

Mit Honig fängt man „Schlemmi“

Schulaktion: 40 Kilogramm Jahresverbrauch

Lauenau. Die Schulfrühstücks-Aktion „Schlemmi“ an der Lauenauer Albert-Schweitzer-Schule hat ein neues Logo: Die Besucher des Elterncafés am Freitag stimmten mit überwältigender Mehrheit für eine Zeichnung des Drittklässlers Moritz Flügge. Doch es gibt noch mehr Neuigkeiten.

Einmal pro Woche kocht eine Klasse für 250 Schüler – dieses Projekt der Elternschaft soll die Jungen und Mädchen für gesundes Essen begeistern. Das funktioniert selbstverständlich nur, wenn die angebotenen Speisen auch munden. Doch wer mag das bei Honig-Apfel-Waffeln, Muffins und Knuspermüsli mit Himbeerquark ernsthaft bezweifeln? Diese Speisen gehörten zum Büfett, das am Freitag aufgefahren wurde.

Jeder Besucher durfte per Aufkleber für einen von fünf Logo-Vorschlägen abstimmen. Diese waren vom Elternrat zuvor ausgewählt worden. Die meisten Punkte klebten am Schluss am Bild von Moritz Flügge, das fortan als Logo der Aktion verwendet wird.

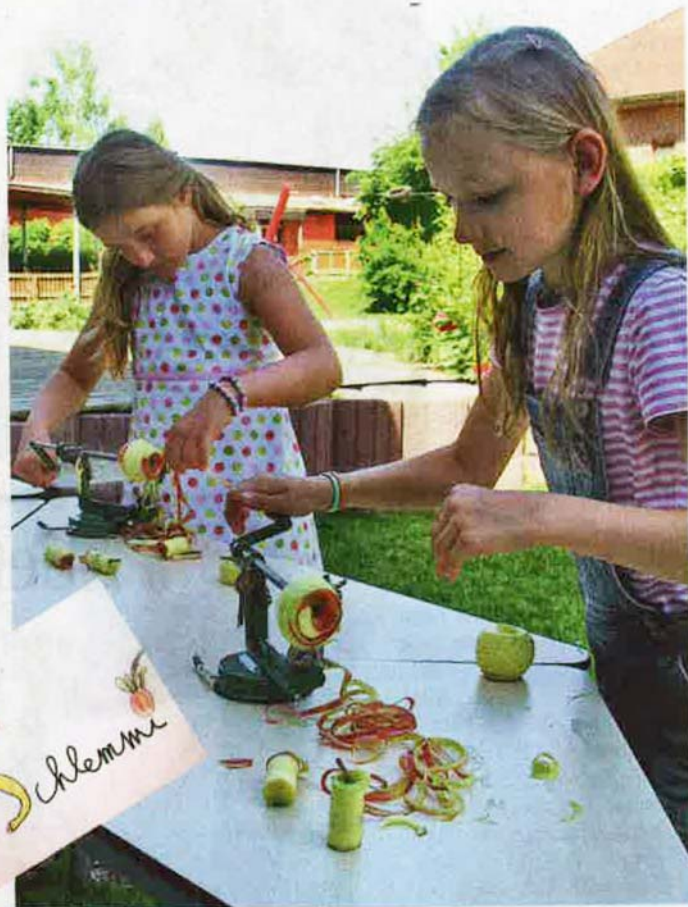
Honig ist das hauptsächlich verwendete Süßungsmittel beim „Schlemmi“-Frühstück. Der Jahresverbrauch liegt nach Angaben Christina Konerdings bei rund 40 Kilogramm. Dank der

Unterstützung der BKK24 muss die Grundschule im kommenden Schuljahr aber gar keinen Honig kaufen, denn die Krankenkasse sponserte eben jene 40 Kilogramm. Der Brotaufstrich stammt auch nicht etwa aus dem Discounter, sondern von einer örtlichen Imkerei.

Im Schuljahr 2015/2016 soll darüber hinaus, eine weitere Kooperation mit der BKK24 starten: Täglich zehn Minuten Bewegung vor dem Unterricht sind geplant. Die Schule und die Krankenkasse feilen allerdings noch an der Umsetzung.

Ein Bundesfreiwilligendienst-Leistender (Bufdi) soll die Aufgabe übernehmen, möglicherweise im Wechsel mit Lehrern.

Bei gutem Wetter treten dann alle Schüler gemeinsam auf dem Pausenhof an – so der Plan – und lassen sich zu spaßiger Bewegung animieren. gus



Während sich die Schüler auf dem Außengelände binnen weniger Sekunden Äpfel schälen, servieren Eltern in der Aula gesunde Leckereien. Das Logo von Moritz Flügge hat den Wettbewerb gewonnen. gus (2)