

Lobbyismus im Klassenzimmer

Sendefähiger Audiobeitrag zur verbraucherpolitischen Veranstaltung des vzbv am 21. November 2016

Immer mehr Unternehmen engagieren sich an Schulen und unterstützen den Unterricht mit Materialien, Projekten und Veranstaltungen. Welche Probleme und Risiken der Lobbyismus mit sich bringt – das diskutierten Expertinnen und Experten am 21. November 2016 auf der Fachtagung Verbraucherbildung des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) in Berlin.

Laut einer repräsentativen Forsa-Umfrage im Auftrag des vzbv wünschen sich 70 Prozent der Lehrkräfte ein Qualitätssiegel, das Unterrichtsmaterialien von Anbietern aus der Wirtschaft verlässlich beurteilt. Mit dem [Materialkompass](#) stellt der vzbv bereits ein bewährtes Instrument zur Verfügung, welches Lehrmaterial auf seine Eignung für den Unterricht prüft.

Link zu weiterführenden Informationen auf vzbv.de:

<http://www.vzbv.de/pressemitteilung/verbraucher-vermissen-lebensnahen-schulunterricht>

O-Töne von

- **Stefan Dierks, Tchibo GmbH**
- **Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv)**
- **Rosemarie Hein, MdB, Die Linke**
- **Thomas Schmidt, Robert Blum Gymnasium Berlin**
- **Ulrike von der Lüche, Vorstand der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz**
- **Gitta Connemann, stellvertr. Vorsitzende CDU/CSU Bundestagsfraktion**

Unternehmen gehen gerne in die Schule. Nicht, um dort etwas zu lernen, sondern um Unterrichtsmaterialien zu verteilen, Vorträge zu halten oder Projekte zu sponsern. Ein Viertel aller Lehrkräfte hat schon einmal Unterrichtsmaterialien aus der Wirtschaft verwendet. Das ist ein Ergebnis einer repräsentativen Forsa-Umfrage im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv). Von den Lehrkräften, die solche Materialien zwar gesehen, aber nicht eingesetzt haben, sind 38 Prozent der Meinung, sie seien einseitig oder werbend. Ein Vorwurf, den Stefan Dierks von der Tchibo GmbH zurückweist. Er hat schon an vielen Schulen über Nachhaltigkeit diskutiert:

O-Ton 1: Stefan Dierks

0:14 min

Wir halten uns mit Produktwerbung oder ähnlichem komplett aus Schulen und sonstigen Bildungsinstitutionen heraus. Aber nichtsdestotrotz liegt es natürlich auch in unserem Interesse, das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum insgesamt zu fördern.

Rosemarie Hein, Bundestagsabgeordnete der Partei Die Linke, vermutet andere Motive und verweist darauf, dass ihre Partei im Bundestag einen Antrag gegen Lobbyismus im Klassenzimmer gestellt hat:

O-Ton 2: Rosemarie Hein

0:24 min

Uns ist bewusst gewesen, dass es hier eine Gradwanderung gibt. Auf der einen Seite wollen wir die Öffnung der Schule in die Gesellschaft, auf der anderen Seite merken wir immer mehr, dass Unternehmen natürlich ihre ureigenen Interessen in die Schulen hineinragen, weil sie eine bestimmte Bildung wollen in ihrem Interesse und weil sie natürlich wollen, dass ihre Interessen in die Verbraucherbildung auch hineinfließen.

Klaus Müller, Vorstand des vzbv, ist nicht prinzipiell gegen ein Engagement von Unternehmen in der Schule:

O-Ton 3: Klaus Müller

0:20 min

Nein gar nicht, wenn das transparent geschieht und immer in der nötigen Kontroverse. Das heißt, ich glaube Schüler lernen am besten, wenn sie merken, da ringen zwei Vertreter zum Beispiel eines Versicherungskonzerns und eines Finanzexperten einer Verbraucherzentrale miteinander, ob Lebensversicherungen heute noch eine wirklich kluge Entscheidung sind, wenn ich 16, 17, 18, 19 Jahre alt bin, oder vielleicht eher nicht.

Um die Schulen bei der Beurteilung von Materialien aus der Wirtschaft zu unterstützen, hat der vzbv den Materialkompass herausgegeben, in dem Unterrichtsmaterialien, die von der Wirtschaft kommen, auf ihre Unbedenklichkeit geprüft werden. Thomas Schmidt, Lehrer am Robert Blum Gymnasium in Berlin und Mitglied der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft unterscheidet dabei zwischen Anschauungsmaterialien und Unterrichtsvorlagen:

O-Ton 4: Thomas Schmidt

0:24 min

Wenn klar ist, - das ist jetzt ein Material von Daimler Benz, was einen bestimmten Standpunkt vertritt, - das ist jetzt ein Material vom BUND, was einen bestimmten Standpunkt vertritt und das klar ist, dann kann man das konfrontieren. Wenn aber etwas mit dem Anspruch einer Unterrichtseinheit daherkommt, wo man drin stehen hat, so kann man den Unterricht machen, dann ist es problematisch und dann brauchen wir den Kompass.

Auch die Forsa-Umfrage zeigt, dass die überwiegende Mehrheit der Lehrkräfte ein Qualitätssiegel begrüßen würde. Darauf verweist Ulrike von der Lüche, Vorstand der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz und Vorstand der Deutsche Stiftung Verbraucherschutz:

O-Ton 5: Ulrike von der Lüche

0:26 min

Die Lehrer sehen sich natürlich schon in der Lage, das zu bewerten, aber sie sagen sich, das kostet uns einfach viel Zeit und wir hätten gerne, so wie es der Materialkompass macht, klare Hinweise, sind die Materialien geeignet, und zwar in mehrfacher Hinsicht: Natürlich einmal fachlich, einmal natürlich auch methodisch didaktisch und dann natürlich auch, wie ist die Darstellung.

Die Anzahl der Materialien, die derzeit von der Wirtschaft und anderen Akteuren für den Schulunterricht aufbereitet werden, schätzt Rosemarie Hein von Die Linke auf 800.000. Die 800 geprüften Materialien des Materialkompass wären dagegen

verschwindend wenig, so Rosemarie Hein. Das jedoch spricht nicht gegen den Materialkompass, sagt Gitta Connemann, stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU Bundestagsfraktion:

O-Ton 6: Gitta Connemann

0:24 min

Ich finde auch überhaupt nicht schwierig zu sagen, es sind bislang nur 800 Materialien und wir haben 800.000. Es ist ein Anfang und es ist ein Gradmesser, an dem ich mich orientieren kann. Es ist eine Hilfe für Lehrerinnen und Lehrer, und am Ende gebe ich damit auch ein Stückchen Orientierung, denn wir werden sicherlich niemals alle Materialien, niemals alle Unterlagen durchprüfen können.

In den meisten Bundesländern gibt es bereits klare Regelungen für das Engagement der Wirtschaft in Schulen, das betrifft vor allem das Verbot von Werbung. Um diese Regelungen auch durchsetzen zu können, müssen die Lehrerinnen und Lehrer gestärkt werden. Der Materialkompass des Verbraucherzentrale Bundesverbands kann dazu beitragen.

Autor: Erich Wittenberg

22. November 2016

Kontakt

Verbraucherzentrale Bundesverband
Stabsstelle Kommunikation
Markgrafenstraße 66
10969 Berlin
online@vzbv.de