



Sonstiges Böblingen



KRZ-Foto: Ruchay-Chiodi

Schüler wollen keine Spende, sondern helfen

Das Fair-Trade-Siegel ist bekannt. Sollte man meinen. Doch die Schülerinnen und Schüler der 8d des MPG in Böblingen bemerkten bei ihrer Aktion im Real am Röhler Weg schnell, dass dem nicht so ist. Umso erfolgreicher warben sie für fair erzeugte und gehandelte Produkte. Von Otto Kühnle

BÖBLINGEN. Sophie Mouzet hat keine Scheu, offensiv auf die Kunden des Real-Marktes zuzugehen. Die sind am Morgen des Gründonnerstag oft eilig unterwegs, vor allem Rentner haben keine Zeit. Doch bei Gerda Esslinger stoßen Sophie, Franziska Grausam und Jennifer Giebel auf offene Ohren. "Wissen Sie, was Fair Trade ist?" Kopfschütteln. "Das hilft den Bauern, dass die ein anständiges Gehalt bekommen und ihre Kinder zur Schule schicken können." Da schaut die Einkäuferin zweimal hin, entscheidet sich für eine Packung Fruchtgummis "fürs Enkele". Obwohl sie schon Mangos im Weltladen gekauft hat, ist ihr das Fair Trade-Siegel bisher nicht aufgefallen. "Ich werd drauf achten", verspricht sie den Achtklässlerinnen. Und die strahlen. Denn genau deswegen sind sie hier: Werbung machen für fair gehandelte Produkte.

Dass sich mitten in den Ferien Schüler ganz selbstlos für eine gute Sache stark machen, das kommt vielen Kunden erst gar nicht in den Sinn. Die zücken die Geldbörse, denken, sie sollen etwas spenden. Vielleicht für die Klassenfahrt, wie bei jenen Schülern, die an der Kasse einpacken helfen. Doch die Klasse von Panagiota Globig hat ein ganz eigenes Ziel: Sie beteiligt sich am Wettbewerb fairste Klasse Deutschlands. "Im Bildungsplan Gemeinschaftskunde ist das Thema drin, ich habe dann nach einem Wettbewerb gesucht, der einen Ansporn schafft." Und mit dem Versuch, das Fair -Trade-Siegel ins Bewusstsein zu rücken, "werden politische Zusammenhänge greifbar", meint die engagierte Pädagogin. Auch für sie war es gar kein Thema, einen Vormittag in den Ferien für die Aktion zu opfern. Vor allem nachdem Marktleiter Tobias Rager sofort von der Idee begeistert war. Er stellte die Produkte zur Verkostung zur Verfügung, und so konnten die Schülerinnen und Schüler Mangosaft ausschenken, Schokohasen und Fruchtgummis zum Probieren anbieten.

Faire Produkte müssengar nicht viel teurer sein

Mit einem vergleichbaren Produkt beim Kaffee versuchten sie zudem aufzuzeigen, dass Fair Trade nicht unbedingt viel teurer sein muss. Was eine ältere Dame auch anerkannte, als sie den Honig für 3,79 sah. "Ich kaufe immer wieder im Welt-Laden, orientiere mich aber doch meist am Preis", bekannte sie. Odette Gernert ist regelmäßig Kundin im Welt-Laden Dagersheim. "Ich kaufe Tee, aber die haben auch tolle Geschenke". Dass sich die Schüler so engagieren findet sie toll - und erfährt dadurch, dass es ihre Saftmarke auch fair gehandelt gibt. Den sie dann auch gleich einpackt.

Mit der Werbeaktion lassen es die Achtklässler aber nicht bewenden. In der schule wollen sie ebenso informieren - wenn auch ohne Probiererle. Und "wir wollen den Hausmeister dazu bringen, dass er faire Cookies anbietet, die kosten 99 statt 79 Cent", haben sie sich ein weiteres Ziel gesetzt. Und natürlich soll auch die Öffentlichkeit von ihrem Ansinnen erfahren - was hiermit geschieht.

Während die Lehrerin bis zum Ende der Aktion vor Ort ist, wechseln sich die Schüler in Dreier teams ab. Der Wechsel klappt reibungslos, doch gilt es immer, sich auf den Kundenkontakt einzustellen. Der hat im Falle von Wolfgang Hensel nicht geklappt, der ist schnell am Stand vorbeigegangen. Hat aber sehr wohl Notiz genommen. Und kann in seinem Wagen ein politisch korrektes fair gehandeltes Schoko-Küken vorweisen. "Wir sind doch als Stadt auch dabei", weiß er um seine Verantwortung.

Die Versucherle gehen rasch weg. Tobias Rager besorgt Nachschub. Auch wenn nur rund 30 der insgesamt 30000 Artikel das Fair Trade-Siegel tragen, sieht er am Ende der Aktion doch den Erfolg. Gehen

normalerweise 43 Artikel an einem Morgen über die Scanner-Kassen, so sind es heuer 165 bei Aktions-Ende um 13 Uhr. Der Mehrverkauf von 122 bedeutet eine Steigerung 384 Prozent. "Das schönste an dieser Zahl für mich als Einzelhändler ist, dass die meisten Kunden, die sich von den Schülerinnen und Schülern über die Fair Trade Produkte informieren ließen und probiert haben, die Produkte in Zukunft öfters auf dem Einkaufszettel haben", zieht der Marktleiter seine Bilanz. "Eine super Aktion mit tollen Schülern und Schülerinnen, solche gut informierten Verkäufer kann sich jeder Einzelhändler nur wünschen."

[\[Artikel drucken... \]](#)

[\[Fenster schließen... \]](#)