



Genüsslich beißen Jonny Schlutter (links) und Carl-Oliver Kirchhoff von der 1. Klasse der Zinnowitzer Grundschule in den Apfel. 217 Abc-Schützen auf Usedom bekommen nun im Rahmen der Aktion „Schulapfel“ täglich Obst. UTG-Chef Bert Balke: „Die Aktion wollen wir in den nächsten Jahren fortsetzen.“ Fotos: H. Nitzsche

Obst mit viel Biss für zwischendurch

Seit gestern können Erstklässler auf Usedom täglich in einen Apfel beißen. UTG, Netto und die Achterkerke Stiftung haben die Aktion ins Leben gerufen.

Von HENRIK NITZSCHE

Zinnowitz. Nico beißt kräftig in den Apfel und verzieht das Gesicht. „Sauer“, meint der Blondschopf. Sein Schulkamerad Jonny ist beim Beißen vorsichtiger. Der Wackelzahn, vorne links.

Auf das frische Kernobst dürfen sich Jonny und die anderen Erstklässler auf Usedom nun täglich freuen. Denn ein Jahr lang hält

der Apfel dank der Usedom Tourismus GmbH (UTG), dem Discounter Netto und der Achterkerke Stiftung Einzug in die Klassenzimmer der Abc-Schützen. Von der Aktion „Schulapfel“ profitieren 217 Erstklässler von Karlshagen bis Benz. Da das kommende Schuljahr auf 187 Schultage kommt, werden insgesamt 40579 Äpfel verteilt. „Eine stolze Zahl“, findet UTG-Geschäftsführer Bert

Balke. Seit gestern beliefert der Discounter mit Sitz in Stavenhagen einmal pro Woche seine drei Märkte auf Usedom mit frischen Äpfeln. Über die beiden Essenversorger der Schulen kommen die Vitaminspender zu den Kindern. Und die wissen über Äpfel schon gut Bescheid, wie sich gestern in der Zinnowitzer Grundschule zeigte. „Sie sind gesund und gut für die Zähne“, so Philipp. Banknachbar Leon meldet sich: „Ich esse Äpfel, damit ich groß und stark werde.“

Neben dem Gesundheitsaspekt ist es für Balke auch wichtig, dass die UTG „mal auf Usedom wahrgenommen wird. Unsere Aktionen finden meistens außerhalb der Insel statt. Außerdem wollen wir die Bedeutung des Tourismus schon frühzeitig ins Bewusstsein der zukünftigen Usedomer Gastgeber rücken.“ Etwa 10000 Euro kostet die Aktion. Der Discounter stellt die Äpfel zur Verfügung, die UTG steckt von jedem verkauften Usedom-Gastgeberverzeichnis einen Euro in die Aktion. Damit der Apfel zur festen Größe im Schulalltag wird, sucht Balke weitere Sponsoren, um die Obstgabe im kommenden Jahr fortzusetzen. „Schön wäre es, wenn wir auch die 2., 3. und 4. Klassen in den Grundschulen mit Äpfeln versorgen könnten“, so Balke, der die Idee eines Morgens im Radio aufgeschnappt hat.



Klassenlehrerin Sabine Lux freute sich mit ihren Schützlingen in Zinnowitz auch über neue Usedom-Shirts. Rechts UTG-Chef Bert Balke.