*Chris Vielhaus*

# Was suchen Konzerne im Klassenzimmer?

**9. März 2018**

**Werbebotschaften bleiben bei Kindern besser hängen – vor allem wenn Lehrer sie austeilen. Dabei geht es um mehr als nur Schokolade. Wer stellt sich den Unternehmen in den Weg?**

Weihnachten – für den Handel die schönste Zeit des Jahres. #1 Für einen Supermarkt in Hannover war das Grund genug, ein Freudenlied anstimmen zu lassen – von Kindern während ihrer Schulzeit. #2 Also sangen 70 Schüler einer Grundschule freudig und voller Eifer einen – leicht umgedichteten – Weihnachtsklassiker: #3

Ein Freudentag war es auch für den Förderverein der Grundschule – er wurde von REWE für die Aktion mit einem Scheck über 500 Euro entlohnt. *1

Das ist kein Einzelfall. Manch eine Schule lässt sich angesichts leerer kommunaler Kassen auf Zuwendungen aus der Privatwirtschaft ein, und das REWE-Lied ist dabei noch eine eher harmlose Variante. Ob Banner in der Turnhalle, gesponsorte Schul- und Sportfeste oder neue Rechner im Computerraum – auf allen prangen Markennamen und Logos.

Der Vorteil für Firmen: Eine Zielgruppe von 11 Millionen jungen, unvoreingenommenen Konsumenten, #4 die im Klassenzimmer als



Dies ist die PDF-Version des Artikels **›Was suchen Konzerne im Klassenzimmer?‹** von Perspective Daily.
Den vollständigen Artikel inklusive Bildern und multimedialer Elemente findest du hier online:
**perspective-daily.de/article/478/QhDrv4tF**

exklusivem Werberaum schon früh den eigenen Produkten und Diensten ausgesetzt werden können. Und diese Investition lohnt sich. An Kinder gerichtete Werbung wirkt so effektiv, dass bei ihnen nur 1/4 des Budgets von Erwachsenen veranschlagt werden muss, um denselben Werbeeffekt zu erzielen wie bei Erwachsenen. #5

Ist die Schule bei diesem Trommelfeuer an Werbebotschaften noch ein neutraler Bildungsort?

## Warum Werbung meist tabu ist, Sponsoring aber immer geht

Schule ist ein Schonraum für Kinder, an dem Werbeverbot herrscht und neutrale Bildung vermittelt wird. So definieren es die meisten Schulgesetze. »Product-Placement« und Coca-Cola-Werbebanner über der Tafel scheiden daher für Unternehmen erst einmal aus. Aber …

- **Ausnahmeregelungen existieren:** Generell sind Spenden und Sponsoring möglich, wenn ein pädagogischer Nutzen zu erkennen ist.
- **Zusammenarbeit ist nicht meldepflichtig:** Eine Behörde, die die Zusammenarbeit von Schulen und Unternehmen überwacht, gibt es nicht. Kooperationen müssen an keine Stelle gemeldet werden.
- **Die Hürden sind unterschiedlich hoch:** Bildung ist nach wie vor Ländersache. Jedes Bundesland baut unterschiedlich hohe Hürden für Werbetreibende auf. In Berlin, Sachsen-Anhalt, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern ist etwa Produktwerbung an Schulen erlaubt, sofern sie den Bildungsauftrag unterstützt.

Was geht – und was eben nicht –, liegt am Ende in der Verantwortung der jeweiligen Schulleitung und der Lehrkräfte. Und die Firmen wissen genau um deren angespannte Lage vielerorts:

»Die klammen kommunalen Kassen lassen es nicht überall zu, die Schulen hinreichend auszustatten«, sagt Tim Engartner. Der Professor für Didaktik der Sozialwissenschaften lehrt mit Schwerpunkt politische Bildung in Frankfurt am Main. »Aufgrund klammer, knapper Budgets ist man auch als Kommunalpolitiker dazu geneigt, solchen Projekten den Weg zu ebnen«.

Dabei sponsorn Unternehmen längst nicht mehr nur den Sportplatz und das Schulfest. Längst fertigen sie Unterrichtsmaterial vor – mit Werbebotschaften –, das gestresste Lehrkräfte dann nur noch nutzen müssen.

## So verwandelt sich das Klassenzimmer in einen Werberaum

Es herrscht immer Mangel an ansprechendem und aktuellem Unterrichtsmaterial. Dieser Missstand ist auch diversen Unternehmen nicht entgangen. Sie springen bereitwillig in die Bresche und produzieren Arbeitsblätter, Hausaufgabenhefte und Stundenpläne, die dann ohne staatliche Prüfung an Schulen eingesetzt werden dürfen. [*2] Immer mit dabei: die mal mehr, mal weniger versteckten Werbebotschaften.

Wie man damit subtil Schüler beeinflussen und das eigene Unternehmen stärken kann, macht zum Beispiel Ritter Sport vor. In eigens produzierten Materialien [*3] für den Bio-Unterricht lernen Kinder etwa, dass Schokolade glücklich macht und eine tolle Belohnung für das Gehirn ist – egal ob nach dem Sport oder einem Lernmarathon.

»Es handelt sich nicht um ein Nischen-, sondern um ein Massenphänomen«, betont Tim Engartner. »Das Material wird kostenfrei digital verfügbar gemacht oder per Post an die Schulen geliefert.« Zudem bekämen Lehrkräfte, die zum Beispiel an Fortbildungen des Deutschen Bankenverbandes [#6] teilgenommen haben, personalisierte Post mit Unterrichtsmaterial frei Haus. Mindestens 13 der

20 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland machen mit [*4] und drängen im Jahr 2018 mit eigenen Unterrichtsmaterialien in die Klassenzimmer:

- **Volkswagen:** Mobilität und Klimaschutz
- **Daimler:** Arbeitsblätter für MINT-Fächer [*5]
- **BMW:** Mobilität der Zukunft
- **Siemens:** Multithematische Arbeitsblätter
- **Deutsche Telekom:** Sport und Alltag mit Behinderung
- **Metro:** Handel erklärt
- **BASF:** Experimentieranleitungen
- **Deutsche Post:** Wie schreibe ich einen Brief?
- **Edeka-Zentrale:** Ernährung und Bewegung
- **Bayer:** Gesundheit
- **RWE:** Braunkohle
- **ALDI Süd:** Tipps für Bewerbungen
- **Deutsche Bahn:** Mobilität und Sicherheit

»Ich erlebe es jeden Tag, dass Materialien und teilweise fertige Unterrichtskonzepte an Schulen geschickt werden, hinter denen Interessenverbände stehen«, bestätigt auch Heinz-Peter Meidinger, Präsident des Deutschen Lehrerverbandes und selbst Schulleiter eines Gymnasiums, und ordnet ein: »Die Materialien werden 2-mal gefiltert, von der Schulleitung und den Fachlehrkräften. Ich denke, dass die meisten Lehrkräfte verantwortlich mit den Materialien umgehen.« Vieles lande aber auch gleich im Papierkorb.

Ob wirklich alle gesponsorten Unterrichtsmaterialien immer durch den Filter der Schulleitung laufen, ist fraglich. Diese Schwachstelle sieht auch Heinz-Peter Meidinger. So kann es sein, dass »die Lehrkraft selbst fachlich aktuelles Material herunterlädt, ohne dass es [in der Schule] weitergegeben wurde, zumal die Zugriffsmöglichkeiten in der heutigen Zeit riesig sind.« Und die Unternehmen stellen die Materialien gern online bereit. Da müsse man auf die fachliche Kompetenz und das pädagogische Verantwortungsbewusstsein der Lehrkräfte vertrauen.

Eine Befragung der Verbraucherzentrale im Jahr 2016 ergab, dass 71% der Lehrkräfte mehrmals in der Woche zu externen Unterrichtsmaterialien greifen. Immerhin die Hälfte der Befragten hält die Wirtschaft für einen vertrauenswürdigen Anbieter. [#7] Dabei ist die methodische und didaktische Qualität der Angebote geringer als die der staatlichen Pendants. Das konnte der Materialkompass des Bundesverbands für Verbraucherschutz nachweisen. [#8] Auf dem Schulportal werden Unterrichtsmaterialien anhand von fachlichem Inhalt und Methodik bewertet. 74% der mit »mangelhaft« bewerteten Materialien kommen aus der Wirtschaft [*6] – öffentliche Lehrmittel fielen hingegen nur in 7% der Fälle durch.

In dem bereitgestellten Material der Unternehmen geht es aber um mehr, als nur die eigenen Produkte zu bewerben und Süßigkeiten oder Spielzeug zu verkaufen.

## »Deep Lobbying« – es geht um viel mehr als um Süßigkeiten

»Deep Lobbying« ist eine weitgehend unbekannte Form des Lobbyismus. Diese langfristigen Strategien von Unternehmen zielen auf bestimmte Interessengruppen ab, um über sie auf die öffentliche Meinung und politische Einstellungen einzuwirken. Und genau das findet sich auch in bereitgestelltem Unterrichtsmaterial.

So erzählt die fiktive Schülerin Julia im Auftrag von RWE, [#9] wie es war, als ihr Dorf dem Braunkohle-Tagebau weichen musste: gar nicht mal so schlimm.

*»Erst fanden wir die Umsiedlungspläne ganz schlimm. […] Jetzt haben wir aber gesehen, wie unser neues Haus aussehen wird. Es ist viel schöner und moderner als das alte. […] Die neue Sporthalle ist übrigens auch viel besser als die alte, und der Tagebaubetreiber finanziert noch viele weitere tolle Projekte, die unser neues Dorf schöner machen sollen […].« – RWE-Unterrichtsmaterial »Braunkohle im rheinischen Revier«*

»Wir sehen in diesem Bereich eine inhaltliche Engführung – Themen wie die Spaltung der Gesellschaft werden nicht aufgegriffen« erklärt Sozialwissenschaftler Tim Engartner. Bei den aufbereiteten Inhalten würden häufig kontroverse Gegenpositionen ausgeblendet. »Da wird dann zum Beispiel der Mehrwert der privaten Altersvorsorge akzentuiert«.

Auf diese Weise versuchen besonders Banken und Versicherungen, Einfluss auf Schüler auszuüben. Für sie gilt es, dem Ansehensverlust durch die Finanzkrise entgegenzuwirken. Zudem ist die Finanzbranche in Zeiten niedriger Zinsen auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern.

Im Jahr 2010, parallel zur Finanzkrise, legte die Initiative »My Finance Coach« [#10] besonderes Engagement an den Schulen an den Tag – mit persönlichen Besuchen im Klassenzimmer. Laut eigener Aussage erreichte die Initiative seit der Gründung 1,3 Millionen Schüler bei 10.000 Klassenbesuchen. Dazu beantworten Finanztrainer aus verschiedenen Finanz- und Versicherungsunternehmen einer Klasse ehrenamtlich Fragen rund ums Geld. Finanziert wird das Ganze durch eine Stiftung der Versicherung Allianz und der Unternehmensberatung McKinsey, [#11] die auch von verschiedenen Banken und der Deutschen Börse unterstützt wird. [#12]

Die Referenten verpflichten sich zwar durch eine Wohlverhaltenserklärung, während der Klassenbesuche keinen Vertriebstätigkeiten nachzugehen und nicht »zu einzelnen Produkten

dezidiert Stellung zu nehmen«. [#13] Als zentrales Lernziel der Besuche wird jedoch klar kommuniziert, dass die Schüler am Schluss »den Nutzen privater Absicherung« nachvollziehen können.

Bei diesem Ziel kann das auf dem Solidarprinzip basierende Rentensystem nicht allzu gut wegkommen – wie der Materialkompass der Verbraucherzentrale [#14] bestätigt. Das unabhängige Team aus Bildungsexperten [#15] bewertet das Gesamtkonzept der Arbeitsblätter von *My Finance Coach* »aufgrund der unzulässigen fachlichen Verengung an vielen Stellen als tendenziös«. [#16]

So fragwürdig die Materialien und Initiativen der Privatwirtschaft für Schüler auch erscheinen mögen, verboten sind sie nicht. Damit liegt die Verantwortung allein bei den Lehrkräften.

## Lehrkräfte als Türsteher ihrer Klassenräume

Die Lehrkräfte entscheiden über das Geschehen im Klassenraum. »Natürlich können sie kritisch mit Unterrichtsmaterial umgehen«, sagt Fabian Kaske von LobbyControl. »Dennoch glaube ich, dass es ein Problem ist, das nur auf die Lehrkräfte vor Ort abzuwälzen«.

Angesichts der im Schnitt sehr hohen Arbeitsbelastung und dünnen Personaldecken ist es aber nicht immer zu leisten, sich auch noch den Kopf über die Neutralität von Schulinhalten zu zerbrechen. Ein hoher Prozentsatz der Lehrkräfte bewegt sich laut einer aktuellen Studie der Uni Göttingen »im Bereich gesundheitsgefährdender, überlanger Arbeitszeiten« von mehr als 48 Stunden pro Schulwoche. [#17]

Besonders im Bereich der ökonomischen Bildung kommt hinzu, dass »viele fachfremde Lehrkräfte eingesetzt werden, die das Fach nicht studiert haben«, [#18] gibt Tim Engartner zu bedenken. Teilweise werde jede zweite Unterrichtsstunde in diesem Bereich fachfremd erteilt.

Das Resultat: Besonders die vielfach geforderte ökonomische Bildung bietet ein Einfallstor für Wirtschaftsverbände und »Deep Lobbying«. Jedenfalls dann, wenn Lehrkräfte gezwungen sind, fachfremden Unterricht abzuhalten: »Das Problem taucht immer dann auf, wenn die fachliche und pädagogische Souveränität fehlt. Das ist der Fall, wenn man in dem entsprechenden Fach nicht qualifiziert ist«, unterstreicht auch Heinz-Peter Meidinger.

Wer oder was könnte die Lehrkräfte entlasten?

## Verbot oder Unterstützung?

Die Maxime »Schule als neutrale, allgemeinbildende Institution« kann unter den aktuellen Bedingungen nicht zu jeder Zeit gewährleistet werden. Sie steht und fällt mit den Lehrkräften, die die Verantwortung meist allein tragen müssen.

Der Sozialwissenschaftler Tim Engartner plädiert daher dafür, einzig durch die Kultusministerien geprüften Materialien und Initiativen Zugang zu den Schulen zu gewähren. Das wäre rechtlich durchaus machbar, jedoch gibt es entscheidende Fallstricke: »Durch das nach wie vor bestehende Kooperationsverbot [*7] müssten alle Bundesländer im Einzelnen diese Entscheidung treffen, um diese unheilvolle Entwicklung gesetzlich auszubremsen«, so Engartner.

*»Schule ist dafür da, Menschen allgemein und umfassend zu bilden, und nicht dafür, verkürztes Wissen zu transportieren.« – Tim Engartner, Professor für Didaktik und politische Bildung*

Diese Lösung würde jedoch nicht unbedingt allen Schulleitern und Lehrkräften gefallen: »Mir ist auch die pädagogische Freiheit wichtig«, sagt Heinz-Peter Meidinger vom Lehrerverband. »Wir möchten ja kein Schulsystem haben, in dem die Lehrkräfte total eng geführt werden und nicht vom Lehrbuch abweichen dürfen.«

Trotzdem halten laut der Lehrerbefragung der Verbraucherzentrale 76% der Lehrkräfte die Prüfung der Qualität von Unterrichtsmaterialien für wünschenswert. [#19]

Ein Kompromiss kann es daher sein, eine staatliche Monitoring-Stelle zu schaffen – ganz im Geiste des Materialkompasses der Zentrale für Verbraucherschutz. Hier könnten sich sowohl Lehrkräfte als auch Eltern anhand transparenter Kriterien selbst einen Eindruck hinsichtlich der Qualität von Angeboten machen. Eine Lösung, die auch Fabian Kaske von LobbyControl für praktikabel hält: »Wir brauchen eine staatliche Institution, an die die Lehrkräfte Material zur Überprüfung senden können, wenn sie selbst keine Zeit dafür haben.«

Tendenziöses Material könnte so erkannt und öffentlich geächtet, gutes hingegen positiv hervorgehoben werden. Als Sammlung von Bewertungen und Erfahrungsberichten könnte daraus mit der Zeit eine zentrale Anlaufstelle mit immer größerem Archiv für Lehrkräfte entstehen.

Ein solcher mächtiger Verbündeter an der Seite von Schulleitern und Lehrkräften könnte dabei helfen, unsere Kinder besser vor Unternehmensinteressen zu schützen.

# Zusätzliche Informationen

*1 Offiziell wurde nichts vergütet: Der REWE-Markt hatte schlicht 500 Euro darauf gewettet, dass die Schule es nicht schaffen würde, am 13.12.2017 um 12 Uhr seine Interpretation von »Morgen, Kinder, wird's was geben« aufzuführen. Auf Anfrage teilte der Pressesprecher der REWE-Group dazu mit: »Bei der betreffenden >Weihnachtswette< handelt es sich nicht um eine nationale Marketing-Aktion, sondern um eine individuelle Aktion eines einzelnen Marktverantwortlichen. Wir teilen selbstverständlich die Kritik an dieser Aktion. Wir entschuldigen uns stellvertretend dafür und haben Maßnahmen ergriffen, dass sich diese so nicht wiederholt.«

*2 Sogar die Zulassungspflicht für normale Schulbücher durch die Kultusministerien ist stellenweise auf dem Rückzug. In Berlin, Hamburg und Schleswig-Holstein wurde sie bereits abgeschafft. In Brandenburg, Bremen und Sachsen-Anhalt sind Schulbücher für die Sekundarstufe II nicht genehmigungspflichtig.

*3 Ritter Sport bewirbt dieses Lehrmaterial noch **auf seiner Website**, die PDF-Datei zum Download wurde jedoch inzwischen entfernt. Sie wurde jedoch als Anschauungsmaterial für Werbung in Lehrmitteln von Foodwatch **hier** zugänglich gemacht.

*4 Nicht mit einbezogen sind hier die Supermarktketten REWE und LIDL, die zwar kein Unterrichtsmaterial produzieren, jedoch auch Schulsponsoring betreiben – REWE etwa mit den Weihnachtswetten, LIDL beispielhaft mit Aktionen wie »Brotzeit« für gesundes Frühstück für Schüler.

*5 Die Abkürzung »MINT« umfasst die Schulfächer zu den Themengebieten Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik.

*6 So bekam das Ritter-Sport-Material trotz einem »sehr gut« für die formale Gestaltung die Gesamtbewertung »mangelhaft«.

*7 Im aktuellen Entwurf eines Koalitionsvertrags ist zwar von einer Lockerung die Rede, jedoch nicht von einer Abschaffung.

# Quellen und weiterführende Links


**#1** Wir haben in der Redaktion einmal durchgerechnet, was man mit den 35 Milliarden, die die Deutschen zu Weihnachten ausgeben, so alles Sinnvolles anstellen könnte.
**https://perspective-daily.de/article/419/FsUElnmX**

**#2** Zum Teil wurden kritische Kommentare unter dem Facebook-Post des Marktes zu der Aktion nachträglich gelöscht.
**https://www.facebook.com/REWEMarktimBadenstedterCarre/photos/a.168706303731501.1073741828.156009971667801/169294177006047/?type=3&theater**

**#3** Der komplette Songtext der REWE-Version von »Morgen, Kinder, wird's was geben«
**http://www.winsen-aller.de/portal/uploads/media/Songtext_REWE_Weihnachtslied.pdf**

**#4** Gesamtzahl der Schüler inklusive Berufsschulen (2016/17)
**https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/BildungForschungKultur/Schulen/Tabellen/AllgemeinBildendeBeruflicheSchulenSchulartenSchueler.html;jsessionid=D6044F81A69795BCF36188ED76E7936D.InternetLive2**

**#5** Bildung & Wissenschaft – »Wie Unternehmen um Schülerinnen und Schüler buhlen« (2015)
**http://www.fb03.uni-frankfurt.de/59121712/Engartner_Werbung-in-der-Schule_b_W_11_2015.pdf?**

**#6** Der Bundesverband Deutscher Banken bietet auf seiner Website unter dem Titel »Schul|Bank« Unterrichtsmaterialien, »Wirtschaftsinformationen und Grafiken für den Einsatz im Unterricht« an
**http://schulbank.bankenverband.de/**

**#7** Im Rahmen des Projekts »Lehrkräfteportal Digitale Kompetenzen« wurden 400 Lehrerinnen und Lehrer befragt (2016)
**https://www.vzbv.de/sites/default/files/vzbv_lehrerbefragung_2016_03_bericht_kurzfassung_2016_10_26.pdf**

**#8** Zu diesem Urteil kommt der Bundesverband für Verbraucherschutz, der Lehrkräften mit seinem »Materialkompass« Orientierung im Material-Dickicht bietet.
**https://www.verbraucherbildung.de/material/material-ist-nicht-mehr-verfuegbar-von-der-kakaobohne-zur-schokolade**

**#9** RWE vertreibt ein Arbeitsblatt zum Thema »Braunkohle im rheinischen Revier«
**https://www.rwe.com/web/cms/mediablob/de/640270/data/640268/1/rwe-power-ag/engagement/unterrichtsmaterial/Braunkohle-im-rheinischen-Revier-Arbeitsblaetter-fuer-den-Unterricht.pdf**

**#10** Auf der aufwendig gestalteten Website der Initiative können Klassenbesuche, Lehrerfortbildungen und Unterrichtsmaterialien angefordert werden.
**https://www.myfinancecoach.org/**

**#11** Pressemitteilung der Allianz zum Start von My Finance Coach (2010)
**https://www.allianz.com/de/presse/news/engagement/gesellschaft/news_2010-10-16.html/**

**#12** Selbstauskunft laut Impressum von My Finance Coach
**https://www.myfinancecoach.org/impressum-2/**

**#13** So wird es in dem Leitfaden für die Finance Coaches festgeschrieben
- **https://nanopdf.com/download/leitfaden-fr-den-finance-coach-training-2-vertiefung-kaufen_pdf**

**#14** Der Materialkompass bietet eine Übersicht über mehrere Hundert
- Unterrichtsmaterialien inklusive Bewertungen
**https://www.verbraucherbildung.de/suche/materialkompass**

**#15** Das Expertenteam besteht aus Wissenschaftlern, Pädagogen,
- Fachreferenten aus Verbraucherzentralen, Lehrkräften sowie Dozenten.
**https://www.verbraucherbildung.de/materialkompass/expertenteam**

**#16** Materialkompass des Bundesverbandes für Verbraucherzentralen
**https://www.verbraucherbildung.de/material/my-finance-coach-mach-dich-finanzfit**

**#17** Zeiterfassungsstudien zur Arbeitszeit von Lehrkräften in Deutschland
(2018)
**https://kooperationsstelle.uni-goettingen.de/fileadmin/user_upload/Hardwig_Mussmann_MTS-Expertise_-_Zeiterfassungsstudien_zur_Arbeitszeit_von_Lehrkraeften_in_Deutschland.pdf**

**#18** Unser Autor Dirk Walbrühl zeigt hier, welche Hausaufgaben die
Bildungspolitik dringend zu erledigen hat
**https://perspective-daily.de/article/343**

**#19** Im Rahmen des Projekts »Lehrkräfteportal Digitale Kompetenzen«
wurden 400 Lehrerinnen und Lehrer befragt (2016)
**https://www.vzbv.de/sites/default/files/vzbv_lehrerbefragung_2016_03_bericht_kurzfassung_2016_10_26.pdf**