

EINKAUFEN OHNE GESCHREI

25. Oktober 2011 22:46; Akt: 26.10.2011 02:01

Nix Süßes an den Migros-Kassen

Quengelnde Kinder an den Migros-Kassen gehören vielleicht bald der Vergangenheit an. Im Shoppyland Schönbühl BE wurde ein Pilotprojekt durchgeführt, bei dem an zwei «Familienkassen» auf Süßigkeiten verzichtet wurde. Was die Leute auf den Strassen vom Pilotprojekt halten.

Die «Familienkassen» wollen bei den Eltern aber nicht nur durch den Verzicht auf Süßigkeiten punkten: Sie besitzen auch einen breiten Durchgang und die Kinder können dank einem Podest beim Einpacken helfen. «Aufgrund der guten Erfahrungen werden die Familienkassen nun in zwölf weiteren Filialen eingeführt», so Reno Berner von der Migros Aare. Auch die anderen Regionen prüften eine Einführung.

Initiantin des Projekts ist Konsumentenschützerin Sara Stalder, die sich um die Gesundheit der Kinder sorgt. «Coop hatte im Gegensatz zur Migros kein Interesse an der Familienkasse», so Stalder. Coop-Sprecher Urs Meier hält dagegen: «Unsere Studien zeigten, dass eine Mutter-Kind-Kasse mehrheitlich vehement abgelehnt wird.» Detailhandelsexperte Gotthard F. Wangler sieht das Problem an einem anderen Ort: «Es liegt an der Erziehung der Eltern, dass es mit Kindern bei der Kasse nicht zu Quengeleien und Stress kommt.»

Kommentare

Chrisl am 26.10.2011 06:57

Mangelnde Erziehung

Ich gebe Herrn Wangler Recht: Es liegt einzig und allein an der Erziehung, wie sich Kinder in Geschäften verhalten. Ganz offensichtlich mangelt es daran. Und da hilft auch eine "Familienkasse" ohne Süßes nichts, denn - besonders jetzt bald - innerhalb des Ladens gibt's ja dann auch noch Spielsachen usw. usw., oder? Dann quengeln die Kinder halt dort! Da können sie sich sogar auf den Boden werfen und schreien! Das ist sozusagen also nur eine "Verlagerung" des Problems...

Sabrina am 26.10.2011 05:28 ▲ Diesen Beitrag melden

Erziehung

Gebe dem Herrn Wangler recht, sehe dies auch in der Erziehung. Früher ging es auch heute werden die meisten Kinder nicht mehr erzogen leider.