

30. Januar 2014

**Unterrichtsmaterial unter der Lupe
Wie weit geht der Lobbyismus in Schulen?**

**Eine Qualitätsanalyse von Lehrmaterialien verschiedener Anbieter und
Interessensvertreter des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv)**

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv
Projekt Materialkompass Verbraucherbildung
Markgrafenstr. 66
10969 Berlin
verbraucherbildung@vzbv.de

www.materialkompass.de
www.vzbv.de

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	3
2	DIE DATENGRUNDLAGE	4
3	VERTEILUNG DER HERAUSGEBER	5
4	NOTENSCHLÜSSEL IM ÜBERBLICK	6
5	NOTENSCHLÜSSEL DER VERSCHIEDENEN HERAUSGEBER	7
5.1	Öffentliche Hand	9
5.2	NGO	10
5.3	Wirtschaft	12
6	RESULTATE	16
7	IMPRESSUM	17

1. Einleitung

Schulunterricht muss aktuell sein, um zu begeistern. Das deutsche Schulbuch verweilt jedoch durchschnittlich sieben bis acht Jahre lang im Klassenzimmer¹. Zum Vergleich: 2005 gab es weder iPhone noch Twitter, keine europäische Finanzkrise, keinen Berliner Hauptbahnhof, kein Verbraucherinformationsgesetz, die Mehrwertsteuer lag bei 16 Prozent und George W. Bush war Präsident der USA.

Deshalb suchen sich Lehrer und Lehrerinnen oft aktuelle und für sie passende Unterrichtsmaterialien im Internet. Angebote gibt es reichlich und so buhlen Verbände, Unternehmen, öffentliche Institutionen und Verlage um die Aufmerksamkeit der Schulen – und oft auch um die Deutungshoheit bestimmter Themen. Dabei ist das Engagement der Herausgeber oftmals nicht uneigennützig. Neben den hehren Zielen der Bildungsförderung versprechen sich viele dadurch auch eine Imageverbesserung für ihr Unternehmen oder auch direkte Vorteile beim Verkauf ihrer Produkte oder Vertragsabschlüssen von Handys und Versicherungen mit Schülerinnen und Schülern und jungen Erwachsenen.

Das dreijährige Forschungsprojekt „Bildungsmedien online“ der Universität Augsburg² hat allein im Jahr 2012 über 880.000 Unterrichtsmaterialien von 482 Anbietern im Internet gefunden, die ihre Materialien kostenlos und außerhalb des geprüften Schulbuchsortiments auf den Markt bringen. Interessant ist, dass von den 20 größten deutschen Unternehmen drei Viertel eigene Unterrichtsmaterialien anbieten. Aber die Analyse macht auch deutlich, dass es gerade bei diesen Herausgebern große Defizite in der Qualität der Materialien gibt.

Lehrkräfte beurteilen diesen Trend mit gemischten Gefühlen, wie eine Fokusgruppenbefragung³ des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) 2012 ergab. Materialien, die ihnen die Arbeit mit Themen wie Handyverträgen, Produktionswegen, Lebensmittelherstellung, Cyber-Mobbing, Finanzprodukten, Energieverbrauch oder Datenschutz erleichtern, sind zwar gerne gesehen. Ein Großteil der Befragten gibt jedoch an, dass sie Materialien skeptisch gegenüber stehen, die von Unternehmen oder Interessensvertretungen herausgegeben werden. Ihnen ist eine ausgewogene Darstellung der Sachinhalte wichtig sowie mehr Transparenz in Bezug auf die Interessen der Herausgeber: „Die Materialien müssen das behandelte Thema problemorientiert und ohne Schwarz-Weiß-Malerei beleuchten. Alle Aspekte müssen angesprochen werden.“

Die Beschäftigung mit diesen Alltags- und Konsumfragen halten aber alle Befragten für notwendig und sehen die Schulen auch in der Verantwortung, sich damit zu beschäftigen. Sie sprechen von einem „alltäglichen Entsetzen“, wenn sie mitbekommen, wie naiv und unkritisch Schülerinnen und Schüler sich teilweise durch die Konsumwelt bewegen.

¹ Verband Bildungsmedien e.V.: Die Schulbuchmacher, Zugriff: 10.12.2013, <http://www.schulbuchportal.de/index.php/entwicklung/die-schulbuchmacher>

² Verband Bildungsmedien Online, Bildungsmedien Online: Abstract I - Marktanalyse von kostenlos angebotenen Online-Lehrmaterialien, 11.10.2012, Zugriff 10.12.2013, <http://www.bildungsmedien.de/presse/pressedownloads/forschungsprojekt-augsburg/>

³ Evaluation des Materialkompasses Verbraucherbildung im Umfeld des Schulportals Verbraucherbildung, durchgeführt von der Kommunikationsagentur a&b one GmbH, Frankfurt, August 2012 im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes

Der Verbraucherzentrale Bundesverband setzt sich darum auch seit Jahren für die Verankerung von mehr Verbraucherbildung in Schulen ein und plädiert dafür, diese in den Lehrplänen zu verankern.

Seit 2011 sammelt der vzbv im Materialkompass Verbraucherbildung (www.materialkompass.de) Unterrichtsmaterialien und prüft sie auf ihre fachliche und methodisch-didaktische Qualität. Die Ergebnisse werden fortlaufend im Materialkompass veröffentlicht und Lehrkräften zur Verfügung gestellt. Der vzbv hat sich dabei auf die Verbraucherbildung spezialisiert und untersucht Unterrichtsmedien zu den Themenbereichen finanzielle Allgemeinbildung und rechtlicher Verbraucherschutz, Ernährung, Medienkompetenz und nachhaltiger Konsum. Das Projekt „Materialkompass Verbraucherbildung“ wird seit 2010 vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz“ gefördert.

Eine Analyse von insgesamt 453 Materialien verschiedener Anbieter und Herausgeber zeigt, dass es zwar viele gute und brauchbare Materialien gibt, ein kritischer Blick aber notwendig ist. Drei Viertel aller Materialien, die von der öffentlichen Hand finanziert werden, erfüllen die Anforderungen an ein gutes Unterrichtsmaterial – Materialien aus der Wirtschaft hingegen nur zu einem Drittel.

Die detaillierten Analyseergebnisse werden im Folgenden vorgestellt.

2. Die Datengrundlage

Es wurden 453 Unterrichtsmaterialien zu den Themengebieten Finanzkompetenz, Medienkompetenz, nachhaltiger Konsum und Ernährung ausgewertet, die im Zeitraum von Januar 2011 bis Oktober 2013 qualitätsgeprüft wurden.

Die Materialien stammen von verschiedenen Anbietern und Herausgebern aus Wirtschaft, Gesellschaft, öffentlicher Hand und Verlagen. Es wurden keine Schulbücher bewertet, die bereits eine Qualitätskontrolle durch die Kultusministerien erfahren haben, sondern frei auf dem Markt verfügbare, kostenlose und kostenpflichtige Publikationen.

Grundlage der Bewertungen ist ein wissenschaftlich erstelltes Bewertungsraster. Dieses beruht sowohl auf den Ergebnissen des Forschungsprojekts zur „Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen“ (Revis, 2003 - 2005⁴) als auch auf dem Bewertungsraster zur Bewertung von Unterrichtsmaterialien der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE)⁵. Ende 2012 wurde das Bewertungsraster unter Einbezug wirtschaftsdidaktischer und sozialwissenschaftlicher Erkenntnisse wissenschaftlich evaluiert und überarbeitet. Näheres zum Bewertungsraster und den Bewertungskriterien finden Sie unter <http://www.verbraucherbildung.de/bewertungskriterien.html>.

⁴ Helmut Hesecker, Kirsten Schlegel-Matthies, Ines Heindl, Barbara Methfessel et al.: Modellprojekt - Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung an Schulen (2003-2005), 2005, Zugriff 10.12.2013, http://www.evb-online.de/evb_revis.php

⁵ Schweizerische Gesellschaft für Ernährung, Expertengruppe zur Beurteilung von Unterrichtsmaterialien, 2005, Zugriff 10.12.2013, <http://www.sge-ssn.ch/de/schule-und-bildung/ernaehrung-im-unterricht/beurteilung-materialien/>

Die Beurteilung der Materialien setzt sich aus den drei Kategorien „Methodik und Didaktik“, „Fachlicher Inhalt“ und „Gestaltung“ zusammen. Die beiden ersten Kategorien fließen mit je 42 Prozent in die Bewertung ein, die Gestaltung mit 16 Prozent.

Die Bewertungen werden von einem Team aus 29 Bildungsexperten/-innen durchgeführt, das sich aus Wissenschaftlern/-innen und Lehrkräften sowie aus Fachreferenten/-innen der Verbraucherzentralen zusammensetzt. Die genaue Zusammensetzung des Teams finden Sie unter

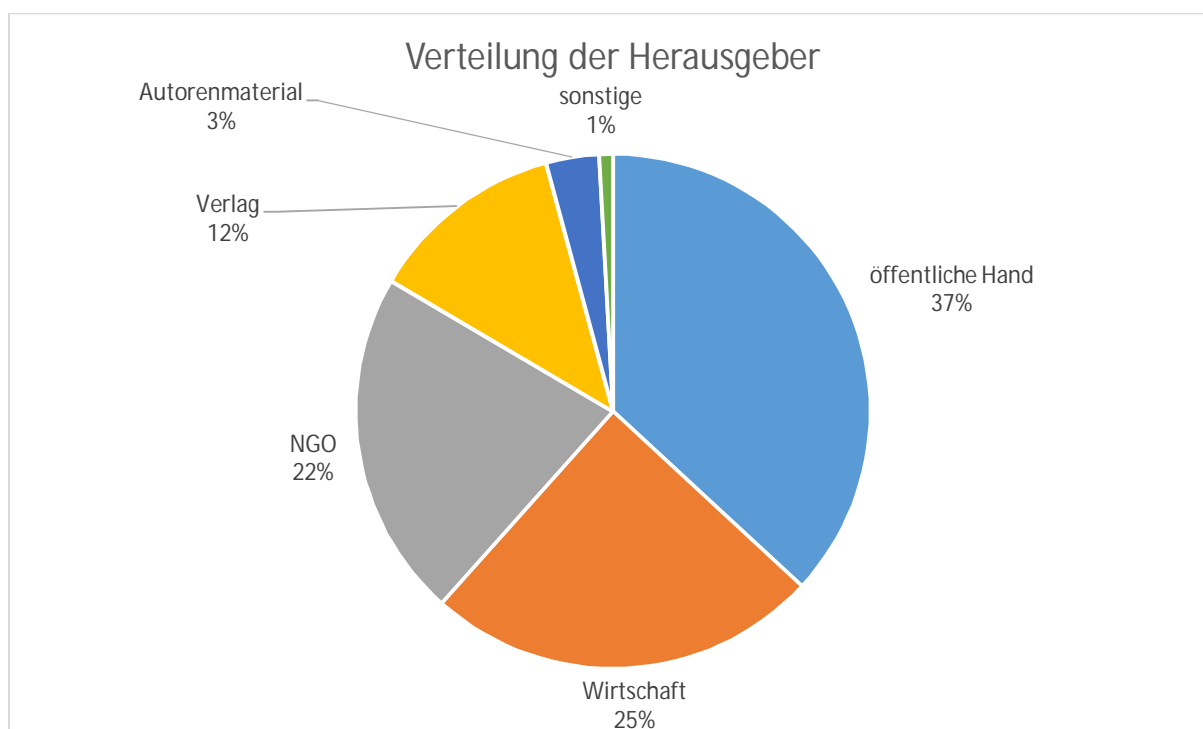
<http://www.verbraucherbildung.de/bewertungskriterien.html>

3. Verteilung der Herausgeber

Für die Auswertung wurden die Anbieter und Herausgeber in sechs Herausgeber-Kategorien unterteilt:

- **Öffentliche Hand:** Verwaltung, Ministerien, Bundes- und Landesinstitute, Bundes- und Landesanstalten oder öffentliche Rundfunkanstalten, Körperschaften des öffentlichen Rechts und Universitäten
- **NGOs:** Interessensverbände und Stiftungen, die keine kommerziellen Interessen vertreten
- **Wirtschaft:** Unternehmen, wirtschaftsnahe Interessensverbände und Stiftungen
- **Verlage:** Buch-, Zeitungs- und elektronische Medien-Verlage
- **Autorenmaterial:** einzelne Autoren oder Autorenteam, die erkennbar weder einem Interessensverband noch einer öffentlichen Institution angehören. Oft sind es Wissenschaftler/-innen oder Lehrkräfte.
- **Sonstiges:** Initiativen, die sich aus verschiedenen Herausgeber-Kategorien zusammensetzen, also zum Beispiel aus NGOs und Unternehmen.

Die prozentuale Verteilung der Herausgeber innerhalb der Stichprobe sieht wie folgt aus:



Mit einem guten Drittel nimmt die Herausgebergruppe „Öffentliche Hand“ also den größten Teil der Materialien ein, gefolgt von jenen aus der Wirtschaft und von NGOs, die je etwa ein Viertel der Materialien ausmachen.

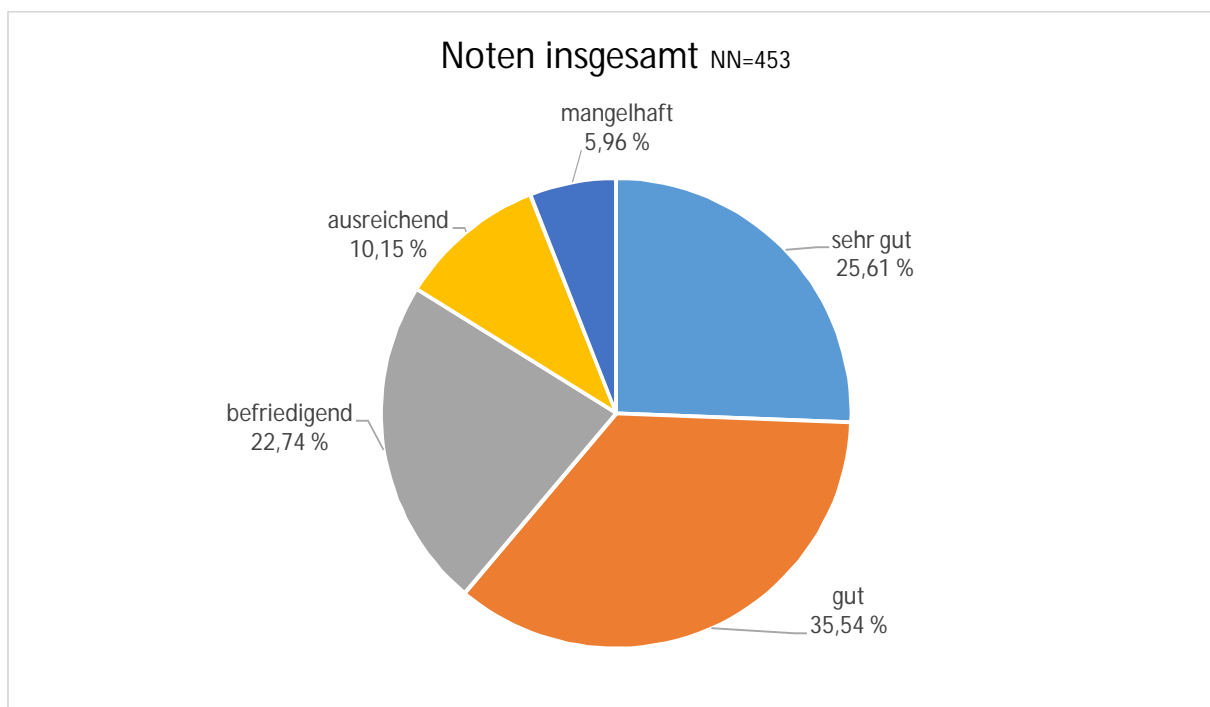
Verlagsmaterialien spielen mit zwölf Prozent eine eher untergeordnete Gruppe und Materialien aus der Gruppe „Autoren“ und „sonstige“ sind in der Stichprobe eher zu vernachlässigen.

Die Verteilung der Herausgeber innerhalb der Stichprobe kann nicht gleichgesetzt werden mit der Verteilung innerhalb des gesamten Marktes freier Unterrichtsmaterialien. Die Kriterien, die zur Auswahl der Materialien im Materialkompass geführt haben, sind unabhängig von den Herausgebern. Vielmehr lag der Fokus auf Aktualität und dem thematischen Bezug zur Verbraucherbildung.

4. Notenschlüssel im Überblick

Die Bewertung innerhalb des Bewertungsrasters findet in fünf Notenstufen von „sehr gut“ bis „mangelhaft“ statt.

Der Notenspiegel der Gesamtstichprobe (N= 453) gestaltet sich folgendermaßen:

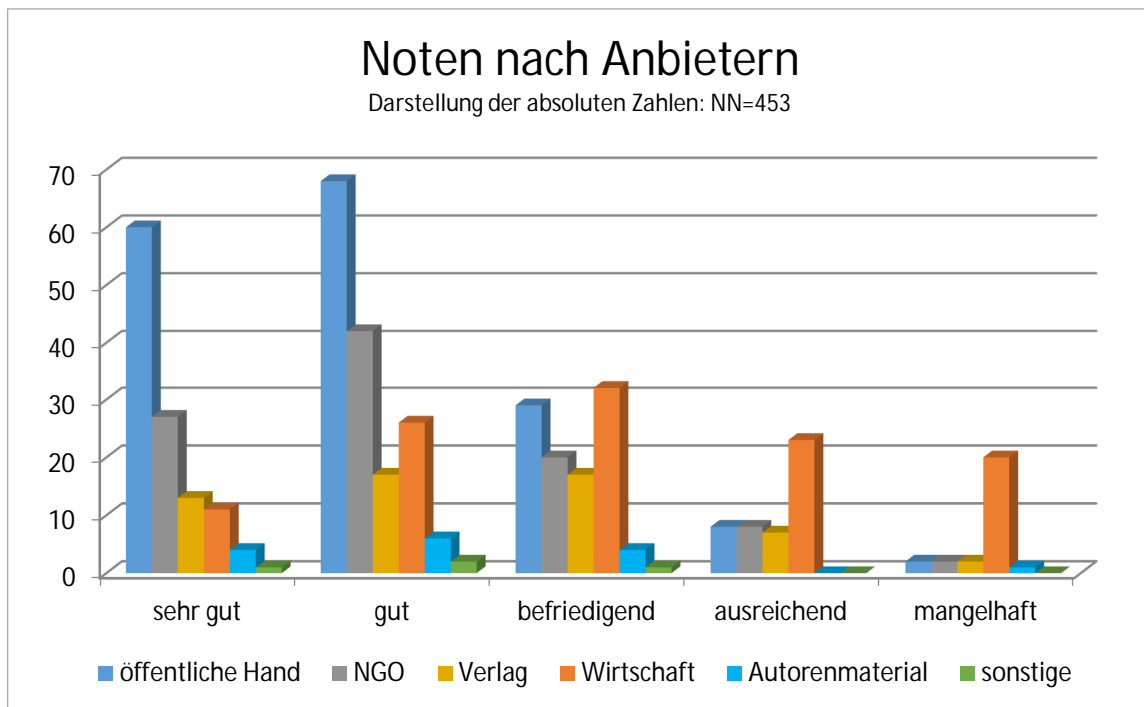


Der hohe Anteil von über 60 Prozent an Materialien, die mit „gut“ oder „sehr gut“ bewertet wurden, ist erfreulich. Hier zeigt sich, dass der überwiegende Teil die Anforderungen an fachlich ausgewogenen Informationen und zeitgemäßer didaktischer Aufarbeitung erfüllt und somit direkt im Unterricht eingesetzt werden kann.

An dieser Stelle sei noch einmal betont, dass diese Aussage nur für die Stichprobe gilt und nicht auf das gesamte Angebot an Unterrichtsmaterialien im Internet übertragen werden kann. Es liegen uns auch keine Informationen darüber vor, welche dieser Materialien tatsächlich im Unterricht eingesetzt werden.

5. Notenschlüssel der verschiedenen Herausgeber

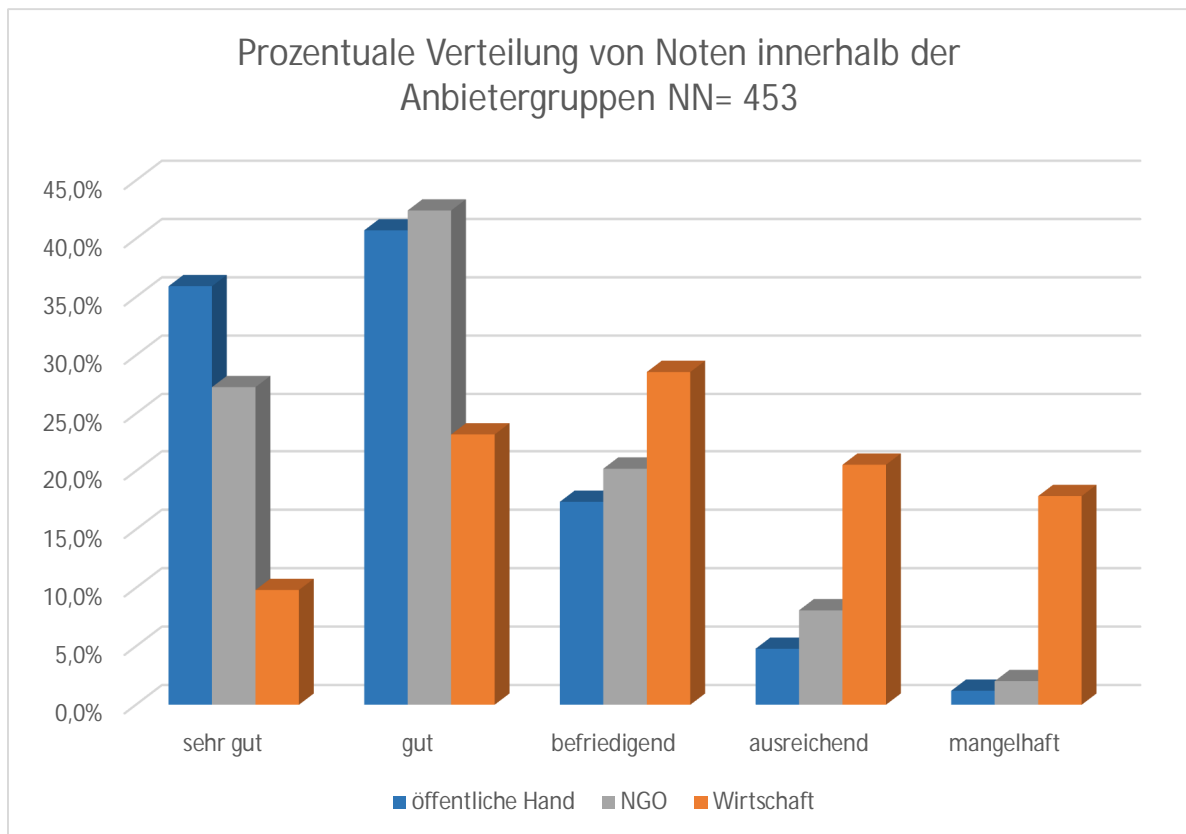
Schaut man sich an, wie sich die Herausgebergruppen innerhalb einer Note verteilen, ergibt sich folgendes Bild. Dargestellt sind hier die absoluten Zahlen.



Die absoluten Zahlen in der Übersicht:

Art der Anbieter	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft	insgesamt
<i>öffentliche Hand</i>	60	68	29	8	2	167
<i>Wirtschaft</i>	11	26	32	23	20	112
<i>NGO</i>	27	42	20	8	2	99
<i>Verlag</i>	13	17	17	7	2	56
<i>Autorenmaterial</i>	4	6	4	0	1	15
<i>sonstige</i>	1	2	1	0	0	4
insgesamt	116	161	103	46	27	453

Und hier die Übersicht der drei Hauptherausgebergruppen in prozentualer Darstellung:



Der Vergleich zeigt, dass es große Unterschiede innerhalb der Herausgebergruppen gibt.

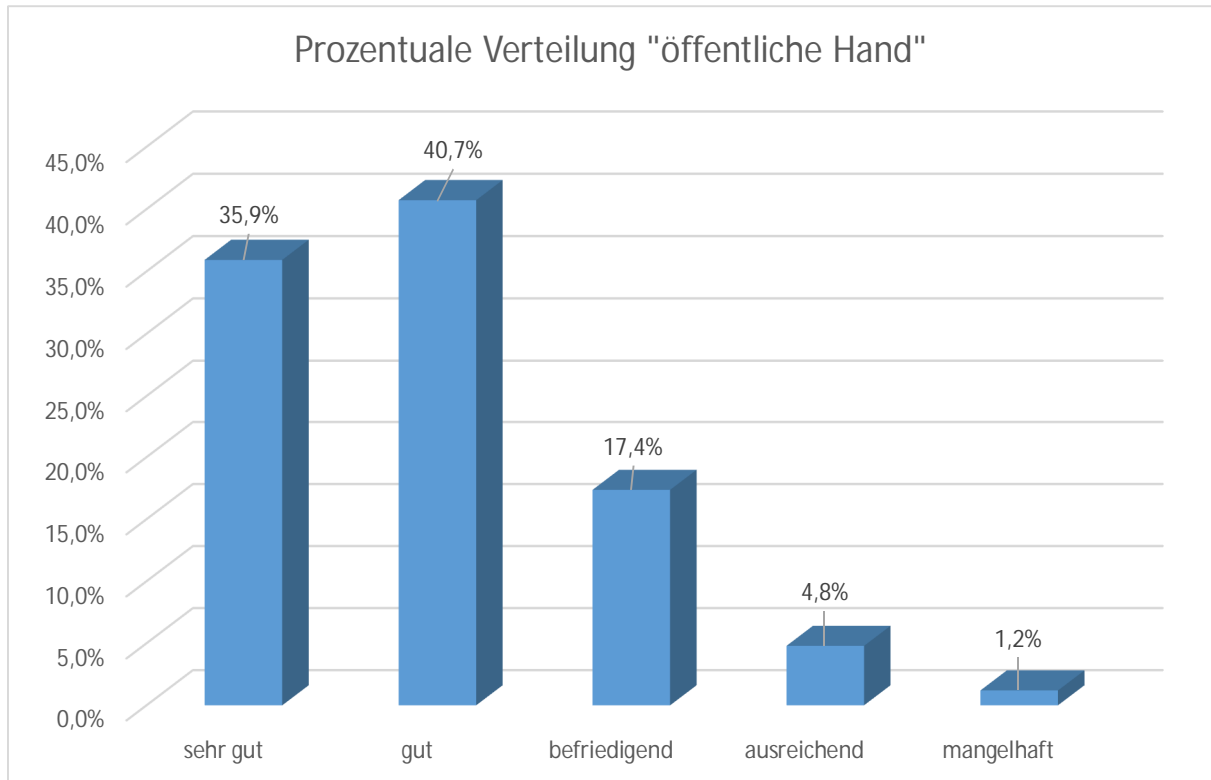
Während im Mittelfeld die Anbieter nur kleine Unterschiede aufweisen, zeigen sich in den Bereichen der sehr guten oder mangelhaften Bewertungen eindeutige Tendenzen. Erwartungsgemäß schneiden Materialien aus der Gruppe „Öffentliche Hand“ insgesamt am besten ab. Aber auch NGOs weisen eine Tendenz zu überdurchschnittlich qualitativ guten Materialien auf, während jene aus der Wirtschaft zu unterdurchschnittlicher Qualität neigen.

Eine allgemeine Aussage zu Autoren- und Verlagsmaterialien kann wegen der geringen Stichprobe nicht gemacht werden.

Um die Unterschiede der drei Hauptherausgebergruppen deutlicher herauszustellen, werden die „öffentliche Hand“ mit 167 Materialien, „NGO“ mit 99 und „Wirtschaft“ mit 112 Materialien nachfolgend noch einmal genauer betrachtet.

5.1. Öffentliche Hand

Im folgenden Diagramm ist die Notenverteilung innerhalb der Herausgeberkategorie „öffentliche Hand“ in Prozent dargestellt.



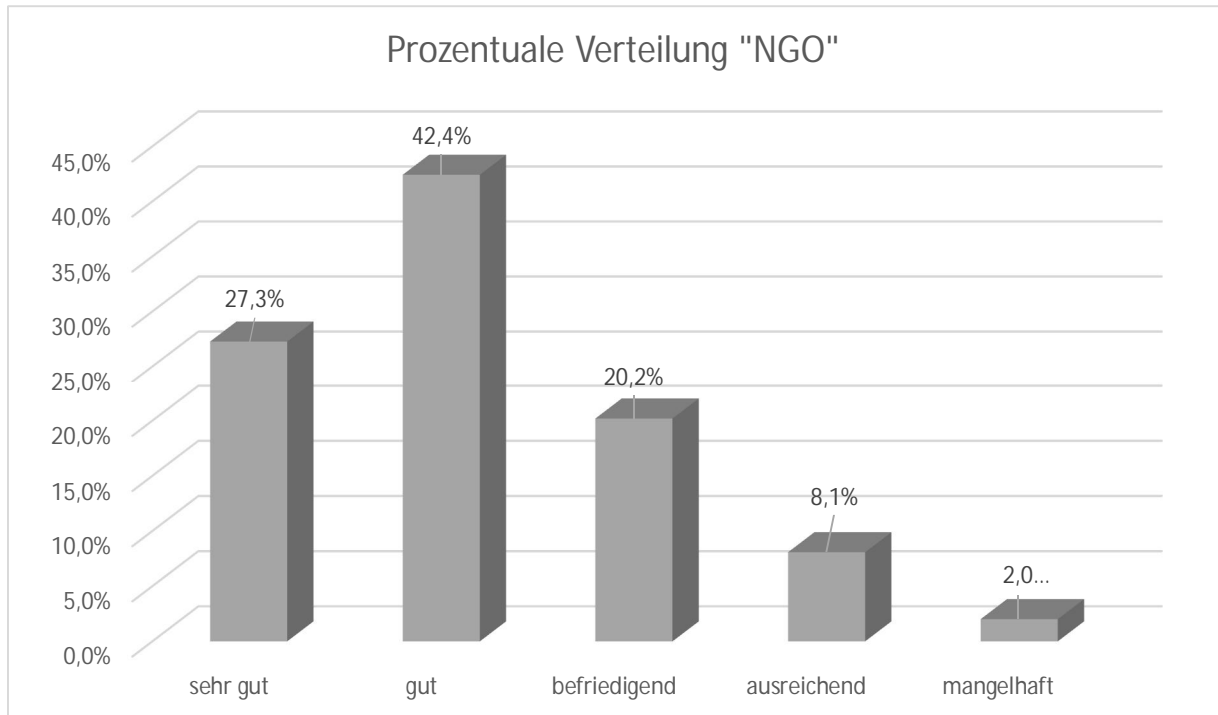
Über 75 Prozent der Materialien können mit „sehr gut“ oder „gut“ bewertet werden, während nur etwa ein Prozent die Note „mangelhaft“ erhält.

Die Inhalte sind in der Mehrzahl sachrichtig, ausgewogen und interessensneutral dargestellt. Sie entsprechen zum überwiegenden Teil dem aktuellen Stand moderner Methodik und Didaktik.

Das Ergebnis verwundert nicht, da öffentliche Institutionen in der Regel keine eigenen Interessen verfolgen und hinter dem staatlichen Bildungsauftrag stehen.

5.2 NGO

Im folgenden Diagramm ist die Notenverteilung innerhalb der Herausgeberkategorie „NGO“ in Prozent dargestellt.



Das Ergebnis der Herausgeber-Kategorie „NGO“ überrascht positiv. Die Arbeitsthese, dass Materialien von Interessensverbänden sich durch einseitige Sachdarstellungen oder lobbyistischen Sprachgebrauch auszeichnen, wurde nicht bestätigt. Im Gegenteil: Knapp 70 Prozent wurden mit „sehr gut“ und „gut“ bewertet, 20 Prozent erhielten ein befriedigendes Ergebnis, acht Prozent waren „ausreichend“ und nur zwei Prozent mussten mit „mangelhaft“ bewertet werden.

Die mit „gut“ bewerteten Materialien zeichnen sich dadurch aus, dass sie den Sachgegenstand korrekt und im richtigen Kontext darstellen, kontroverse Diskussionen anregen, verschiedene Perspektiven einnehmen sowie seriöse Recherchequellen nennen – und das trotz eindeutiger Interessen der Herausgeber. Meist werden moderne und zeitgemäße Methoden verwendet.

Bei den mit „ausreichend“ beurteilten Materialien gelingt das weniger. Sie sind meist didaktisch nicht gut aufbereitet und bei den „mangelhaften“ Materialien stehen ideologische Aspekte derart stark im Vordergrund, dass der Sachgegenstand verzerrt dargestellt wird. Im Einzelnen lassen sich auch noch andere Gründe für schlechte Benotungen finden, die aber wegen der kleinen Stichprobe keine Allgemeingültigkeit haben.

Beispiel: Veggie-Führerschein von PETA Deutschland e.V.

Exemplarisch sei hier der „Veggie-Führerschein 6-11“⁶ der Tierschutzorganisation PETA genannt. Das Material gibt vor, „Informationen über Ernährung in Bezug auf Ethik, Nachhaltigkeit, Gesundheit und Welthunger [...] altersgerecht“ zu vermitteln. Es verspricht, „neue Fähigkeiten und Kenntnisse zum Thema "Veggie-Ernährung bei Kindern und Jugendlichen" zu fördern, die ein selbst- und verantwortungsbewusstes Leben ermöglichen.“⁷

Das Bewertungsteam kommt allerdings zu anderen Schlüssen. In der Beurteilung heißt es unter anderem: „Das Material enthält sehr radikale Aussagen und ist extrem einseitig formuliert. Die Schüler/innen können sich so kein eigenes Urteil bilden. Das Material vermittelt kein korrektes Ernährungswissen, die Schüler/innen können so in diesem Gebiet keine Kompetenzen erwerben. Selbst im Bereich "Nachhaltigkeit" können die Schüler/innen auf Grundlage des Materials keinen nachhaltigen Lebensstil entwickeln. Das Thema wird sachlich unvollständig und falsch vermittelt. Pauschale Aussagen wie: "Gemüse ist nachhaltiger" (Seite 32) oder "Veganismus ist gesund" (Seite 24) sind nicht zielführend.“⁸

Beispiel: „Klimaschutz und Wohnen“ des Deutschen Mieterbundes e.V.

Das Grundschulmaterial wurde mit „sehr gut“ beurteilt, weil es gelingt, eine altersgerechte Auseinandersetzung mit den Themen Klimawandel und Energie anzuregen. Außerdem knüpft es an die Lebenswelt der Schüler/-innen an und trägt dazu bei, sie für eine handlungsorientierte Herangehensweise zu sensibilisieren.

Es werden sowohl fossile Brennstoffe, Atomenergie, erneuerbare Energien als auch Bio-Energie und Erdwärme thematisiert. Diverse weiterführende Quellen und die abwechslungsreiche und sinnstiftende didaktische Aufbereitung machen das Material zu einem guten Baustein für den Unterricht.

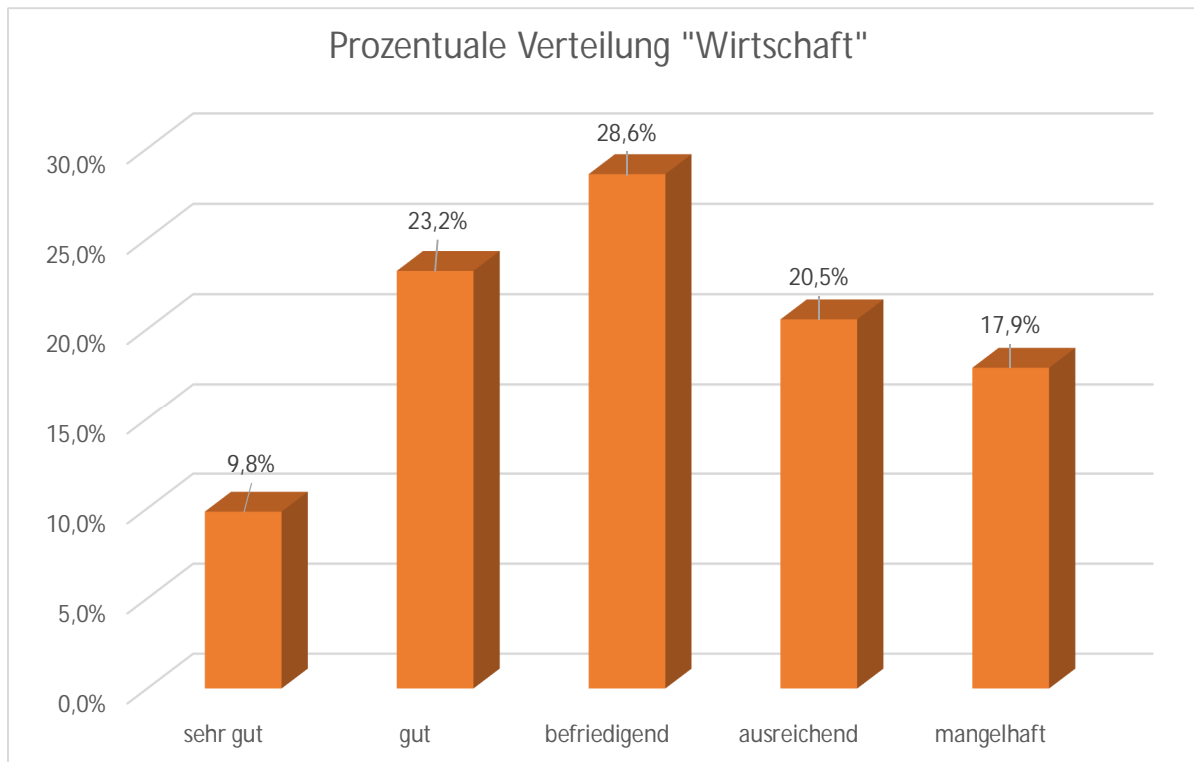
⁶ Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Bewertung Veggie-Führerschein 6-11, 08.05.2013, Zugriff: 10.12.2013, <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass4263.html>

⁷ Weick, Sabine: Veggie-Führerschein: Wir lernen eine gesunde, tierfreundliche und nachhaltige Ernährung“, PETA Deutschland e.V., Zugriff 10.12.2013, <http://www.petakids.de/veggiefuehrerschein>

⁸ Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Bewertung Veggie-Führerschein 6-11, 08.05.2013, Zugriff: 10.12.2013, http://bewertungen.materialkompass.de/2013-03-28-id_171_veggie_fuehrerschein_6_11_peta_deutschland_e_v_.pdf

5.3 Wirtschaft

Im folgenden Diagramm ist die Notenverteilung innerhalb der Herausgeberkategorie „Wirtschaft“ in Prozent dargestellt.



Die Ergebnisse der Herausgeber-Kategorie „Wirtschaft“ sind eher heterogen. Mit einem knappen Drittel ist die Note „befriedigend“ am stärksten vertreten. Insgesamt ein Drittel der Materialien erhalten ein „sehr gutes“ oder „gutes“ Ergebnis. Die Noten „ausreichend“ und „mangelhaft“ sind mit 38,4 Prozent vertreten.

Die Differenz zu den beiden anderen Herausgebergruppen ist deutlich: Während die Gruppe „öffentliche Hand“ und die NGOs überwiegend „sehr gute“ und „gute“ Materialien veröffentlichen, ist der größte Anteil der Kategorie „Wirtschaft“ im unteren Teil des Notenspiegels angesiedelt.

Hier wurden 20 Prozent der Materialien als „ausreichend“ bewertet. Das sind mehr als doppelt so viele Materialien wie bei den NGOs und mehr als viermal so viele wie bei der öffentlichen Hand.

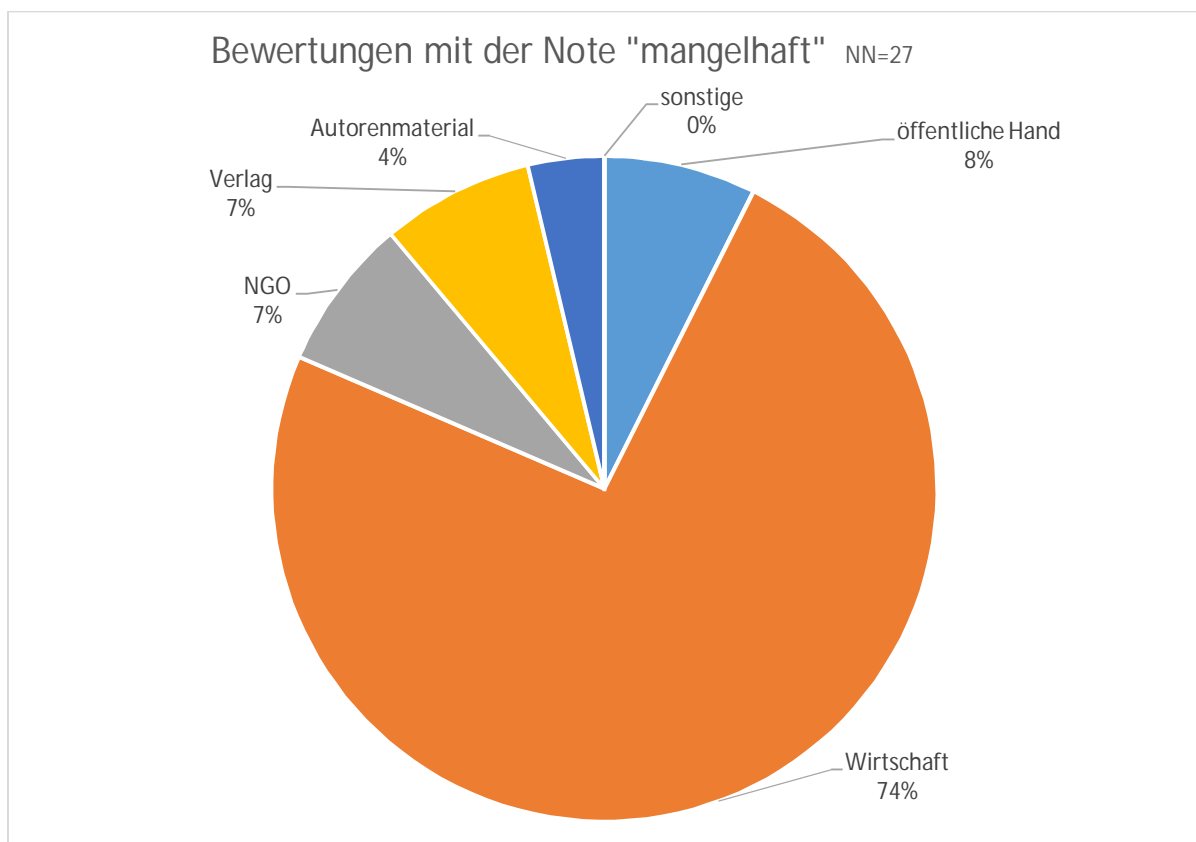
Bei den „mangelhaften“ Materialien ist die Qualitätskluft noch größer: Die Materialien der öffentlichen Hand wurden nur in gut einem Prozent der Fälle mit „mangelhaft“ bewertet. Bei der Wirtschaft war fast ein Fünftel der Materialien „mangelhaft“.

Die Gründe dafür sind vielschichtig: Die schlecht bewerteten Materialien weisen Mängel in verschiedenen Bereichen auf. Oft werden Sachverhalte nicht objektiv dargestellt. Es kommt zu verkürzten oder einseitigen Darstellungen, wenn die Herausgeber bestimmte Interessen verfolgen. Thematisch haben sie oft einen zu engen Fokus, die Unternehmenssicht steht zu sehr im Vordergrund oder es wird durch positive Darstellungen versucht, ein ganzes Branchenimage zu verbessern. Materialien, die mit „mangelhaft“ bewertet wurden, erhielten teilweise auch eine Abwertung, weil sie offene

Produkt- oder Markenwerbung enthalten oder durchgehend verzerrte oder verkürzte Darstellungen im Text vorhanden sind.

Schlecht bewertete Materialien sind oft auch didaktisch unzureichend aufbereitet. Die gewählten Methoden sind dem Lerngegenstand unangemessen, so dass fraglich ist, ob das Lernziel mit der gewählten Art der Vermittlung erreicht werden kann. Oft werden keine verschiedenen Sozialformen berücksichtigt, oder das Material ist rein wissens- und nicht kompetenzorientiert. Letzteres ist aber gerade für die Verbraucherbildung enorm wichtig, um Kinder und Jugendliche in die Lage zu versetzen, reflektierte und für sie sinnvolle Kaufentscheidungen zu fällen.

Betrachtet man alle mit „mangelhaft“ bewerteten Materialien und schaut sich die Verteilung der Herausgeberkategorien an, wird das große Ungleichgewicht noch augenscheinlicher:



Obwohl die „Wirtschaft“ nur 25 Prozent aller untersuchten Materialien herausgibt, ist sie mit 74 Prozent innerhalb der Note „mangelhaft“ vertreten.

An drei Beispielen sei erläutert, wo die Kritikpunkte liegen:

„Wirtschaft und Finanzen live⁹“ – ein Material der Deutschen Bank

Dieses Bildungsangebot der Deutschen Bank Privat- und Geschäftskunden AG wurde mit „mangelhaft“ bewertet. Es bildet zwar ein breites Themenspektrum ab, jedoch ist ein Kompetenzzuwachs bei den Schülerinnen und Schülern kaum zu erwarten. Die Themen sind rein wissensorientiert aufgebaut, sehr abstrakt dargestellt und wenig handlungsorientiert.

Die Schüler/-innen werden überwiegend in ihrer Rolle als Bankkunden angesprochen ohne sie allerdings in die Lage zu versetzen, Zusammenhänge wirklich zu verstehen oder kritisch zu hinterfragen.

Das Bewertungsteam des Materialkompasses kritisiert außerdem, „dass das Material nur in Verbindung mit dem Referentenbesuch eines Mitarbeiters der Deutschen Bank im Unterricht erhältlich ist. Diese Einschränkung – in Verbindung mit der Informationsselektion auch im Bereich der Problemlösungen (z. B. private kapitalgedeckte Altersvorsorge als einzige tragfähige Lösung des Rentenproblems) – verstärkt eine asymmetrische Rollenzuweisung (Bankkunde-Bankfachmann), gleichzeitig kann auf diese Weise ein multiperspektivischer problem- und kompetenzorientierter Unterricht nicht realisiert werden.“

Dass „Experten/-innen“ aus Firmen in die Schulen kommen und dort den Unterricht gestalten, ist kein Einzelfall. So schickt beispielsweise die „My Finance Coach“-Stiftung, gegründet von der Allianz-Versicherung, der Unternehmensberatung McKinsey & Company und der Marketing-Agentur Grey, Versicherungsvertreter mit den hauseigenen Unterrichtsmaterialien in die Schulen. Diese informieren dort die Schüler/-innen über Finanzanlagen oder Versicherungen.

Neben der – in diesem Fall – nur „ausreichenden“ Qualität der Materialien, liegt die Kritik im unmittelbaren Zugriff der Unternehmensmitarbeiter/-innen auf die Schülerschaft. Ob hier objektiv und interessensneutral informiert wird, darf zumindest bezweifelt werden.

Auch die sogenannten „Geldlehrer“¹⁰ arbeiten mit der Möglichkeit der direkten Einflussnahme. In diesem Fall handelt es sich um freie Finanzdienstleister, die den Kindern „Geldunterricht“ erteilen, der für die Schulen kostenfrei ist. Im Gegenzug verpflichten sich die Schulen, für mindestens zwei positive Artikel in der lokalen Presse über den jeweiligen Finanzdienstleister zu sorgen. Wenn dann noch die Schüler/-innen mit der Aufgabe nach Hause kommen, den Rentenbescheid der Eltern nachzurechnen und – bei einem vielleicht ernüchternden Ergebnis – die Visitenkarte des Geldlehrers auf dem Tisch liegt, ist klar, wohin die Eltern sich bei der nächsten Finanzberatung wenden sollen.

Das es auch anders geht, zeigt das Institut für Finanzdienstleistungen (iff), das mit seinem Unterrichtsmaterial „Wissen rechnet sich“ bei der Bewertung ein gutes Ergebnis erhielt.

⁹ Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Bewertung Wirtschaft und Finanzen live!, 23.07.2013, Zugriff 10.12.2013, <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass4407.html>

¹⁰ Siehe Geldlehrer Deutschland e.V., Zugriff 10.12.2013, www.geldlehrer.de

„Wissen rechnet sich“¹¹ vom Institut für Finanzdienstleistungen (iff)

Dieses mit finanzieller Hilfe der Deutschen Bank Stiftung erstellte Material erklärt verständlich und altersgerecht die wichtigsten Begriffe, regt zur Reflexion über eigene Verhaltensweisen, Wünsche und Risiken an und erreicht die Jugendlichen durch realitätsnahe Fallbeispiele. Auch praktische Hilfestellungen bei der Planung und Strukturierung der eigenen Finanzen werden behandelt und auf Beratungsangebote, wie z. B. die Schuldnerberatung, hingewiesen. Didaktisch sind die Materialien vielseitig und kompetenzorientiert aufbereitet. Ein ausführlicher didaktischer Kommentar für Lehrkräfte erleichtert den Einsatz im Unterricht.

Der einfache Schluss vom Herausgeber auf die Qualität von Unterrichtsmaterialien führt also in die Irre. Ein genauer Blick auf Inhalte und Methoden ist in jedem Fall wichtig und notwendig.

Dass sogar Materialien ein und desselben Herausgebers sehr unterschiedlich benotet werden können, zeigt das folgende Beispiel:

Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV)

So wurde das Unterrichtsmaterial „Soziale Netzwerke“¹² aufgrund seiner Kontroversität und Handlungsorientierung von den Experten/-innen des Materialkompasses mit „sehr gut“ bewertet und „kein negativer Einfluss auf den Inhalt des Materials“ festgestellt. Dem gegenüber bescheinigen die Fachleute dem Material „Gesundes Frühstück – gesundes Pausenbrot“¹³ vom selben Herausgeber nur eine mangelhafte Qualität. Es weist zwar didaktisch interessante Ansätze auf, enthält aber inhaltlich grobe, fachliche Mängel. So werden pauschale Aussagen über die Ursachen von Fettleibigkeit gemacht oder Lebensmittel per se in „gesund“ und „ungesund“ eingeteilt, was nicht dem gegenwärtigen Stand der Ernährungsbildung entspricht.

Auch bei anderen Herausgebern sind Unterschiede in der Qualität der einzelnen Materialien zu erkennen.

Die insgesamt hohe Anzahl an schlechten und sehr schlechten Materialien innerhalb dieser Herausgeberkategorie zeigt aber, dass beim Gebrauch Vorsicht geboten ist. Werbliche und wirtschaftliche Interessen der Herausgeber schlagen sich negativ auf die Qualität nieder.

¹¹ Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Bewertung Wissen rechnet sich, 23.05.2013, Zugriff 10.12.2013, <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass4303.html>

¹² Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Bewertung Soziale Netzwerke, 24.04.2013, Zugriff 10.12.2013 <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass4202.html>

¹³ Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Bewertung Gesundes Frühstück, gesundes Pausenbrot, 24.07.2013, Zugriff 10.12.2013 <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass4410.html>

6. Resultate

Die Analyse der 453 Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung zeigt, dass es viele gute Materialien gibt, die Lehrkräfte beim Unterrichten unterstützen. Sie zeigt aber gleichzeitig, dass es notwendig ist, die Medien vorher genau unter die Lupe zu nehmen und auf eventuelle Schwachpunkte hin abzuklopfen.

Was methodische und didaktische Schwächen angeht, sind die Lehrkräfte selbst Experten/-innen und können rasch beurteilen, ob oder wie sie ein Material einsetzen können. Bei der fachlichen Beurteilung stehen viele besonders im Bereich Verbraucherbildung vor dem Problem, dass die Themen fachfremd unterrichtet werden und die Lehrkräfte keine explizite Ausbildung in diesem Bereich haben. Dadurch sind sachliche Ungenauigkeiten oder Auslassungen für sie nicht immer auf den ersten Blick erkennbar. Zudem setzen die schnellen Entwicklungen, gerade im Bereich der Medienkompetenz oder beim rechtlichen Verbraucherschutz, Lehrkräfte unter einen zunehmenden Aktualitätsdruck, dem sie durch eigene Recherchen standhalten müssen.

Wie die Auswertung der im Materialkompass bewerteten Medien zeigt, ist erhöhte Vorsicht geboten, wenn die Herausgeber aus der Wirtschaft oder aus wirtschaftsnahen Institutionen oder Verbänden kommen. Sie zeichnen sich überproportional oft durch interessengeleitete oder einseitige Informationen aus. Über die Materialien wird versucht, bestimmte Branchen in einem guten Licht darzustellen, Kritikpunkte zu verschweigen oder einfach Produktwerbung zu machen. Wie weit dieser „Lobbyismus an Schulen¹⁴“ geht, wird auch eindrücklich in einem gleichnamigen Diskussionspapier deutlich, das von LobbyControl im April 2013 veröffentlicht wurde. Hier wird gezeigt, wie private Geschäftsinteressen mit dem öffentlichen Bildungsauftrag vermischt werden und über sogenanntes „Deep Lobbying“ Meinungsmache betrieben wird, um mittel- und langfristig auf das politische Klima einzuwirken.

Diese Phänomene bestätigen sich auch in einigen der vom vzbv untersuchten Materialien.

Die Volkswagen AG arbeitet beispielsweise in dem Material „Mobil im Klimaschutz“¹⁵ mit dem Weglassen wichtiger Informationen. So wird im Vorwort suggeriert, dass sich das Material mit nachhaltiger Mobilität beschäftigt, thematisiert werden dann aber nur der Auto- und Flugverkehr. In der Expertenbewertung heißt es dazu: „Generell merkt man dem Material deutlich an, wer es bezahlt und herausgegeben hat. So werden Gründe für die gegenwärtige, nicht nachhaltige Mobilität nur unzureichend thematisiert. Die aufgeführten Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen vernachlässigen viele Instrumente, die nicht im Sinne der Automobilindustrie sind.“

Ähnlich verfährt der Bundesverband Braunkohle mit seinem Material „Braunkohle im Energiemix“. Es stellt zwar ausführliche Sachinformationen zur Verfügung, wenn es aber um die Darstellung der Problematiken im Kohleabbau geht, sind diese eindeutig von den Interessen des Herausgebers geprägt.

¹⁴ Kamella, Felix, LobbyControl (Hrsg.): Lobbyismus an Schulen. Ein Diskussionspapier über Einflussnahme auf den Unterricht und was man dagegen tun kann, 2013, siehe auch: Kamella, Felix: Jetzt veröffentlicht: Diskussionspapier zu Lobbyismus an Schulen, 30.04.2013, Zugriff am 10.12.2013, <https://www.lobbycontrol.de/2013/04/jetzt-veroeffentlicht-diskussionspapier-zu-lobbyismus-an-schulen/>

¹⁵ 15. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Bewertung Mobil im Klimaschutz, 23.09.2011, Zugriff 10.12.2013, <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass2196.html>

Die Firma Tetra Pak hat gleich eine ganze Reihe an Unterrichtsmaterialien für die Primar- und die Sekundarstufe herausgegeben, die allesamt mit „mangelhaft“ bewertet wurden. Auf Arbeitsblättern zum Thema „Gesunde Ernährung“ werden Tetra Pak-Verpackungen mit der Identifikationsfigur „Joe Clever“ abgebildet und im Material über „Recycling“ werden die Schüler/-innen explizit dazu aufgefordert, mit „Tetra Pak Getränkekartons“ zu basteln. Das eigentliche Thema Recycling wird dann nur am Rande erwähnt und den Kindern als einfacher Vorgang aus Sortieren, Zerkleinern, Waschen und Wiederverwerten verkauft. Dass das Recyceln von Verbundverpackungen in der Realität sehr energieaufwändig ist, die Herstellung ressourcenstark und durch den Aluminiumanteil extrem umweltbelastend ist, wird mit keinem Wort erwähnt.

Es bleibt also festzuhalten, dass die Qualität von Unterrichtsmaterialien häufig stark leidet, sobald kommerzielle Interessen ins Spiel kommen.

Deshalb ist es notwendig, ein bildungspolitisches Klima zu schaffen, in dem klare Regeln und Grenzen für die Einflussnahme außerschulischer Partner auf das Unterrichtsgeschehen definiert und durchgesetzt werden. Das in vielen Bundesländern im Schulgesetz verankerte „Werbeverbot an Schulen“ muss konsequent umgesetzt werden.

Außerdem ist es wichtig, Lehrkräfte und Schulleitungen zu sensibilisieren und so bei Lehrenden ein Bewusstsein für diese Problematik zu schaffen und sie bei der zeitaufwändigen Auseinandersetzung mit dem Thema zu unterstützen.

Mit dem Materialkompass Verbraucherbildung hat der vzbv ein Instrument geschaffen, das etwas Licht ins Dunkel der Meinungsmache in Unterrichtsmaterialien bringt. Dies reicht aber bei weitem nicht aus, um dem Lobbyismus an Schulen effektiv zu begegnen. Vielmehr muss die Eindämmung interessengeleiteter Einflussnahme an Schulen als gesamtgesellschaftliche und auch politische Aufgabe gesehen werden, in der Maßnahmen auf allen Ebenen sinnvoll koordiniert und besser unterstützt werden. Werbung, kommerzielle Interessen und Meinungsmache haben an Schulen nichts zu suchen. Schule ist ein Ort der Bildung und ein Schutzraum für die Schülerinnen und Schüler, in dem kontroverse Meinungen dargestellt und diskutiert werden. Er darf nicht für privatwirtschaftliche Interessen missbraucht werden.

7. Impressum

Herausgeber

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv
Projekt Materialkompass Verbraucherbildung
Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin
Tel.: (030) 258 00 - 0
Fax: (030) 258 00 - 218

Autorin

Tatjana Bielke

Mitarbeit

Mathias Reckmann

30. Januar 2014

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages