

# AGENTUREN

SZENE  
PEOPLE  
TRENDS

## Extremerfahrung in Brasilien

Der JvM-Kreative Thomas Lupo taucht in den Alltag von Favela-Kindern ein.

Nachts träumt er immer wieder von Szenen, die er in einer brasilianischen Favela erlebt hat. Fünf Monate hatte Thomas Lupo, heute Grafik-Designer bei Jung von Matt/Neckar, am Stadtrand von Belo Horizonte im Jahr 2009 verbracht, mit einem Ziel: das kreative Potenzial bei



den sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen zu wecken, deren Alltag von Gewalt, Arbeitslosigkeit, Drogen geprägt ist. Tagsüber half Lupo bei einer Kindertagesstätte mit, dafür bekam er ein Zimmer zur Verfügung gestellt. In der Freizeit, auf der Straße, initiierte er mit einfachsten Mitteln Kreativ-Workshops. Nur den Rahmen gab der Designer vor. Monster war zum Beispiel ein Thema, das die neun- bis 16-Jährigen faszinierte, und das sie mit Stiften, Stoffen oder Sofortbildkameras umsetzten. Zuerst waren die Kids zögerlich, später warteten sie schon vor seiner Tür. „Ich habe versucht, den Kindern eine Stimme zu geben“, sagt Lupo. Seine Intention: über die Kunst Ausdruckskraft und Selbstvertrauen zu stärken. Für den 30-Jährigen war die Zeit „wie ein Abtauchen in eine andere Welt“, in der er „ganz frei arbeiten konnte“: „Kinder spielen. Dieses Spielen fehlt uns Kreativen oft im Alltag, weil wir keine Zeit haben. Alles muss

**Kunst hilft** Davon ist Thomas Lupo (kl. Foto) überzeugt. In der Favela Morro do Papagaio initiierte er Kreativ-Trainings mit Kindern und Jugendlichen. Die Einzelteile fügte Lupo in einem Buch zusammen.



funktionieren.“ Aus den Einzelteilen schuf Lupo nun ein Buch. „Anleitung zum Ausbrechen“ soll zeigen, was Kreativität jenseits des kommerziellen

Bereichs bewirken kann. Es blieb nicht bei dem Experiment in Brasilien, das Lupo in seiner Abschlussarbeit an der Hochschule Pforzheim dokumentierte. Inzwischen hat der JvM-Kreative den Verein „Art Helps“ sowie eine Stiftung in der Schweiz gegründet.

Ein harter Kern aus acht Mitstreitern hat inzwischen verschiedene Kunstprojekte initiiert, etwa in der Schweiz, wo Jugendliche aus dem offenen Strafvollzug unter dem Motto „I am“ ihren Alltag fotografierten. Dort ging es um Fragen der eigenen Identität. Im Oktober zeigen die Youngster ihre Arbeiten in einer Ausstellung in Chur. Alle Erlöse und Spenden fließen neuen sozialen Projekten zu, „ein Kreislauf soll entstehen“, sagt Lupo. Das Wort „nachhaltig“ fällt oft, wenn der Stuttgarter von seiner Herzensangelegenheit spricht. Sobald sein Buch gedruckt ist, will er es den Favela-Kindern persönlich vorstellen. *kr*

**Das Buch** Im Herbst erscheint im Verlag Hermann Schmidt Mainz die „Anleitung zum Ausbrechen“ (248 Seiten). Das Buch kann im W&V-Shop vorbestellt werden: [www.wuv-shop.de](http://www.wuv-shop.de)

## W&V-Wettbewerb: Termin verlängert

**Einsendeschluss** · Händeringend suchen Agenturen qualifizierte Nachwuchskräfte. Doch das Image der „Werber“ hat deutlich gelitten. Und das, obwohl es noch nie so spannend wie heute war, in der

# KOMM IN DIE WERBUNG!

Kommunikationsbranche zu arbeiten. Deshalb hat W&V die Aktion „Komm in die Werbung!“ ins Leben gerufen: Kreative sind aufgefordert, mit einer Kampagne, Anzeige, einem Film, Guerilla- oder Facebook-Aktionen beim Nachwuchs die Lust auf einen Job in der Agenturbranche zu wecken. Damit alle Interessenten genügend Zeit haben, verlängern wir den **Einsendeschluss auf 1. September 2011**. Über die fünf besten Ideen entscheiden die W&V-Leser. Den Siegern winkt: Eine ausführliche Präsentation der Arbeit und der Macher dahinter in W&V, auf [wuv.de](http://wuv.de), im „Handelsblatt“ sowie im VDZ-Titel „PRINT&more“. Der Gewinner kann an einem W&V-Seminar nach Wahl teilnehmen und darf beim Deutschen Mediapreis oder bei der W&V Meetnight 2012 mit Begleitung dabei sein. Unterstützt wird die Aktion von ZAW, VDZ und GWA. **Infos sowie Briefing können abgefragt werden unter: [komm-in-die-werbung@wuv.de](mailto:komm-in-die-werbung@wuv.de)**