

Tedi-Bär entschuldigt sich

Von Carsten Fischer, 27.08.2015



Der Tedi-Bär ist der Josefschule zu nah auf die Pelle gerückt – Eltern haben sich über eine Werbeaktion beschwert. Fotos: Drawe

Kamen. Von Carsten Fischer. Kamen. Der Tedi-Bär – das Maskottchen des Discounters Tedi – hat sich Ärger eingehandelt. Er lungerte an einem Schulhof herum und verteilte Werbematerial. Das gefällt Eltern nicht.

Vorneweg: Es ist nicht verboten, Werbematerial an Kinder zu verteilen, sofern dies nicht auf dem Schulgelände geschieht. Es stellt sich aber die Frage, ob so eine Verteilaktion vor Grundschulen im Sinne des Unternehmens sein kann, wenn damit ein negativer Effekt erzielt wird.

Bei der Josefschule am Schwesterngang haben sich Eltern über die Werbemethoden des Discounters beschwert, der am 20. August eine Filiale am Edelkirchenhof 1 eröffnet hat. Demnach haben Tedi-Werbeteams an diesem Tag versucht, während der Pausen Fähnchen an Schulkinder zu verteilen. Andreas Telgmann, Vater von Josefschülern, schrieb eine Beschwerde-Mail an den in Dortmund ansässigen Discounter.

Darin beschreibt er das Geschehen so: Tedi-Mitarbeitern sollen in der Pause Grundschüler vom Zaun aus angesprochen und gerufen haben: Wer will alles Tedi-Fahnen? Die Mitarbeiter hätten sich in der Pause an den Hofeingang der Grundschule gestellt und versucht, die Kinder mit den Tedi-

Fahnen anzulocken. Telgmann meint, die erste Lektion, die man Kindern beibringe, sei doch, nichts von fremden Menschen anzunehmen und sich nicht anlocken zu lassen. „Ihr Verhalten ist unverantwortlich“, schreibt er dem Discounter.

Schulleiter Bernd Kleinschnitger bestätigt die Tedi-Aktion, die sich nach seiner Einschätzung in einer rechtlichen Grauzone am Rand des Schulgeländes abgespielt hat. Es gebe immer wieder Versuche von Dritten, Werbezetteln auf dem Schulhof zu verteilen, zum Beispiel, wenn ein Zirkus oder Kasperle-Theater in der Stadt sei. Sollten Lehrer das mitbekommen, bäten sie die Verteiler, das Schulgelände zu verlassen. „Wir haben aber keinen Einfluss darauf, was 20 Meter davor auf der Straße passiert“, sagt Kleinschnitger. Es sei denn, der Werbeverteiler habe sein Auto im Rettungsweg geparkt. „In so einem Fall haben wir schon mal die Polizei gerufen“, sagt er.

Komplett werbefreie Zone sind Kamener Grundschulen und weiterführende Schulen aber nicht, das liegt am Sponsoring. Im Schulalltag an den Kamener Grundschulen tauchen gelegentlich Namen von Unternehmen auf, etwa wenn es um Anschaffungen oder Praktikumskooperationen geht. Sponsoren sind an den Schulen angesichts begrenzter Budgets willkommen. Wenn ein Unternehmen die Schule etwa mit Unterrichtsmaterial unterstützt, dies mit dem Bildungs- und Erziehungsauftrag vereinbar ist und die Werbewirkung deutlich hinter den schulischen Nutzen zurücktritt, ist das erlaubt. Es gibt aber Grenzen: „Wir haben auch schon mal ein Werbelogo aus uns zur Verfügung gestellten Heften rausgeschnitten und sie dann verteilt“, erzählt Kleinschnitger. Überhaupt nicht vorstellbar wäre für ihn, Unterrichtsmaterial einer Fastfood-Kette einzusetzen.

Der Tedi-Bär gibt sich nach der Beschwerde reumütig. Schließlich will er nicht, dass ihm jemand das Fell über die Ohren zieht. „Im Zuge unserer Neueröffnung hat unser Maskottchen, der Tedi-Bär, zu Werbezwecken Fähnchen an Kunden und Passanten verteilt. Dabei ist er auch an einer Schule vorbeigekommen und hat ohne böse Absicht bunte Fähnchen an dort spielende Kinder ausgegeben“, sagt Tobias Mrowitzki von Tedi. „Wir verstehen, dass dies im Umfeld einer Schule keine gute Idee ist und werden dies künftig unterlassen.“

Tedi

Tedi hat nach dem Umzug von Kik ins „Kamen Quadrat“ die Räume am Edelkirchenhof 1 übernommen und am 20. August ein 459 Quadratmeter großes Geschäft eröffnet. Nach eigenen Angaben sind dort sieben Mitarbeitern beschäftigt.

Spielregeln für Sponsoren

Jede Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient, ist in der Schule unzulässig. Über Ausnahmen entscheidet das Schulministerium. Das Werbeverbot soll laut Ministerium verhindern, dass die Schule für Interessen genutzt wird, die nur außerschulischer Natur sind. Sinn des Verbotes sei es, einen störungsfreien Unterricht im Sinne des Bildungs- und Erziehungsauftrages der Schule zu gewährleisten, eine zusätzliche Arbeitsbelastung der Schulen und eine pädagogisch nicht vertretbare Ablenkung der Schüler auszuschließen. Die Schulleitung könne aber Hinweise auf kulturelle, religiöse, sportliche und karitative Einrichtungen geben oder zulassen, sofern eine Beziehung zum schulischen Bildungs- und Erziehungsauftrag bestehe. Sponsoring ist eingebunden in den Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule. Deshalb müssen die Sponsoringmaßnahmen und der damit verbundene Werbezweck mit dem Schulauftrag vereinbar sein, so ist es im Internet-Bildungsportal des Schulministeriums erläutert. Schulen dürfen zur Erfüllung ihrer Aufgaben Zuwendungen von Dritten entgegennehmen und auf die Leistungen des Sponsors in geeigneter Weise hinweisen. Der Werbeeffect solcher Hinweise soll dabei deutlich hinter dem schulischen Nutzen zurücktreten. Über den Abschluss einer Sponsoringvereinbarung entscheidet die Schulleitung mit Zustimmung der Schulkonferenz und des Schulträgers

Quelle: Hellweger Anzeiger