19.05.2025.

Brend Schauma nastavlja misiju jačanja porodičnih veza

**Održana i treća interaktivna predstava u okviru projekta „Vreme je za porodicu“**

U okviru projekta **„Vreme je za porodicu“**, koji **brend Schauma kompanije Henkel** s ponosom realizuje drugu godinu zaredom, **16. maja u Art-prostoru „Kuća umetnica“** održana je treća od ukupno četiri predstave pod **nazivom „Da li me čuješ“**. Kroz ovu jedinstvenu inicijativu, Schauma nastavlja da doprinosi jačanju porodičnih veza, podstičući međusobnu komunikaciju i razumevanje unutar porodice.

Publika je imala priliku da uživa u umetničkom konceptu **autorki Minje Filipović i Isidore Trifunović**, koji su na sceni izveli polaznici **„Studija kulture govora i glume“.** Njihovo izvođenje podstaklo je razmišljanja i otvorilo prostor za diskusiju o važnosti međusobnog razumevanja unutar porodice.

Porodica je nezamenjiva za duhovni razvoj čoveka, ističu autorke Minja i Isidora, koje ponosno govore o **interaktvnim predstavama koje okupljaju porodicu**.

„Kada smo kretali sa ovim projektom, želja nam je bila da u publici vidimo porodice, decu i njihove osmehe. Nekako smo naviknuti samo da kritikujemo bez ideje da bismo možda svojim primerom mogli nešto da promenimo, zaboravljajući da je baza svakog dobrog odnosa poštovanje, podrška, poverenje i prihvatanje. Upravo, ove predstave nas podsećaju na takav pristup koji želimo da negujemo“, poručila je Minja Filipović, koja od 1995. vodi „Studio kulture govora i glume“ koji je pohađalo više od 700 dece.

Isidora Trifunović, sertifikovani NLP trener i edukator, koja je i moderirala veče, posetioce je vodila kroz emotivne i logične izazove porodične dinamike, predstavljajući porodicu kao stub i mesto poverenja.

„Ova predstava ne nudi zabavu niti lake odgovore. Nije joj cilj da impresionira publiku, već da pokrene dublje prepoznavanje odnosa. Porodični odnosi predstavljaju najintenzivnije okruženje koje kasnije formira naše razumevanje svih ostalih veza. Pozivamo na otvorenost – bez očekivanja i unapred formiranih stavova. Predstave nisu zamišljene kao prostor za intelektualno nadmetanje, već za lično iskustvo. Um će možda želeti da prosuđuje, što je očekivano, ali suština ovog susreta ne dešava se kroz um. Ovo je poziv na tiho prepoznavanje onoga što već postoji u vama“, istakla je Isidora Trifunović.

Projekat koji porodicu stavlja u prvi plan i ove godine je osvojio brojne simpatije publike, što je potvrdila i treća predstava. Završna, **četvrta predstava** u okviru igrokaza „Da li me čuješ?'“ biće održana **na jesen**, kada će projekat „Vreme je za porodicu“, podržan od strane brenda Schauma, obeležiti **kraj druge sezone** posvećene podršci komunikacije u porodici.

O kompаniji Henkel

Henkel, sа svojim brendovimа, inovаcijаmа i tehnologijаmа, zаuzimа vodeće pozicije nа tržištu širom svetа u industrijskom i potrošаčkom sektoru. Poslovni sektor Аdhezivi Tehnologije je globаlni lider nа tržištu lepkovа, zаptivаčа i funkcionаlnih premаzа. Sа sektorom Consumer Brаnds, kompаnijа drži vodeće pozicije posebno u sektorimа prаnjа vešа i održаvаnjа domаćinstvа i nege kose nа mnogim tržištimа i kаtegorijаmа širom svetа. Tri nаjjаčа brendа kompаnije su Loctite, Persil i Schwаrzkopf. U fiskаlnoj 2024. godini, Henkel je ostvаrio prodаju od preko 21,6 milijаrde evrа i prilаgođeni operаtivni profit od oko 3,1 milijаrde evrа. Prioritetne аkcije Henkelа su uvrštene u nemаčki indeks DАX. Održivost imа dugu trаdiciju u Henkel-u, а kompаnijа imа jаsnu strаtegiju održivosti sа specifičnim ciljevimа. Henkel je osnovаn 1876. godine i dаnаs zаpošljаvа rаznovrsni tim od više od 47.000 ljudi širom svetа - ujedinjen jаkom korporаtivnom kulturom, deljenim vrednostimа i zаjedničkom svrhom: „Pioneers аt heаrt for the good of generаtions“. Zа više informаcijа, molimo vаs posetite [www.henkel.rs](http://www.henkel.rs)

Kontаkt Jelenа Gаvrilović Šаrenаc Tijаnа Аntić

Telephone +381 60 207 22 09 +381 60 207 22 08

Emаil jelenа.sаrenаc@henkel.com tijаnа.аntic@henkel.com

Henkel Srbijа d.o.o.