



Presse-Information

Eine Spende aus Paris: Ipsos unterstützt Lerncamp der Arche

Hamburg, 09. Februar 2016. Letzte Woche überreichte Didier Truchot, Gründer und Vorstandsvorsitzender des weltweit tätigen Markt- und Meinungsforschungsinstitut Ipsos der Arche in Jenfeld einen Scheck über 8.500 Euro. Mit dem Geld finanziert die Arche das nächste Jugend-Lerncamp, eine Initiative, bei der Jugendliche in den Frühjahrsferien intensiv auf ihren jeweils angestrebten Schulabschluss vorbereitet werden. Dieses Mal sind ca. 30 Teilnehmer dabei, die Haupt- oder Realschulabschluss oder das Abitur anstreben. Begleitet von pädagogischen Mitarbeitern und Nachhilfelehrern wird in einem Seminarhaus außerhalb Hamburgs gezielt gebüffelt, aber auch der Spaß kommt nicht zu kurz. In den letzten Jahren haben auf diesem Wege schon viele Jugendliche aus sozial schwierigen Umfeldern ihren Abschluss geschafft und konnten Ausbildungen beginnen.

Ein Projekt, das perfekt zur Ipsos Foundation passt, einer Stiftung, die ausschließlich Bildungsprojekte für benachteiligte Kinder und Jugendliche unterstützt, in allen 88 Ländern, in denen Ipsos Niederlassungen hat. So wurden unter anderem in den letzten Jahren Schulen in Ghana und Nepal wiederaufgebaut, Vorlesebücher für eine Schule in Hong Kong finanziert, autistische Kinder in Italien gefördert und in Großbritannien das Schulgeld für Jugendliche finanziert.

Didier Truchot, der eigens aus Paris angereist war, zeigte sich tief beeindruckt von der Arbeit der Arche und des Freundeskreises Arche, der sich für die Stiftungsbewerbung stark gemacht hatte. Die fünf deutschen Niederlassungen von Ipsos unterstützen an allen Standorten ebenfalls die Arbeit der dort ansässigen Arche-Häuser durch Spenden, aber auch durch tatkräftige Mithilfe der Mitarbeiter bei Festen und Ausflügen.

Über Ipsos

Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Markt- und Meinungsforschungsinstitut. In einer sich immer schneller verändernden Welt ist es unsere Aufgabe, unsere Kunden mit präzisen und umsetzbaren Analysen bei ihrer Veränderung zu unterstützen, dabei orientieren wir uns an den „4S“: Security, Simplicity, Speed und Substance. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in fünf Forschungsbereichen spezialisiert.

So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 88 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.