

Gratis Pausenäpfel und Pausenmilch in den Zehnuhrpausen – erinnern Sie sich auch an solche Aktionen während Ihrer Schulzeit? Es ist mir nicht mehr bewusst, ob der ortsansässige Bauer damit für seinen Betrieb Werbung machen wollte oder einfach uneigennützig handelte.

Offensichtlicher ist die Absicht der Werbeflut, die die Schulen heute im Briefkasten und per Mail täglich erreicht. Werbung soll verführen und verleiten, anziehen und verlocken. Diesen Worten haftet auch etwas Negatives an, etwas, das uns gegen unseren Willen beeinflusst. Doch kostenlose Angebote für Schulen aus Wirtschaft und Handel sind nicht a priori schlecht, einzelne sind sogar bereichernd und bringen Abwechslung in den Unterricht. Wir sollten ihnen aber mit der nötigen Sensibilität und dem Wissen um heikle, verführerische Werbung begegnen. Die Schule trägt dabei eine besondere Verantwortung gegenüber Schülerinnen und Schülern.



Hansruedi Hediger

# **Kaufen Sie** sich eine **Apfelrüstmaschine!**

In der «Charta zum Bildungssponsoring an öffentlichen Schulen» des Dachverbandes Lehrerinnen und Lehrer Schweiz vom November 2016 werden zentrale Richtlinien und Verhaltensregeln im Umgang mit gesponserten Lernangeboten, Schulprojekten und Unterrichtsmaterialien beschrieben. Unternehmen, die die Charta unterzeichnen, verzichten auf eine Beeinflussung oder Beeinträchtigung des Bildungsauftrags sowie auf direkte Produktwerbung.

Pausenäpfelaktionen gibt es im Übrigen heute noch immer, hingegen nicht mehr gratis wie damals. Suchen Sie im Internet nach Angeboten und erliegen Sie der Verlockung wie Adam und Eva im Paradies. Und kaufen Sie sich dazu eine patente Apfelrüstmaschine fürs Schulzimmer – aus eigener Erfahrung ist sie eine erfolgreiche und unproblematische Verführung zum Apfelkonsum bei Schülerinnen und Schülern.

”

Werbung soll verführen und verleiten, anziehen und verlocken.