



Deutsche Bank erhält Deutschen Kulturförderpreis 2008 für herausragende unternehmerische Kunst- und Kulturförderung

BERLIN / FRANKFURT AM MAIN, 4. September 2008 – Die Deutsche Bank ist heute im Haus der Deutschen Wirtschaft in Berlin mit dem Deutschen Kulturförderpreis 2008 für herausragende unternehmerische Kunst- und Kulturförderung ausgezeichnet worden. Mit dem Preis, der vom Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. verliehen wird, wurde die Bank in der Kategorie Große Unternehmen für das Kölner Schulprojekt *Wallraf der Museumsbus* geehrt.

Die Deutsche Bank, die bereits 2006 für ihr Berliner Jugend- und Tanzprojekt *Zukunft@BPhil* mit dem Kulturförderpreis ausgezeichnet wurde, bietet mit *Wallraf der Museumsbus* ein in Deutschland bisher einzigartiges museumspädagogisches Angebot für junge Menschen. Zusammen mit dem Wallraf-Richartz-Museum und der Regionalverkehr Köln GmbH stellen die Bank und ihre Stiftung seit Jahresbeginn einen speziell ausgestatteten Bus bereit, der Schüler zwischen 10 und 14 Jahren aus Köln und Umgebung zu einem besonderen Vormittag ins Wallraf-Richartz-Museum befördert.

Ein besonderer Kunstvormittag für Kölner Schüler

Der Bus holt die Schüler direkt in der Schule ab. Bereits während der Fahrt werden sie durch einen eigens entwickelten 17minütigen Kurzfilm auf das Museum vorbereitet. So lernen die Kölner Jugendlichen schon im Vorfeld das Wallraf-Museum, seine Mitarbeiter und deren Tätigkeiten kennen. Im Museum selbst können die Schüler zwischen drei kreativen museumspädagogischen Programmen wählen. In einem speziell für das Projekt eingerichteten Werkraum werden die Jugendlichen anschließend selbst kreativ und zeichnen, malen und experimentieren unter fachkundiger Anleitung. Am Ende des Projekttages fährt der Bus die Jugendlichen wieder in ihre Schule. Zur Vor- und Nachbereitung erhalten die Lehrer eine umfangreiche Materialmappe.

Der kostenfreie Museumsbus war bereits drei Wochen nach dem Projektstart am 22. Januar 2008 bis zum Schuljahresende ausgebucht. Die einzigartige Partnerschaft von Bank, Museum und einem Busunternehmen ist zunächst auf drei Jahre angelegt. Für *Wallraf der Museumsbus* wurden eigens zwei Museumspädagoginnen eingestellt, die das Projekt betreuen, ständig evaluieren und nach neuesten methodischen Erkenntnissen fortentwickeln. Das Projekt wird demnächst ergänzt durch einen Schülerwettbewerb in Köln sowie im Schuljahr 2008/09 durch eine Wallraf-Bustour zu Bildungsprojekten der Deutschen Bank in mehreren deutschen Großstädten.

Talente fördern und Chancen eröffnen

Das Wallraf-Projekt ist als Teil des gesellschaftlichen Engagements der Deutschen Bank entwickelt worden. Die Bank fördert sowohl den hochbegabten Nachwuchs als auch junge Menschen, die aus unterschiedlichsten Gründen einen erschwerten Zugang zu (kultureller) Bildung haben. Das Kölner Projekt richtet sich deshalb vornehmlich an Schüler von Haupt- und Förderschulen, die bis dahin noch keinen Kontakt zu einem Kunstmuseum hatten.

Im vergangenen Jahr hat sich die Deutsche Bank weltweit mit über € 80 Mio für die Gesellschaft engagiert. Fast die Hälfte davon entfiel auf den Heimatmarkt Deutschland. Mit ihren gesellschaftlichen Aktivitäten konzentriert sich die Bank auf fünf Handlungsfelder:

- Talente fördern (Bildung)
- Chancen eröffnen (Soziales)
- Kreativität entwickeln (Kunst)
- Zukunft bewahren (Nachhaltigkeit)
- Engagement beweisen (Corporate Volunteering).

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Deutsche Bank

Dr. Klaus Winker

Presse

Tel. 069-910 32249

klaus.winker@db.com

Über die Deutsche Bank

Die Deutsche Bank ist eine weltweit führende Investmentbank mit einem starken und erfolgreichen Privatkundengeschäft sowie sich gegenseitig verstärkenden Geschäftsfeldern. Führend in Deutschland und Europa, wächst die Bank verstärkt in Nordamerika, Asien und anderen Wachstumsmärkten. Mit 80.253 Mitarbeitern in 75 Ländern bietet die Deutsche Bank weltweit einen umfassenden Service. Ziel der Bank ist es, der global führende Anbieter von Finanzlösungen für anspruchsvolle Kunden zu sein und damit nachhaltig Mehrwert für Aktionäre und Mitarbeiter zu schaffen.

www.deutsche-bank.de