


Die Anmeldung:

Wir bitten um Ihre Antwort bis zum 25.08.2005.
Eine Antwortkarte finden Sie anbei.

Übernachtung:

Für Hotelreservierungen wenden Sie sich bitte an:
Berlin Tourismus Marketing
Am Karlsbad 11, 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 25, www.btm.de

Tagungsort:

Landesvertretung Hessen
In den Ministergärten 5, 10117 Berlin-Mitte
 barrierefreier Zugang

Wegbeschreibung:

U2 und S-Bahn: Potsdamer Platz, zwei Minuten Fußweg
über die Ebertstraße Richtung Brandenburger Tor

Deutsche Bahn: Nah- und Fernverbindungen bis zum
Bahnhof Friedrichstraße. Ab dort mit der S-Bahn bis
Potsdamer Platz

Auto: Parkplätze stehen leider nicht zur Verfügung.

Anmeldung:

Matthias Klopfer
Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin
Tel. (030) 258 00 244
Fax (030) 258 00 218
fortbildung@vzbv.de

In Kooperation mit dem
Deutschlandfunk

Kontakt:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Referat Fortbildung und Wissensmanagement
Markgrafenstraße 66 · 10969 Berlin
Tel. (030) 258 00 216
Fax (030) 258 00 218
fortbildung@vzbv.de
www.vzbv.de



Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

verbraucherzentrale
Bundesverband

Die Stimme der
Verbraucher

verbraucherzentrale
Bundesverband

Werbung und
Sponsoring
in der Schule

Tagung am 05.09.2005



Werbung und Sponsoring in der Schule

Die Schulen stehen vor wachsenden Aufgaben. Allerdings fehlt ihnen dafür häufig das Geld, selbst für dringende Reparaturen.

Schülerinnen und Schüler bilden für die Wirtschaft eine attraktive Zielgruppe. Sponsoring und Werbung in den Schulen sind eine willkommene Möglichkeit, Kinder und Jugendliche ohne Streuverluste als Kunden zu gewinnen.



Die gesetzlichen Regelungen zu Werbung und Sponsoring in der Schule sind in den einzelnen Ländern sehr unterschiedlich. Während Schulwerbung in einigen Ländern verboten bleibt, ist dies in anderen ausdrücklich erlaubt.

In NRW hat bereits jede dritte Schule eine Partnerschaft mit einem Unternehmen, in Berlin dürfen die Firmen in den Schulen Werbeplakate anbringen. Allein Coca-Cola hat mit Schulfesten inzwischen bundesweit knapp zwei Millionen Jugendliche und 80.000 Lehrer erreicht. Die Schulen befinden sich in einem Konflikt: Auf der einen Seite geht es um Zusatzeinnahmen, auf der anderen Seite droht der Verlust pädagogischer Autonomie.

Die Tagung will Antwort auf folgende Fragen geben:

- Ist eine weitere Kommerzialisierung unserer Schulen noch vertretbar?
- Wie kann die staatliche Bildungsautonomie gesichert werden?
- Erzieht Werbung an Schulen zum Markenfetischismus und verhindert, dass Jugendliche verantwortungsbewusste Wirtschaftsbürger werden?
- Gibt es vertretbare Formen für marketingorientiertes Engagement von Unternehmen in der Schule?

10:30 **Eröffnung**
Prof. Dr. Edda Müller, Vorstand
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

10:45 **Perspektiven**
Werbung und Sponsoring an Schulen
Martin Gorholt, Staatssekretär im Ministerium für Bildung, Jugend, Sport des Landes Brandenburg

**Der Weg der Werbung in die Schulen –
die Sicht einer PR-Agentur**

Markus Holzmann
spread blue media group gmbh, Bottrop

11:30 **Erfahrungen**
**Kommerzialisierung von Kindheit und Schule:
Was sagt die Wissenschaft?**
Privatdozentin Dr. Ingrid Gottschalk,
Universität Hohenheim

**Werbung und Sponsoring an deutschen
Schulen: Wie ist die Praxis?**

Helmut Schorlemmer,
Pestalozzi-Gymnasium, Unna

Diskussion

13:00 **Mittagspause**



14:00 **Pro und contra**
**Sponsoring in der Schule:
Verlust der staatlichen Bildungsautonomie?**

Ulrich Lissek, Leiter Unternehmens-
kommunikation Deutsche Telekom AG
Dr. Andrea Liesner, Universität Hamburg

*Muss sich die Schule immer mehr nach den Interessen der
Wirtschaft richten? Verliert sie Humboldt dabei ganz aus den
Augen? Besteht die Gefahr, dass die Wirtschaft über
Sponsoring Einfluss auf die schulischen Inhalte nimmt?*

**Werbung in der Schule:
Erziehung zum Markenfetischismus
oder zum verantwortlichen Konsum?**

Volker Nickel, Zentralverband der deutschen
Werbewirtschaft e.V.
Dr. Fritz Heidorn, Deutsche Gesellschaft
für Umwelterziehung

*Hat Werbung für Markenartikel einen nachhaltigen Einfluss
auf Konsumeinstellungen und Verbraucherverhalten,
auf Identitätsbildung und Weltorientierung, der in der
Schule problematisch wird?*

15:15 **Kaffeepause**

15:30 **Podiumsdiskussion**
**Werbung und Sponsoring an Schulen –
was müssen die verantwortlichen Akteure tun ?**

Ulrich Lissek
Dr. Andrea Liesner
Volker Nickel

Dr. Fritz Heidorn
Prof. Dr. Edda Müller
Moderation: **Ulrike Bajohr**, Deutschlandfunk

17:00 **Ende der Tagung**