

1000 Euro für Meiningener Jugendarbeit

Der Drogerie-Markt DM unterstützt zum eigenen Jubiläum Jugendprojekte in Meiningen. Unter dem Motto „Lust auf Zukunft“ gab es gleich einen zweifachen Geldsegen.

Von Maximilian Simon

MEININGEN. Zum Geburtstag gibt es Geschenke, das weiß jedermann. Zum 50-jährigen Bestehen der Drogerie-Kette DM gab es die bekannten Zuwendungen auch, allerdings beschenkte diesmal das „Geburtsstagskind“ selbst die anderen. Deutschlandweit wählten DM-Filialen jeweils zwei lokale Projekte aus, für die die eigenen Kunden abstimmen konnten. Im Fall Meiningen für das DRK und die Kinderstadt Tiberanda. Der erste Platz erhielt 600 und der zweite Platz 400 Euro.

Gewonnen hat in Meiningen das Deutsche Rote Kreuz. Silvana Klett, Abteilungsleiterin für Bildung und Soziales, und Heidi Possner, ehrenamtliches Mitglied (beide DRK), freuten sich über den Betrag für die eigene Jugendarbeit. Vorrangig sollen das Geld nun in die Wasserwacht fließen. Die DRK-Schützlinge haben nämlich erst kürzlich einen erfolgreichen Wettkampf bestritten – jetzt fehlen nur noch einheitliche Badeanzüge, die mit dem Geld nun beispielsweise finanziert werden können.

Antje Lusch, Filialmitarbeiterin beim Drogeriemarkt, die die Aktion in Meiningen



Insgesamt 1000 Euro spendete der DM-Markt in Meiningen an „Zukunftsprojekte“ in der Region. Die Zuwendungen gingen an das DRK und die Kinderstadt Tiberanda.

Foto: Maximilian Simon

leitete, hätte das Geld sogar am liebsten geteilt. Denn „die Abstimmung ist sehr knapp ausgegangen“, erzählte sie noch vor der Übergabe der symbolischen Schecks. Da die Regeln aber für alle Filialen klar bestimmt wurden, konnte daran nicht gerüttelt werden. Das sei jedoch nicht weiter schlimm,

findet Katharina Carl vom Organisationsteam der Kinderstadt. Denn auch mit 400 Euro, sieht sie sich mit Tiberanda als Gewinner.

Einen speziellen Verwendungszweck lässt sich bei dem Projekt gar nicht ausmachen. Einfach formuliert, wird das Geld ge-

nutzt, damit die Kosten für die kunterbunte Woche gedeckt sind. Zum Beispiel auch für die T-Shirts, deren diesjährige Farbe noch immer ein gut gehütetes Geheimnis bleibt.

Auch wenn, es „nur“ einen Erstplatzierten gab, so gehen beide Projekte als Gewinner hervor. Der große Sieger ist die Jugend.