



Das Logo über dem Herzen: Die Kleist-Klamotten sind vor allem bei den Fünftklässlern angesagt.

ROLF OESER

Einheitslook ist cool

Main-Taunus Schulbekleidung mausert sich unter den Teenies im Kreis zum Renner

Von Gesa Fritz

Bei den Schülern im Main-Taunus-Kreis ist ein neuer Modetrend auf dem Vormarsch: Der Einheitslook gilt als cool, und cool ist irgendwie auch die Schule. Die Teenies tragen Klamotten mit deren Logo.

Gleich zwei weiterführende Schulen im Kreis haben dieses Jahr mit durchschlagendem Erfolg eine Hausmarke eingeführt: Die Heinrich-von Kleist-Schule in Eschborn und die Albert-Einstein-Schule in Schwalbach. Etwa ein Drittel der Jugendlichen haben auf Anhieb das neue Outfit geordert. Vor allem unter den Fünftklässlern soll in Eschborn die Nachfrage enorm sein. In Schwalbach gehören auch viele Lehrkräfte zu den Käufern. Beide Schulen mussten bereits weitere Bestellungen einläuten.

15-jährige Jungs, die mit Bügelfalten-Hemd und Jackett in Eschborn über den Pausenhof stolzieren? Girlies mit Krawatte

und züchtigem Faltenrock in Schwalbacher Klassenzimmern? Mit den Bildern, die englische Schulen in die Köpfe projizieren, haben die hiesigen Outfits nichts zu tun.

In Flörsheim hat Schulkleidung den Druck gedämpft, Markenware zu tragen

An beiden Schulen waren die Schüler nicht nur an der Entscheidung für die Kleidung, sondern auch an deren Auswahl beteiligt – schließlich sollen sie deren geschmacklichen Ansprüchen genügen. Und nicht immer decken sich die Vorstellungen eines Schulleiters von cool und modern mit denen seiner Zöglinge. An der Wiesbadener Albrecht-Dürer-Schule platze das Experiment Schuluniform vor einigen Jahren, weil die Kids bei der Auswahl kein Wörtchen mitzureden hatten. Die Zehntklässler wurden mit mausgrauen Pullis ausgestattet. So ha-

ben die Käufer die Wahl zwischen luftigen Tank-Tops, coolen Kapuzen-Jacken, knalligen Caps und sportlichen Soft-Shell-Westen. Es sind aber auch Damenblusen für die überzeugte Lehrerin oder Business-Hemden für den gepflegten Schulleiter im Angebot. Alle mit Schullogo in Herzhöhe, in trendigen Farben wie weiß, schwarz, pink oder babyblau.

Mit englischen Verhältnissen hat der Trend auch in anderer Hinsicht nichts zu tun: Es sind keine obligatorischen Uniformen. Den Teenagern ist es freigestellt, ob sie die Oberbekleidung kaufen und tragen.

Den pädagogisch denkenden Schulleitern geht es um Corporate Identity. Die einheitlichen Klamotten sollen das Zusammengehörigkeitsgefühl der Eleven untereinander fördern. Und natürlich die Identifikation mit ihrer Bildungseinrichtung. Ziel ist ein starkes Wir-Gefühl. Wo der Geldbeutel zu klein für die gemeinschaftsstiftende Ausstattung ist, findet

der Förderverein eine Lösung. Die günstigsten Shirts sind für knapp zehn Euro zu haben.

Ein Heilmittel gegen das Markendiktat sind die Klamotten aber nicht. Das glaubt zumindest der Eschborner Schulleiter Adnan Shaikh. Bei einheitlichen Anziesachen, so seine Vermutung, müssten teure Uhren oder Schuhe als Statussymbole herhalten.

Andere Erfahrungen man am Graf-Staufenberg-Gymnasium in Flörsheim gemacht. Hier wurde vor rund zehn Jahren die Schulkleidung eingeführt – explizit, um den Gruppendruck zur Markenware zu dämpfen. „Mit beachtlichem Erfolg“, sagt Schulleiter Klaus Hartwich. Andere Markenbekleidung sei in den Hintergrund gerückt, der Druck, sie zu kaufen, schwächer geworden. Und der Run auf die Hausmarke ist bis heute ungebrochen hoch.

Bestelladressen: www.kleist-schule.de, www.aesmtk.de, www.graf-staufenberg-gymnasium.de