Mai 2014
Jahrgang 138· Nr. 108

Frankfurter Neue Presse

4144 A
€ 1,60

Kaspers neuster Coup bringt „Childaid“ 100 000 Euro jährlich

Königstein/Frankfurt. Es ist mehr als ein warmer Regen für das Königsteiner „Childaid Network“: Mit jährlich 100 000 Euro will der britische Autobauer Land Rover die Arbeit der Stiftung künftig fördern, das Geld soll in die Bildungsprojekte des Netzwerks investiert werden. So sollen Abend- und Flüchtlingsschulen aufgebaut und damit die Chancen von Kindern und Jugendlichen in bedürftigen Regionen verbessert werden. Zur Besiegelung der Partnerschaft waren auch Schauspieler Ralf Bauer und Moderatorin Sonja Kraus in Frankfurt erschienen. Sie sollen der Zusammenarbeit als Projektbotschafter ein Gesicht geben.

Bauer war selbst schon einige Male dort, wo keine Touristen-Karawane hinführt. Mit leuchtenden Augen spricht er von der Schönheit der Natur. Doch er weiß auch um die grenzenlose Armut, die im nordostindischen Bundesstaat Assam herrscht. Er erzählt von hungrigen Kindern und der Perspektivlosigkeit der Menschen dort.

Seit 2007 setzt sich die Königsteiner Stiftung „Childaid Network“ für die Kinder in dieser entlegenen und verarmten Region ein, will ihnen mit Hilfe zur Selbsthilfe Zugang zu Bildung und damit eine gesicherte Zukunft verschaffen. Mit wachsendem Erfolg.

Stiftungs-Gründer Dr. Martin Kasper zeigte sich hoch erfreut über das jetzt vereinbarte Engagement der englischen Automarke: „Wir freuen uns sehr, mit Land Rover einen so großen, in der Region Frankfurt ansässigen Partner gefunden zu haben, der sich langfristig und nachhaltig für unsere Projekte einsetzt.“

Die Königsteiner Stiftung „Childaid Network“ hat in Indien zahlreiche Schulen errichtet. Mit dem Engagement von Land Rover kann die Arbeit ausgebaut werden. Foto: tz

Kraus verkündet: „Die Bildungsdefizite in vielen Regionen der Welt sind enorm. Wir setzen genau da an, wo die Unterstützung am meisten gebraucht wird. Es ist ein absolut überzeugendes Projekt.“

Der Autobauer hat sich auf die Fahnen geschrieben, einen Beitrag zur nachhaltigen Verbesserung der Lebensbedingungen von Menschen zu leisten. Und laut Göran Tamm, deutscher Marketing Direktor der Automarke, habe man lange, gründlich und weltweit gesucht, um einen geeigneten Partner zu finden: „Die Arbeit von ‚Childaid‘ hat uns überzeugt. Hier wird nachhaltig gearbeitet und möglichst vielen Menschen geholfen.“

Das Engagement von Land Rover ist Teil eines weltweiten Programms, mit dem die Firma bis 2020 die Lebensbedingungen von 12 Millionen Menschen nachhaltig verbessern will. Auch wolle man die Kunden auf das Engagement aufmerksam machen. Für Moderatorin Kraus ist klar: „Wer ein Auto kauft, der kann doch sein Portemonnaie für eine Spende auch noch ein kleines bisschen weiter öffnen.“ *cp*