



Auszug aus dem aktuellen Infolyer

## Wir-sind-monte.de

... und das wollen wir auch zeigen. Der Verband Montessori Nordbayern startet im Herbst eine gemeinsame Marketingoffensive.

Was ursprünglich mit Pauken und Trompeten eingeleitet werden sollte, kommt aber jetzt erst einmal nur auf leisen Sohlen daher. Die Auftaktveranstaltung soll stattfinden: am 21.10 mit R. Spindler.

Das Format wird allerdings an die Situation angepasst.

Trotzdem: Tue Gutes und rede auch darüber – das soll künftig für die Mitgliedsorganisationen bei Montessori Nordbayern gelten.

Damit setzen die Montessori-Schulen und -Kinderhäuser einen gemeinsamen Weg fort, den sie mit der Entwicklung der Dachmarke „Lernen, Leben, Zukunft“ auf den Weg brachten.

Zunächst richtete sich die gemeinsame Entwicklungsarbeit nach innen mit einem Qualitätsversprechen, das den Eltern die Sicherheit gibt, dass sie bei allen Mitgliedern von Montessori Nordbayern eine vergleichbare Qualität des pädagogischen Angebots erwarten können.

Nun wandert der Fokus auch auf die Außerstellung. Gemeinsam mit der Agentur V8 aus Nürnberg wurde ein Konzept erarbeitet und von den Mitgliedern des Verbandes abgesegnet unter dem Motto:

„Seht her,  
dafür stehen wir,  
das garantieren wir,  
das sind wir.“  
wir-sind-monte.de



Auszug aus dem aktuellen Infolyer

Bisher treten Montessori-Einrichtungen sehr heterogen in der Öffentlichkeit auf. Ihre Individualität, die ja auch eine Stärke bildet, bleibt erhalten, aber sie erhält mit dem neuen Marketingkonzept eine gemeinsame Klammer mit dem Ziel, mittelfristig ein gemeinsames Image herauszubilden.

Unser Verein hat sich von Anfang an stark in den Aufbau und die Entwicklungsarbeit des Verbandes Montessori Nordbayern eingebracht, weil wir erkannten, dass wir alleine zu wenig Gehör finden. Unsere Arbeit und die des Verbandes braucht ein Sprachrohr – das schaffen wir jetzt. Die Aktionen und Aussagen bauen immer für ein Jahr auf einem einheitlichen Thema auf, angelehnt an die Themen der Dachmarke.

„Lernen“ im montessorianischen Sinne steht daher im Mittelpunkt des ersten Aktionsjahres. Die Aussagen zielen dabei auf alle Altersgruppen, die in den Einrichtungen lernen, vom Kita-Kind bis zum Abiturienten.

Ob sie spielen, ob sie forschen oder ob sie gestalten, immer stehen die Kinder und Jugendlichen und deren Bedürfnisse und Fähigkeiten im Mittelpunkt unseres pädagogischen Handelns.

Dabei kommen die plakativen Aussagen mehr mit einem Augenzwinkern und einer bewusst gewählten Mehrdeutigkeit daher. Sie sollen reizen und zum Nachdenken über unsere Philosophie anregen, sie sollen zeigen, dass Lernen bei uns Spaß macht und zwar in allen Altersgruppen und auf allen Ebenen unseres Wirkens.

Das wird an den gewählten zentralen Aussagen und Botschaften deutlich, die beispielhaft in diesem Heft vorgestellt werden.

Die Bilder sollen aber auch vermitteln, dass es Spaß macht, in unseren Einrichtungen zu arbeiten. Bedient werden perspektivisch alle Ebenen, mit denen wir unsere (aktuellen und zukünftigen) Eltern und allgemein die Öffentlichkeit erreichen können. Das modulare Konzept ermöglicht es jedem Mitglied von Montessori Nordbayern, die für die Arbeit geeigneten Komponenten zusammenzustellen, ohne die gemeinsame Linie zu verlassen.

Die Montessori-Pädagogik ist, wie andere reformpädagogische Ansätze auch, in vielen Fällen wegweisend und ein immer wichtigerer Motor für eine positive Schulentwicklung und zukunftsorientierte Pädagogik.

Alle Attribute, die eine immer komplexer werdende Welt heute und in Zukunft erfordert, lernen die Kinder in den Montessori-Einrichtungen: Mut,

Verantwortungsbereitschaft, Neugierde, kommunikative und soziale Problemlösungskompetenz und vieles mehr.

Unsere Kinder und Eltern wissen das. Aber weiß das auch die breite Öffentlichkeit, wissen das die verantwortlichen PolitikerInnen? Nicht ausreichend – jetzt machen wir sie darauf aufmerksam. In der Satzung des MONTESSORI Förderkreis Nürnberg e.V. ist der Auftrag formuliert, die Montessori-Pädagogik zu verbreiten.

Mit den beiden Elementen Dachmarke und Marketingkonzept sind dafür nun wichtige Grundlagen geschaffen.

Corona überlagert alle Themen. Umso notwendiger ist es, den Fokus wieder mehr auf das zu legen, was uns wichtig ist: auf die Kinder, auf die Schülerinnen und Schüler, die uns anvertraut sind oder im Herbst anvertraut werden.

Um sinngemäß in den Worten unseres Bundesfinanzministers Olaf Scholz zu sprechen – mit einem „Wumms“ können wir jetzt leider nicht starten, aber das heißt nicht, dass man uns nicht wahrnehmen wird, und es heißt auch nicht, dass Sie sich nicht mit uns über die Kampagne austauschen können. Ganz im Gegenteil.

Heribert Miethaner

