



„Starke Kids sind fair“ jetzt bundesweit Capri-Sonne unterstützt Initiative zur Gewaltprävention an Grundschulen

Auch im Jubiläumsjahr verfolgt die beliebte Kindergetränkemarke Capri-Sonne konsequent ihre Strategie im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR). Im Fokus steht dabei zu Beginn des Jahres die Ausweitung der von Capri-Sonne ins Leben gerufenen Initiative zur Gewaltprävention an Grundschulen „Starke Kids sind fair“. Als typisches Pausengetränk sind der Marke die Belange der Kinder im Schulalltag besonders wichtig.

Die Initiative „Starke Kids sind fair“ wurde im Schuljahr 2005/2006 von Capri-Sonne ins Leben gerufen und zuerst als Pilotprojekt in Baden-Württemberg zusammen mit dem dortigen Kultusministerium durchgeführt. Die eigens erstellten Unterrichtsmaterialien, die Lehrern und Erziehern kostenlos zur Verfügung gestellt werden, konzentrieren sich auf ein soziales Miteinander der Kinder. Damit möchte Capri-Sonne einen Beitrag leisten, die Anfänge von Gewalt zu verringern, die sich oft in Mobbing oder Bullying äußern.

Neue Partner bei der Initiative willkommen

Die enorme Resonanz auf „Starke Kids sind fair“ in Baden-Württemberg hat Capri-Sonne dazu bewogen, die bundesweite Ausdehnung zu unterstützen. Dies ist jedoch nur durch das Einbeziehen weiterer Partner möglich. Aus Sicht von Capri-Sonne besonders erfreulich ist daher die Zusage der Bundesbildungsministerin Dr. Annette Schavan, die Schirmherrschaft zu übernehmen: „Damit unsere Kinder zu selbstständigen Persönlichkeiten heranwachsen, müssen sie ihre Jugend- und Schulzeit gewaltfrei erleben dürfen“, so die Ministerin. Die Initiative soll in Zukunft über das Anbieten von Schulmaterialien hinausgehen. Im Mittelpunkt hierbei steht eine genaue Ist-Analyse der Situation an Schulen. Das Kölner Marktforschungsunternehmen YouGovPsychonomics hat hier großzügige Unterstützung angeboten und liefert die ersten Umfrageergebnisse. Darauf aufbauend wird die Initiative ihre Aktivitäten ausrichten. „Es ist uns wichtig, die Initiative ganz-

Pressekontakt:
Publik. Agentur für
Kommunikation GmbH
Oliver Nord (-14),
Nicole Messmer (-31)
Rheinuferstr. 9
D-67061 Ludwigshafen
Tel.: +49 (621) 96 36 00-0
Fax: +49 (621) 96 36 00-50
E-Mail:
o.nord@publik-kom.de,
n.messmer@publik-kom.de



heitlich anzugehen, um auch wirklich etwas bewirken zu können“, so Carsten Kaisig, Geschäftsführer von Capri-Sonne. „Starke Kids sind fair“ ist eine Initiative, die auf die Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft setzt.

CSR seit Jahren fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie

Capri-Sonne initiiert und unterstützt seit Jahren Projekte in den Bereichen Ernährung, Bewegung und soziale Kompetenz. Ziel ist es dabei, Kindern ein Umfeld zu ermöglichen, das von Motivation, Toleranz und vor allem Spaß geprägt ist. So entstand beispielsweise die Unterrichtsmappe „Fit, fair und schlau“, die für die Klassen 1-4 geeignet ist. Oder auch die Schwimmoffensive, mit der sich Capri-Sonne für eine bessere Schwimmbildung von Kindern stark macht.

Am „Starke Kids sind fair“- Stand in Halle 14/J36 können alle Schulmaterialien von Capri-Sonne eingesehen werden. Zu bestellen gibt es diese auch unter www.capri-sonne.de.

Heidelberg-Eppelheim, den 9. Februar 2009.

Pressekontakt:
Publik. Agentur für
Kommunikation GmbH
Oliver Nord (-14),
Nicole Messmer (-31)
Rheinuferstr. 9
D-67061 Ludwigshafen
Tel.: +49 (621) 96 36 00-0
Fax: +49 (621) 96 36 00-50
E-Mail:
o.nord@publik-kom.de,
n.messmer@publik-kom.de