

**L'essence alkylée :
une campagne positive pour le chiffre d'affaires et l'image**

Le commerce spécialisé s'engage pour la santé des clients

La campagne pour l'essence alkylée mise sur la plaque tournante que représente le commerce spécialisé. De 2005 à 2009, on a enregistré un chiffre d'affaires supplémentaire de CHF 16 millions. Ne sous-estimons pas l'influence de l'essence alkylée pour fidéliser la clientèle, promouvoir les ventes et améliorer l'image.

Près de 500 membres de l'association professionnelle Technique agricole vendent des appareils utilisés dans le cadre des travaux agricoles, forestiers et jardiniers. Ces revendeurs spécialisés ont un rayon d'action local. Ils ont donc tout intérêt, afin de conserver leur clientèle, à ce que celle-ci reste en bonne santé. L'essence habituelle des moteurs 2 et 4 temps constitue une me-

nace, car elle est cancérigène. Elle est particulièrement dangereuse lorsque l'utilisateur est directement exposé lors du maniement du taille-haie, de la tondeuse à gazon ou de la tronçonneuse et respire les substances nocives. Choisir l'essence alkylée, c'est préserver sa santé. L'essence alkylée est vendue en magasin spécialisé.

Hugo Helbling, Sales Manager Professional, HUSQVARNA Suisse SA :

« Le soutien et la promotion de la campagne de l'USM pour l'essence alkylée nous tiennent à cœur. Notre engagement se veut un signal clair en faveur de l'environnement. En outre, notre initiative motive le commerce spécialisé à s'engager lui aussi massivement pour cette cause. L'utilisation de l'essence alkylée, qui contient peu de substances nocives, doit être davantage soutenue et plus répandue, car elle produit moins de gaz d'échappement toxiques que l'essence habituelle. C'est un geste pour la santé de chacun ainsi que pour l'environnement et la nature ! »



Hugo Helbling, Sales Manager Professional, HUSQVARNA Schweiz AG:

« Es ist uns ein grosses persönliches Anliegen die Gerätebenzin-Kampagne der SMU zu fördern und zu unterstützen. Mit unserem Engagement setzen wir ein klares Zeichen für die Umwelt. Unsere Eigeninitiative motiviert zudem den Fachhandel, sich vermehrt auch selber stark für diese Sache einzusetzen. Der Einsatz von schadstoffarmem Gerätebenzin muss stärker gefördert und erhöht werden, da es weniger giftige Abgase verursacht als herkömmliches Benzin. Dies schont die Gesundheit jedes Einzelnen sowie unsere Umwelt und Natur! »

Manuel Gerber, directeur marketing, Bucher AG Langenthal (MOTOREX) :

« Avec la promotion de l'essence alkylée, nous pouvons directement contribuer à améliorer les conditions de travail et la protection sanitaire de nos clients. »



Manuel Gerber, Leiter Marketing, Bucher AG Langenthal (MOTOREX):

« Mit der Förderung von Gerätebenzin können wir ganz direkt mithelfen, die Arbeitsbedingungen und den Gesundheitsschutz unserer Kunden zu verbessern. »

Jürg Voser, directeur, STIHL Vertriebs AG :

« En tant que fabricant de tronçonneuses et d'outils à moteur pour le jardin, la forêt et l'entretien du paysage, STIHL est tributaire d'un environnement intact. La réduction des émissions, la préservation de l'environnement et la santé des utilisateurs constituent donc une priorité pour STIHL. La campagne pour l'essence alkylée prouve que les associations, les organisations gouvernementales et les entreprises concurrentes peuvent agir ensemble pour influencer positivement sur le cours des choses, sans lois ou directives supplémentaires de l'État. Nous sommes heureux de pouvoir apporter notre concours. »



Jürg Voser, Geschäftsführer, STIHL Vertriebs AG:

« Als Hersteller von Motorsägen und Motorgeräten für die Garten-, Wald- und Landschaftspflege ist STIHL auf eine intakte Umwelt angewiesen. Die Reduzierung von Emissionen, die Schonung der Umwelt und die Gesundheit der Benutzer steht deshalb bei STIHL an erster Stelle. Die Kampagne Gerätebenzin beweist, wie auch Verbände, staatliche Organisationen und Mitbewerber gemeinsam etwas erfolgreich beeinflussen können – ohne zusätzliche Gesetze und Vorschriften vom Staat. Wir freuen uns, dazu einen Beitrag leisten zu können. »

Gerätebenzin: Die Kampagne schafft

Fachhandel s

Die Kampagne Gerätebenzin setzt auf den Fachhandel als Drehscheibe. Von 2005 bis 2009 entstand ein zusätzlicher Umsatz von CHF 16 Mio. Nicht zu unterschätzen: Gerätebenzin als Mittel der Kundenbindung, zur Verkaufsförderung und zur Imagepflege.

Umsatz und Image

Setzt sich für Gesundheit der Kunden ein

Rund 500 Mitglieder des Fachverbands Landtechnik verkaufen Geräte, die in der Landwirtschaft, im Wald und Garten eingesetzt werden. Diese Fachhändler sind lokal tätig. Es ist in ihrem Interesse, dass die Kunden gesund sind und bleiben. Denn nur dann bleiben sie auch Stammkunden. Herkömmliches Benzin in 2- oder 4-Takt-Motoren gefährdet dies. Denn es ist krebserregend. Dies gilt insbesondere, wenn man der Heckenschere, dem Rasenmäher oder der Motorsäge unmittelbar ausgesetzt ist und die Schadstoffe einatmet. Wer auf die Gesundheit achtet, setzt Gerätebenzin ein. Dieses wird ebenfalls über den Fachhandel verkauft.

Umsatzpotenzial Gerätebenzin

Gerätebenzin ist ein Produkt, das dank seiner anderen Zusammensetzung fast schadstofffrei ist und deshalb nicht zu Krebs führt. Gerätebenzin wurde in der Schweiz erstmals 1999 bei den Forstbetrieben im Kanton Bern eingesetzt. 2002 startete die erste Kampagne des Lufthygieneamtes beider Basel und Coop. 2005 wurden in der Schweiz zwei Mio. Liter verkauft. 2005 stiess aufgrund eines Hinweises eines Ostschweizer Mitglieds die SMU zur Kampagne. Mit der SMU kamen auch die Importeure dazu. 2008 wurde die Kerngruppe Gerätebenzin durch die Krebsliga Schweiz und das Bundesamt für Umwelt ergänzt. 2009 entschied der Bundesrat, dass der Bund die Kampagne Gerätebenzin mit nichtfiskalischen Massnahmen unterstützt. Seitdem die SMU am Projekt beteiligt ist, konnte der Umsatz von zwei auf sechs Mio. Liter verdreifacht werden. Damit wurden 6,5 Tonnen des krebserregenden Benzols eingespart. Von 2005 bis 2009 belief sich der neu generierte Umsatz mit Gerätebenzin

Wichtige Mitteilung an alle, die im Garten und im Wald arbeiten:
Tun Sie was für Ihre Gesundheit!
Tanken Sie Gerätebenzin*.

*das schadstoffarme Benzin für Rasenmäher, Heckenscheren, Laubbläser und Co.

www.geraetebenzin.ch

Empfehlung der kantonalen Behörden für Luftreinhaltung, der Krebsliga Schweiz und der Schweizerischen Metall-Union, unterstützt durch das Bundesamt für Umwelt BAFU.

auf CHF 16 Mio. Allein für die kommenden fünf Jahre wird mit einem Mehrumsatz von rund CHF 10 Mio. gerechnet. Selbst wenn nur 50% des Mehrumsatzes zum Fachhandel fließen würden, so macht dies doch von 2005 bis 2014 rund CHF 13 Mio. aus. Das Marktpotenzial liegt bei 12 Mio. Liter. Bis 2014 sollen acht Mio. Liter erreicht werden.

Starke Partner unterstützen den Fachhandel

Die Kampagne Gerätebenzin wird von drei Partnergruppen finanziert: Die vier Partner aus der Industrie übernehmen rund ein Drittel, ebenso das BAFU, die Krebsliga und die Kantone. Mit 30% Budgetanteil (Zahlen 2010) ist die SMU der grösste einzelne Zahler. Der Fachhandel profitiert somit auch finanziell von einer Kampagne, die er nicht allein bezahlen muss. Denn diese wird zu knapp 70% von Dritten finanziert. Diese Partner nutzen ausserdem ihre eigenen Informationskanäle. Dazu zählen die Industrie ebenso wie die Krebsliga Schweiz, die kantonalen Lufthygiene-

ämter oder das Bundesamt für Umwelt. Sie alle machen (gratis) Werbung für ein Produkt, das der Fachhandel verkauft. Alleine könnte der Fachhandel in der Landtechnik nie so viele Personen erreichen oder solch eine umfassende Kampagne laufen lassen.

Website-Hit:

Wo kaufe ich Gerätebenzin?

Zu den wichtigsten Massnahmen der Kampagne zählt die Website. Hier sind 1'400 Fachhandel-Bezugsquellen für Gerätebenzin aufgeführt. Wie die Zugriffsstatistik von www.geraetebenzin.ch beweist, wird die Website in erster Linie für die Suche nach den Händlern genutzt. Allein 2009 konnten 25% mehr Hits generiert werden. Wer seine eigene Website mit www.geraetebenzin.ch verlinkt, gewinnt damit sofort einen Imageutzen.

Medienarbeit: Was ist Gerätebenzin und wo kaufe ich es?

Eine weitere wichtige Massnahme der Kampagne ist die Medienarbeit.

Le potentiel de vente de l'essence alkylée

L'essence alkylée a été utilisée pour la première fois en Suisse en 1999 par les entreprises forestières du canton de Berne. En 2002, le service de protection de l'air des deux Bâle et Coop ont lancé la première campagne. En 2005, deux millions de litres ont été vendus en Suisse. La même année, l'USM s'est jointe à la campagne, entraînant les importateurs dans son sillage. En 2008, la Ligue suisse contre le cancer et l'Office fédéral de l'environnement sont venus compléter le groupe de travail en faveur de l'essence alkylée. En 2009, le Conseil fédéral a décidé que la Fédération encouragerait la campagne pour l'essence alkylée par des mesures non fiscales. Depuis que l'USM participe au projet, les ventes ont triplé pour passer de deux à six millions de litres. De 2005 à 2009, le chiffre d'affaires supplémentaire généré par l'essence alkylée atteignait CHF 16 millions. Ne serait-ce que pour les cinq années à venir, on prévoit un chiffre d'affaires en hausse de CHF 10 millions. Même si seulement 50 % de ce chiffre d'affaires revenait au commerce spécialisé, cela représenterait tout de même un chiffre d'environ CHF 13 millions pour la période comprise entre 2005 et 2014. Le potentiel du marché est évalué à 12 millions de litres. Le seuil de 8 millions de litres devrait être atteint d'ici 2014.

De solides partenaires soutiennent le commerce spécialisé

La campagne pour l'essence alkylée est financée par trois groupes de partenaires. Les quatre partenaires issus de l'industrie prennent en charge environ un tiers du financement, de même que l'OFEV, la Ligue contre le cancer et les cantons. Avec 30 % du budget (chiffres de 2010), l'USM est le plus gros contributeur individuel. Le commerce spécialisé profite ainsi d'une campagne qu'il n'a pas à payer seul puisque celle-ci est financée à près de 70 % par des tiers. Ces partenaires, parmi lesquels l'industrie, la Ligue suisse contre le cancer, les services cantonaux de protection de l'air ou l'Office fédéral de l'environnement, utilisent en outre leurs propres canaux d'information. Tous font de la publicité pour un produit vendu par le commerce spécialisé.

Succès sur Internet : où acheter de l'essence alkylée ?

Le site Internet compte parmi les mesures les plus importantes de la campagne. Il répertorie 1'400 fournisseurs d'essence alkylée. D'après les statistiques d'accès au site www.essencealkylee.ch, le site est avant tout utilisé pour rechercher des vendeurs. L'année 2009 à elle seule a généré 25 % de visites supplémentaires. En reliant son site à www.essencealkylee.ch, les entreprises améliorent instantanément leur image de marque.

Communication médiatique : qu'est-ce que l'essence alkylée et où en acheter ?

La communication médiatique est une autre mesure importante de cette campagne. Depuis 2006, 280 articles ont été publiés à un tirage total de 18 millions d'exemplaires. Plus de 160 émissions radio ont été diffusées. Depuis 2008, les sujets en ligne se sont massivement développés. Si l'on prend également en compte les articles imprimés, la présence médiatique a poursuivi sa croissance en 2009. Le nombre d'articles imprimés et en ligne ainsi que celui des pages A4 imprimées et en lignes ont atteint un nouveau record en 2009. Rien qu'entre fin janvier 2010 et mi-mars (avant le début de la saison !), plus de 25 articles sur l'essence alkylée sont sortis et de nombreux autres sont déjà prévus.

Désormais, de plus en plus de revendeurs spécialisés devraient être présentés dans les articles. Les entreprises souhaitant apparaître dans les médias régionaux en lien avec l'essence alkylée peuvent contacter l'USM à Aarberg.

L'essence alkylée fidélise la clientèle

L'essence alkylée est un produit « vert » facile à comprendre. La campagne présente les vendeurs de ce produit comme un secteur innovant et moderne. Aux revendeurs spécialisés de générer du chiffre d'affaires avec l'essence alkylée pour leur propre entreprise en tirant parti de cette image attrayante : en contact avec le client, les médias locaux et la jeunesse. L'essence alkylée contribue à fidéliser les clients. Certains revendeurs spécialisés doublent chaque année leur chiffre d'affaires sur l'essence alkylée. Ils disposent ainsi d'un instrument de promotion des ventes qui se révèle même lucratif.

Dicke Feinstaubwolke am See

Während zweiter Jahre wurde in Arbon die Luftqualität gemessen. Die Messwerte lagen mehrfach über den vom Bund verordneten Grenzwerten. Beim Feinstaub wurde sogar die höchste Belastung der ganzen Ostschweiz registriert.

Übertragung der Feinstaubgrenzwerte wurde in der gesamten Ostschweiz, inklusive Zürich, nicht gemessen. Der Durchschnittswert bei der Überschreitung der Grenzwerte liegt bei beinahe 10 Tagen. Nur bei der Station Arbon wurden die Grenzwerte überschritten. Die Messwerte lagen mehrfach über den vom Bund verordneten Grenzwerten. Beim Feinstaub wurde sogar die höchste Belastung der ganzen Ostschweiz registriert.

Die regionale Energieberatung der Stadt Arbon hat keine Kenntnisse über den durch «Düfte» erzeugten Feinstaub. Die Gemeinden sind zwar nicht zuständig für die Eintragung von Feinstaub, sondern für die Überwachung der Grenzwerte. Gerade im Bereich der Feinstaubbelastung sind die Gemeinden für die Einhaltung der Grenzwerte zuständig. Eine bessere Luft kann durch einfache Massnahmen wie das Verbot von Holzfeuerung erzielt werden.

Die Produktion von Ölmüll durch eine hohe Inzidenz von Säureauswaschungen und die Verschmutzung von Lösungsmitteln durch die chemische Industrie (NOx und Stickstoffdioxid) sind weitere Faktoren für die Verschlechterung der Luftqualität.

Luftschadstoffe

Feinstaub (PM10) sind Luftpartikel mit einem Durchmesser von höchstens 10 Mikrometern. Die sogenannten Feinstaubpartikel werden als Feinstaub bezeichnet. Sie sind gesundheitlich bedenklich und können sich bei tiefen Temperaturen in den Lungen und anderen empfindlichen Organen ablagern.

bestehen. Feinstaub entsteht vor allem in Dieselmotoren und Feuerungsanlagen. Durch Verbrennung von Kohle und Holz entstehen Feinstaubpartikel. Auch die Abgasreinigung von Kraftwerken und die Verbrennung von Biomasse sind Quellen für Feinstaub.

Besser Gerätebenzin

Für den Betrieb von Rasenmähdreschern, Mähwägen und sonstigen Gartengeräten sollte es sich anstatt normales Benzin um ein spezielles Benzin handeln. Dieses Benzin enthält weniger Schwefel und ist besser für die Motoren geeignet. Es ist für weniger teurer als normales Benzin, aber es schützt die Motoren vor Verschleiß und verlängert die Lebensdauer.

TONDRE DONNE LE CANCER

JARDINAGE Dépourvus de catalyseurs, les tondeuses à gazon dégagent de nombreuses substances nocives, dont le benzène. Les spécialistes préconisent d'utiliser l'essence alkylée.

UNE PRODUIT LA MÊME QUANTITÉ DE BENEZENE QUE 100 VOITURES!

Après la consommation de benzène, le benzène est présent dans l'air. Les tondeuses à gazon dégagent de nombreuses substances nocives, dont le benzène. Les spécialistes préconisent d'utiliser l'essence alkylée.

LES DANGERS DU JARDINAGE

De nombreux accidents se produisent lors de travaux de jardinage. Les accidents entraînent de nombreux décès et blessures graves. Les accidents de jardinage sont souvent évitables si les précautions nécessaires sont prises.

TRONÇONNEUSE

La tronçonneuse est un outil dangereux. Elle doit être utilisée avec précaution. Les accidents de tronçonneuse sont souvent évitables si les précautions nécessaires sont prises.

Neu sollen auch immer mehr Fachhändler in den Artikeln porträtiert werden. Wer seinen Betrieb im Zusammenhang mit Gerätebenzin in den regionalen Medien sehen will, meldet sich am besten bei der SMU in Aarberg.

Gerätebenzin schafft Kundenbindung

Gerätebenzin ist ein einfach verständliches, «grünes» Produkt. Die Kampagne positioniert die Branche, die dieses Produkt verkauft, als innovativ und zeitgemäss. Es liegt nun in der Hand des einzelnen Fachhändlers, für den eigenen Betrieb mit Gerätebenzin Umsatz zu generieren und das attraktive Image zu nutzen: Im Kontakt mit den Kunden, mit den lokalen Medien und dem Nachwuchs. Gerätebenzin fördert die Kundenbindung. Das Produkt kann Aufhänger für eine Werbung des Fachhändlers sein. Es gibt Fachhändler, die jedes Jahr ihren Umsatz mit Gerätebenzin verdoppeln. Damit haben sie ein Instrument der Verkaufsförderung in den Händen, das sogar Geld verdient. Das ist der Traum eines jeden Marketingprofis.

Diese Erfahrung bestätigt Kurt Gsell, Inhaber von Kurt Gsell Motorgeräte in Amriswil: «Gerätebenzin hat für den Fachhändler und den Kunden Vorteile: Als Fachhändler kann ich die Kunden im Verkaufsgespräch über Gerätebenzin aufklären und

bei der Annahme von Geräten für Reparaturen und Service beraten. In meiner Firma stärkt Gerätebenzin somit den Kundenkontakt und löst Folgegeschäfte aus. Der Kunde holt ja immer wieder sein Gerätebenzin. Der Kunde profitiert auch ganz klar: Mit Gerätebenzin startet das Gerät mühelos auf. Somit kann der Kunde das Gerät ohne Probleme selbst bei gelegentlichem Einsatz nutzen. Ausserdem fallen teure Reparaturen weg. Denn mit Gerätebenzin gibt es viel weniger Kolbenfresser.»

Air4life: Die Schüler von heute sind die Lehrlinge von morgen

Mit dem Schulprojekt air4life geht die Kampagne zusätzlich neue Wege. Im Rahmen von air4life kommt die Landtechnik-Branche in Kontakt zu Schulen und Lehrpersonen. Bei air4life wurden bisher zwei Pilotprojekte mit insgesamt 16 Klassen bzw. rund 200 Jugendlichen durchgeführt. Dazu gab es Radiosendungen und Artikel wie in der Schweizer Familie und in der Berner Zeitung. Das BAFU hat das Projekt als vorbildliches Beispiel für Umweltbildung in ihre Website aufgenommen; es ist eines von zwei vorgestellten Projekten.

Im Rahmen der rund 12 Lektionen wird u.a. eine Stunde lang die Wirkung von Benzol aufgezeigt. Die Schüler machen dabei draussen einen Versuch mit Gerätebenzin. Das hat eine starke Wirkung, wie

eine kürzliche Umfrage unter den Schülerinnen und Schülern gezeigt hat. Nach einigen Monaten erinnern sich die Jugendlichen bei air4life vor allem an den Versuch mit dem Gerätebenzin. Das Experiment wird mit Eltern und Freunden diskutiert. So hat beispielsweise eine Klasse im Kanton Bern air4life zum Thema ihrer

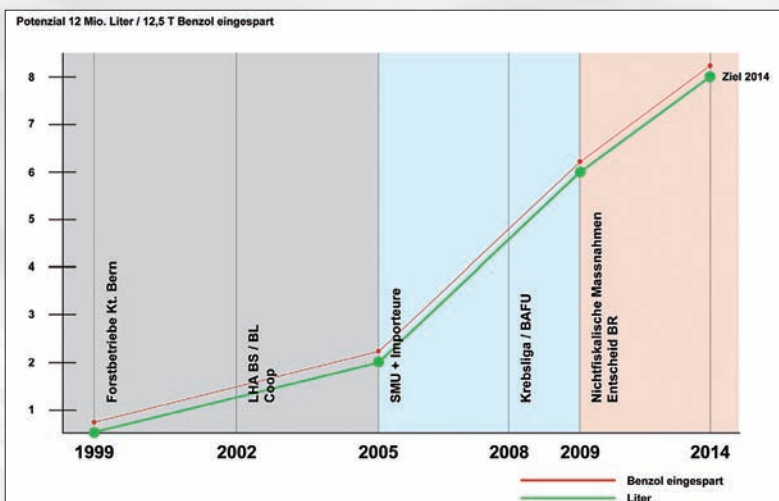
«Die Experimente haben mir gefallen, weil damit Bewegung in den Unterricht kam und es mal etwas anderes war.» André, Schüler

«Mir hat gefallen, herauszufinden, was genau der Unterschied zwischen Benzol und Benzin ist und dass sich mein Wissen über die Umweltbelastung erweitert hat.» Laura, Schülerin

«Das freie, selbstständige Arbeiten hat mir sehr gefallen. Auch, dass wir mehr praktische Experimente machten als sonst, fand ich toll. Zum Beispiel haben wir Benzin angezündet und die Reaktion der Luft getestet.» Luca, Schüler

«Die Umwelt betrifft uns alle, daher war es sehr interessant. Das Projekt bringt uns unsere Umwelt näher.» Maja, Schülerin

«Das Spezielle war für mich neben den Experimenten auch die Tatsache, dass dieses Thema mit uns hier direkt zu tun hat. Das ist ganz anders als sonst in der Schule. Es ist interessant, was die Delphine in Australien machen. Aber wo ist der Bezug zu mir?» Dave, Schüler



Depuis 2005, la vente d'essence alkylée a nettement augmenté de 2 à 6 millions de litres, soit une hausse du chiffre d'affaires de CHF 16 millions.

Seit 2005 hat der Verkauf von Gerätebenzin deutlich zugenommen: Von zwei auf sechs Mio. Liter. Das entspricht einem Mehrumsatz von CHF 16 Mio.

Kurt Gsell, propriétaire de Kurt Gsell Motorgeräte à Amriswil, confirme ce constat: «L'essence alkylée présente des avantages pour le vendeur comme pour le client: en tant que vendeur spécialisé, je peux expliquer au client ce qu'est l'essence alkylée lors du dialogue de vente et le conseiller lors de la reprise d'appareils pour la réparation et le service après-vente. Dans mon entreprise, l'essence alkylée renforce donc le contact avec le client et engendre des achats ultérieurs: le client vient régulièrement chercher de l'essence alkylée. D'autre part, les avantages pour le client sont évidents: avec cette essence, l'appareil démarre facilement, le client peut donc s'en servir sans problème, même en cas d'utilisation occasionnelle. De plus, il n'est plus nécessaire de procéder à des réparations onéreuses, puisque l'essence alkylée réduit le grippage des pistons.»

Air4life: les écoliers d'aujourd'hui sont les apprentis de demain

Avec le projet scolaire air4life, la campagne s'engage sur de nouvelles voies. Dans le cadre d'air4life, le secteur de la technique agricole entre en contact avec les écoles et le personnel enseignant. Jusqu'à présent, deux projets pilotes ont été mis en place avec au total 16 classes soit près de 200 jeunes. L'OFEV a présenté air4life sur son site comme exemple d'éducation environnementale, avec un autre projet.

Dans le cadre d'environ 12 leçons, une heure est consacrée aux effets du benzène. Les élèves réalisent ensuite une expérience avec l'essence alkylée en extérieur. L'impression laissée est forte: après quelques mois, les jeunes se souviennent surtout de l'expérience avec l'essence alkylée, qui fait l'objet de discussions avec les parents et les amis. Une classe du canton de Berne a ainsi choisi air4life comme thème de son travail de fin d'année. Les élèves ont écrit des lettres «Si j'étais maire...» et présenté le projet dans le journal de la commune.

En 2010, le projet scolaire air4life sera porté à l'attention d'environ 1'000 écoles. À l'avenir, les élèves participant à air4life recevront de nouvelles missions: ils devront par exemple trouver qui vend de l'essence alkylée dans leur village, identifier les appareils compatibles et les doter d'un autocollant spécial. Enfin, l'information sur les métiers de la branche incluant la vente d'essence alkylée sera renforcée. Un lien concret est ainsi créé afin de promouvoir la technique agricole et le commerce spécialisé auprès des jeunes. Enfin, un plan prévoit d'intégrer air4life dans la formation du personnel enseignant. ■

Iris Wirz

« Les expériences m'ont plu, ça change et les cours sont plus vivants. »

André, élève

« J'ai aimé découvrir la différence exacte entre le benzène et l'essence et approfondir mes connaissances sur la pollution. »

Laura, élève

« J'ai beaucoup aimé travailler librement, en autonomie. J'ai trouvé génial qu'on fasse plus d'expériences pratiques que d'habitude. Par exemple, nous avons brûlé de l'essence et testé la réaction de l'air. »

Luca, élève

« L'environnement nous concerne tous, c'était donc très intéressant. Le projet nous permet de mieux comprendre notre environnement. »

Maja, élève

« En plus des expériences, j'ai trouvé particulièrement intéressant le fait que ce thème nous touche directement. C'est très différent de ce qu'on fait habituellement à l'école. C'est bien de savoir ce que font les dauphins en Australie, mais en quoi cela me concerne ? »

Dave, élève



Jahresabschlussarbeit gemacht. Die Jugendlichen haben Ideen für einen Werbespot zum Thema Gerätebenzin entwickelt und ihr Verhalten überdacht. Sie haben Briefe geschrieben «Wenn ich Gemeindepräsidentin wäre...» und das Projekt in der Gemeindezeitung vorgestellt.

2010 werden rund 1000 Schulen auf das Schulprojekt air4life aufmerksam gemacht. In Zukunft sollen die Schüler bei air4life weitere Aufgaben bekommen: Sie sollen zum Beispiel herausfinden, wer in ihrem Dorf Gerätebenzin verkauft. Sie sollen Geräte, die sich für das Benzin eignen, ausfindig machen und mit einem speziellen Kleber ausstatten. Und sie sollen mehr über die Berufe der Branche erfahren, die das Gerätebenzin verkaufen. Hier besteht also eine konkrete Verbindung zur Nachwuchswerbung der Landtechnik und des Fachhandels. Zudem besteht ein Plan, air4life in die Ausbildung der Lehrpersonen einzubauen. ■

Iris Wirz