

FÜR WERBEFREIE SCHULEN

i Schulen sollen optimal bilden und auf ein selbstbestimmtes Leben vorbereiten. Werbung gewinnorientierter Unternehmen hat dort nichts zu suchen. In der Realität werben dennoch viele Wirtschaftsakteure im Klassenzimmer: Lebensmittelkonzerne bieten Arbeitsblätter über Ernährung an und Finanzberater informieren zum Wirtschaftssystem – die eigenen Produkte stellen sie dabei oft besonders positiv dar. Bislang ist diese Schleichwerbung nicht explizit verboten.

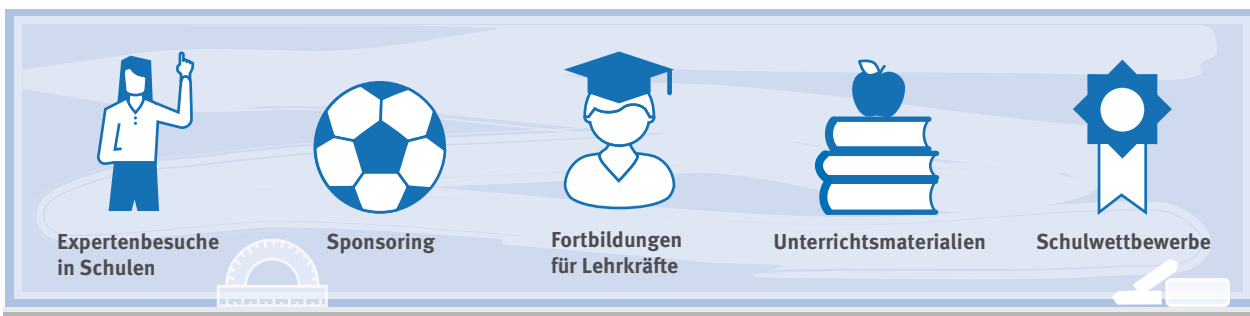
Im Beschluss „Verbraucherbildung an Schulen“ formulierte die Kultusministerkonferenz (KMK) 2013, dass Lernen frei von wirtschaftlichen Interessen sein muss. Jedes Bundesland verfügt über Gesetze und Vorschriften, um Werbung an Schulen zu unterbinden. Diese variieren zwischen den Ländern jedoch stark und sind oft unkonkret. Häufig ist direkte Produktwerbung verboten. Auch der Warenvertrieb an Schulen ist in vielen Ländern untersagt – solange nichts Abweichendes bestimmt wurde. Finanzielle Unterstützung oder Sponsoring, was der Image-

pflege dient und somit Werbung ist, sind aber erlaubt. Häufig ist unklar, wie die Regelungen umgesetzt werden sollen. Lehrkräfte sind nicht ausreichend dafür geschult oder überfordert. So entstehen Einfallstore für Unternehmen.

! Die bisherigen Regelungen der Länder stellen nicht sicher, dass Schulen ihren Bildungsauftrag frei von wirtschaftlichen Interessen erfüllen können. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) fordert daher ein bundesweites Werbeverbot an Schulen.

WERBUNG IM KLASSENZIMMER

So vielfältig sind die Einflussmöglichkeiten von Unternehmen in Schulen.



... DER VZBV FORDERT

👍 Werbung an Schulen konsequent verbieten: Schulunterricht muss von wirtschaftlichen Interessen unabhängig sein. Die KMK sollte daher ein generelles Werbeverbot an Schulen einführen, das Kinder und Jugendliche vor wirtschaftlicher Einflussnahme im Schulbereich schützt. Auf dieser Grundlage müssen dann die gesetzlichen Regelungen der Länder überarbeitet werden.

👍 Lehrkräfte sensibilisieren: Bereits im Studium müssen angehende Lehrkräfte dazu qualifiziert werden, sich kritisch mit Einflussnahme an Schulen auseinanderzusetzen. Die Lehramtsstudiengänge müssen diesen Aspekt verpflichtend beinhalten. Ergänzend sind Weiterbildungsangebote für Lehrkräfte notwendig.

👍 Transparenz über Aktivitäten an Schulen schaffen: Es sollte jederzeit nachvollziehbar sein, welche Unternehmen, wirtschaftsnahen Verbände und Stiftungen in Schulen aktiv sind und was sie dort tun. Dies muss regelmäßig erhoben und in einem öffentlichen Register publiziert werden. Zudem muss bei jedem Bildungsangebot klar erkennbar sein, wer Herausgeber, Autoren und Mittelgeber sind.

👍 Guter Unterricht braucht keine Logos: Logos sollten in der Schule nur erlaubt sein, wenn sie im Unterricht einen Mehrwert im Sinne des Bildungsauftrags bieten, zum Beispiel wenn es um Markenbildung geht. Die Platzierung von Logos für werbliche Zwecke muss verboten werden.

DATEN UND FAKTEN

i Rund 800.000 kostenlose Lehrmaterialien sind online verfügbar und werden von Lehrkräften eingesetzt. Der allergrößte Teil davon stammt von Unternehmen, deren Verbänden oder Stiftungen.¹

i 20 von 30 DAX-Unternehmen stellten im Jahr 2019 Unterrichtsmaterialien zur Verfügung. Neben Arbeitsblätter und ganzen Unterrichtseinheiten bieten sie beispielsweise auch Fortbildungen für Lehrkräfte oder Schulwettbewerbe an.²

i Immer mehr Kommunikationsagenturen spezialisieren sich auf die Ansprache von Kindern und Jugendlichen in Schulen. Angeboten werden etwa die Erstellung von Unterrichtsmaterialien oder die Vermittlung von Schulkooperationen und -sponsoring.³

i 55 Prozent der Lehrkräfte sind schon einmal mit Angeboten von Unternehmen oder unternehmensnahen Organisationen in Berührung gekommen. 72 Prozent von ihnen geben an, für die Qualitätsprüfung der Materialien keine Zeit zu haben.⁴

... SCHLEICHWERBUNG IM UNTERRICHT



Katja unterrichtet eine sechste Klasse einer Gesamtschule in Biologie. Oft ist die Zeit zur Vorbereitung der nächsten Stunde knapp. Da ist es praktisch, dass sie auf Unterrichtsmaterial „frei Haus“ zurückgreifen kann. Denn ein Lebensmittelhersteller hat der Schule ein großes Paket mit Lehrmaterial geschickt: acht Packungen Frühstücksflocken, je ein Klassensatz Arbeitsbögen und ein Leitfaden für die Unterrichtsgestaltung. In der nächsten Bio-Stunde stehen Milch, Schüsseln und Löffel auf den Tischen. Katja erzählt der Klasse vom großzügigen Geschenk des Unternehmens. Alle sind begeistert über

das Paket und freuen sich über das gemeinsame Frühstück. Die Übungsblätter sind ansprechend gestaltet, die Kinder haben viel Spaß beim Ausmalen der Nahrungspyramide. Die zeigt: Calcium und Ballaststoffe sind sehr gesund, wenn man wächst, deshalb sind Frühstücksflocken für Kinder ein optimaler Start in den Tag. Diese Erkenntnis wird begeistert aufgenommen, denn die knusprigen Flocken schmecken richtig gut.

Beinahe reingefallen

Fast schade, dass Katja die Spaßverderberin spielen muss: „Wer möchte denn jetzt öfter Frühstücksflocken essen?“ Fast alle Hände schnellen in die Höhe. „Na, dann hat diese Marketingaktion ja ihr Ziel erreicht. Wisst ihr, was Marketing ist?“ Die zweite Hälfte der Doppelstunde verbringt Katja damit, den Kindern zu vermitteln, wie Werbung funktioniert – und warum sie manchmal nicht einfach zu erkennen ist. Das Paket des Lebensmittelherstellers ist dafür ein anschauliches Beispiel: Lerninhalte sind im Corporate Design des Unternehmens dargestellt, oben rechts prangt sein Logo. Am Ende der Stunde sind die Reaktionen empört: „Boah, das is’ ja fies. Voll die Gehirnwäsche in der Schule!“



Kontakt:

Dr. Vera Fricke
Teamleiterin Verbraucherbildung
Verbraucherbildung@vzbv.de

1 www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH100_Lobbyismus_Schule.pdf
2 www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AH100_Lobbyismus_Schule.pdf
3 www.lobbycontrol.de/wp-content/uploads/Lobbyismus_an_Schulen.pdf#pk_campaign=Schulstudie
4 www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2019/09/12/grafiken_aktivitaeten_von_wirtschaft_in_schule_17112016_final.pdf

Der Materialkompass des vzbv bietet eine Übersicht frei erhältlicher Unterrichtsmaterialien zu Themen der Verbraucherbildung. Alle Materialien werden von einem Team aus unabhängigen Bildungsexperten auf ihre Qualität geprüft.



www.verbraucherbildung.de