

## Privatisierungsreport – 15

### Propaganda und Produktwerbung. Wie Unternehmen mit kostenlosen Unterrichtsmaterialien Einfluss auf Schulen ausüben



**Impressum**

Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft  
Hauptvorstand  
Verantwortlich: Dr. Ilka Hoffmann  
Autor: Matthias Holland-Letz  
Redaktion: Martina Schmerr, Susanne Hemmerling  
Reifenberger Str. 21  
60489 Frankfurt  
Tel: 069/78973-0  
Fax: 069/78973-202  
info@gew.de  
www.gew.de

Illustrationen: Thomas Pläßmann  
Gestaltung, Grafik und Satz: Karsten Sporleder  
Druck: Druckerei Leutheußer

ISBN: 978-3-944763-01-9  
Dezember 2013

Die Broschüre erhalten Sie im GEW-Shop  
([www.gew-shop.de](http://www.gew-shop.de), E-Mail: [gew-shop@callagift.de](mailto:gew-shop@callagift.de), Fax: 06103-30332-20),  
Mindestbestellmenge: 10 Stück, Einzelpreis: 2,00 Euro. Preise zzgl. Verpackungs- und  
Versandkosten (siehe [www.gew-shop.de](http://www.gew-shop.de)).

Artikel-Nr.: 1526  
Einzelexemplare können Sie anfordern unter: [broschueren@gew.de](mailto:broschueren@gew.de),  
Fax: 069/78973-70161. Einzelpreis 3,00 Euro inkl. Versandkosten.

## Propaganda und Produktwerbung. Wie Unternehmen mit kostenlosen Unterrichtsmaterialien Einfluss auf Schulen ausüben

Vorwort	7
<b>I. Fallbeispiele I</b>	<b>11</b>
<b>1.1 Schokoladenwerbung in Grundschulen – Lehrmaterial von Ritter Sport</b>	<b>11</b>
<b>1.2 „...mit hoher manipulativer Qualität“: Das Lernmaterial „Güterverkehr. Wirtschaft und Nachhaltigkeit im Unterricht“</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Produkt- und Firmenwerbung – Roche Diagnostics GmbH sponsert Unterrichtsmaterial</b>	<b>12</b>
<b>2. Warum Unternehmen und Wirtschaftsverbände in die Schulen drängen</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Produktwerbung</b>	<b>15</b>
<b>Kasten 1: Produktwerbung laut Schulgesetz verboten</b>	<b>15</b>
<b>2.2 Rekrutierung von Nachwuchskräften, politische Propaganda und „Greenwashing“</b>	<b>16</b>
<b>Kasten 2: Beutelsbacher Konsens</b>	<b>17</b>
<b>3. Wie das Unternehmerlager den Boden für wirtschaftsnahe Unterrichtsmaterialien bereitet</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Zusammenarbeit von Schulen und Unternehmen propagieren</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Botschaften in die ARD-Vorabendserie „Marienhof“ schmuggeln</b>	<b>21</b>
<b>3.3 Schulbücher schlecht machen</b>	<b>22</b>
<b>3.4 Lückenhafte Kenntnisse in Finanzfragen beklagen</b>	<b>23</b>
<b>3.5 Ein Unterrichtsfach „Wirtschaft“ fordern</b>	<b>24</b>
<b>Kasten 3: Warum kritische Fachleute ein eigenständiges Fach „Wirtschaft“ ablehnen</b>	<b>26</b>

---

<b>4.</b>	<b>Fallbeispiele II</b>	30
4.1	„Lernen rund um Kaugummi“ – Unterrichtsmaterial von Wrigley	30
4.2	Wie Messe-Veranstalter in Unterrichtsmaterialien für sich werben	31
4.3	Produktwerbung auch in Kindertagesstätten – „Mein Lego Erzählbuch“	32
<b>5.</b>	<b>Die Akteure und ihre Netzwerk</b>	35
5.1	Institut für Ökonomische Bildung gGmbH, Oldenburg	35
5.2	wigy e.V., Oldenburg	36
5.3	„Handelsblatt macht Schule“, Düsseldorf	36
5.4	Zeitbild Verlag und Agentur für Kommunikation GmbH, Berlin	38
5.5	Stiftung Jugend und Bildung, Wiesbaden/ Universum Kommunikation und Medien AG, Berlin	39
5.6	Geldlehrer Deutschland e.V., Koblenz	40
5.7	Klett MINT GmbH, Stuttgart	43
5.8	Capito – Agentur für Bildungskommunikation GmbH, Berlin	44
5.9	Targobank-Stiftung, Düsseldorf	44
5.10	Joachim-Herz-Stiftung, Hamburg	46
5.11	Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. (IW)	46
5.12	Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft (BUAG), Berlin	47
5.13	Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft GmbH (INSM), Berlin	48
5.14	Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw), Berlin	48
5.14	IFOK GmbH, Bensheim bei Frankfurt/Main	49
	Tableau Zusammenarbeit – Wer arbeitet mit wem?	50

---

<b>6.</b>	<b>Kritik von Wissenschaft, Verbraucherschutz und Lobbykontrollleuren</b>	<b>56</b>
<b>6.1</b>	<b>Professorin Andrea Liesner und Christina Gericke, Universität Hamburg</b>	<b>56</b>
<b>6.2</b>	<b>Professorin Eva Matthes, Universität Augsburg</b>	<b>56</b>
<b>6.3</b>	<b>Foodwatch e.V., Berlin</b>	<b>57</b>
<b>6.4</b>	<b>Lobbycontrol e.V., Köln</b>	<b>58</b>
<b>6.5</b>	<b>Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV), Berlin</b>	<b>59</b>
	<b>Kasten 4: Comenius- und UNESCO-Gütesiegel für fragwürdiges Lehrmaterial</b>	<b>61</b>
<b>7.</b>	<b>Kritik von Gewerkschaften und Reaktionen</b>	<b>65</b>
<b>7.1</b>	<b>GEW und DGB fordern unabhängige Prüfstelle</b>	<b>65</b>
<b>7.2</b>	<b>Reaktionen der Kultusministerien</b>	<b>66</b>
<b>7.3</b>	<b>Reaktion des Instituts für Ökonomische Bildung</b>	<b>67</b>

---

Die GEW beobachtet mit Sorge, dass Wirtschafts- und Finanzverbände, Privatunternehmen, Stiftungen, Vereine und sonstige Lobbygruppen in den letzten Jahren immer stärker versuchen, die Lerninhalte in allgemeinbildenden Schulen zu beeinflussen. Wenn man genau hinschaut, lässt sich hinter vielen Angeboten ein regelrechtes Netzwerk von Akteurinnen und Interessenvertretern erkennen. Diese publizieren zum Beispiel Standards für die „Ökonomische Bildung“ und die Ausbildung von Lehrkräften. Sie machen Fortbildungsangebote, veranstalten Projekte und Schulwettbewerbe und fördern Kooperationen zwischen Schule und Wirtschaft. In sehr augenfälliger Weise spielt sich der „Kampf um die Köpfe“ junger Menschen im Bereich der Lehrmaterialien ab. Und mittlerweile gehen zusehends Firmenvertreterinnen und -vertreter in den Unterricht und vermitteln ihre Weltansicht, wie manche Beispiele in diesem Report zeigen. Besonders Wirtschafts- und Finanzverbände, Firmen und Stiftungen tun sich hier hervor. Dabei verfolgen Materialien zur „Finanzbildung“ oftmals offensichtlich das Ziel, das durch die globale Wirtschafts- und Finanzkrise gestörte Vertrauen in die Märkte und die Finanzindustrie wieder zu stärken ohne auch nur annähernd die Ursachen der Krise und die zukünftigen Risiken zu behandeln.

Die Universität Augsburg hat im vergangenen Jahr 880.000 Lehrmaterialien im Internet aufgefunden und schätzt die Dunkelziffer auf etwa eine Million Materialien, die sich an Schulen und Lehrkräfte richten. Dabei sind den Urhebern der Studie insbesondere die Unterrichtsmaterialien von umsatzstarken Unternehmen aufgefallen, die – in Aufmachung und Layout mitunter sehr eindrucksvoll – ihren Werbungscharakter kaum verbergen können. Auch ist auffällig, dass von den 20 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland 15 kostenlose Unterrichtsmaterialien anbieten.

---

Aufgrund der Bedarfslage an Schulen und nicht zuletzt wegen sinkender Schulbuchausgaben ist anzunehmen, dass die Materialien auf Interesse stoßen. In diesem Zusammenhang ist das Interesse der Augsburger Forscher zu sehen wie auch die Einrichtung eines „Materialkompasses“ bei der „Verbraucherzentrale Bundesverband“, dessen öffentliche Förderung leider im bevorstehenden Jahr schon wieder eingestellt wird.

Der Autor unserer Reihe Privatisierungsreport, Matthias Holland-Letz, hat „Fälle“ recherchiert und zusammen getragen, die einen Einblick geben in diesen unregulierten und unübersichtlichen Markt. Die hier analysierten Beispiele kommen unter anderem aus der pharmazeutischen, der Lebensmittel-, der Markenartikelindustrie oder auch der Finanz- und Versicherungsbranche (siehe Kapitel 1 und 4). Auch werden die Interessen und Strategien von Unternehmen und Wirtschaftsverbänden bei der Verteilung von Unterrichtsmaterial beleuchtet. Diese liegen teilweise in schlichter Werbung, gehen aber mitunter weit darüber hinaus (siehe Kapitel 2 und 3). In einem gesonderten Abschnitt werden die Akteure und ihre Netzwerke unter die Lupe genommen (siehe Kapitel 5). Dies möge für interessierte Leserinnen und Leser ein Überblick sein, der sie ermuntert, genauer hinzuschauen: Von wem stammen die Materialien? Wer bezahlt sie? Und welche Interessen stecken – offen oder verdeckt – dahinter? Die Kritiker dieser Entwicklung, Wissenschaftler, Verbände und Verbraucherschützer kommen im Kapitel 6 ausführlicher zu Wort. In Kapitel 7 schließlich ist mehr über den Vorstoß der Gewerkschaften in Richtung Ministerien und die Reaktionen darauf zu erfahren.

Die immer vielfältigeren Versuche, den Bildungsauftrag von Schule und die Vorstellungen junger Menschen von der Wirtschaftswelt je nach Eigeninteresse beeinflussen zu wollen, sind aus Sicht der GEW und auch der anderen DGB-Gewerkschaften nicht akzeptabel. Dem zunehmenden Lobbyismus und Kommerz an Schulen muss Einhalt geboten werden. Entscheidend für eine gute Schule ist die angemessene



---

ne und aufgabengerechte Versorgung mit Lehrkräften und nicht zuletzt mit Lehrmaterialien. Hierfür sind die Ministerien in die Verantwortung zu nehmen. Wir brauchen eine Schule der Demokratie und nicht eine Schule, die zum Spielfeld für private und wirtschaftliche Interessen gemacht wird.

***Dr. Ilka Hoffmann***

Leiterin des Organisationsbereichs Schule der GEW

***Martina Schmerr***

Referentin des Organisationsbereichs Schule



# **I. Fallbeispiele I**

## **I.1 Schokoladenwerbung in Grundschulen – Lehrmaterial von Ritter Sport**

Sie suchen eine Idee für den Unterricht in Klasse 1? Wie wär's mit der „Entspannungsübung“ namens „Ein Stück Genuss“? Anweisung an die Lehrkraft: „Hierfür bitte in ausreichender Menge Schokoladenstückchen für die Schüler zur Verfügung stellen...“<sup>1</sup> Lernziel: „Die Schüler sollen entdecken, wie der Schokoladen-Inhaltsstoff Tryptophan „die Stimmung hebt.“

Kein Witz, sondern ernstgemeint. Nachzulesen in „Von der Kakaobohne zur Schokolade. Unterrichtsmaterialien für die Grundschule“. Das Lehrmaterial wird von der Alfred Ritter GmbH & Co. KG (Ritter Sport) herausgegeben. Als Verlag tritt die Care-Line Bildungsmedien GmbH auf. Zitat auf Arbeitsblatt 3: „Die Wissenschaft hat festgestellt, dass Schokolade glücklich macht.“ Außerdem lernen die Grundschulkinder: „Die Ritter Sport-Schokoquadrate wurden für Fussballer und ihre Fans erfunden.“ In deren Jacken passten die normalen Tafeln nicht. Und schon erfand die Firmengründerin „die quadratische Schokoladentafel.“<sup>2</sup>

## **I.2 „...mit hoher manipulativer Qualität“: Das Lernmaterial „Güterverkehr. Wirtschaft und Nachhaltigkeit im Unterricht“**

„Rein industriepolitische Darstellung, mit hoher manipulativer Qualität“. So urteilt Werner Reh, Leiter des Bereichs Verkehrspolitik beim Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND). Reh bezieht sich auf das Lernmaterial „Güterverkehr - Wirtschaft und Nachhaltigkeit im Unterricht“. Ein kostenloses 36-Seiten-Heft, herausgegeben von der Zeitbild Verlag und Kommunikation GmbH in Berlin.<sup>3</sup> Mitherausgeberinnen sind die Initiative „Unsere Autos“, dahinter verbirgt sich der

---

Verband der Automobilindustrie, und die Frankfurter Automesse IAA. Als „Medienpartner“ sitzt „Handelsblatt macht Schule“ mit im Boot.

Die Texte des Lernmaterials sind überschrieben mit „Quo vadis, Güterverkehr?“ oder „Stichwort Wirtschaft: Ohne Güterverkehr läuft nichts“. Ab Seite 10 dreht sich das Heft um Klimaschutz. Die Schülerinnen und Schüler lesen von „deutscher Clean-Diesel-Technologie“. Sie erfahren, dass „neue Antriebe“ für Nutzfahrzeuge „ökonomische und ökologische Vorteile“ mitbringen. „Leichte Werkstoffe“ könnten dafür sorgen, das Gewicht eines LKW um sechs Tonnen zu senken. Der umstrittene Lang-LKW, auch „Giga-Liner“ genannt, wird als „Öko-Laster“ vorgestellt, der beim Kraftstoffverbrauch „bis zu 30 Prozent Ersparnis“ bringe.

Die Broschüre „spricht Umweltthemen immer nur zum Schein an“, kritisiert BUND-Experte Werner Reh. Sie „bietet nur technische Lösungen“. Diese lösten die Umweltprobleme aber nicht. Das Unterrichtsmaterial lasse „sämtliche kritische Argumente weg“, beanstandet Reh. Beispiel: „Kein Wort zur Verkehrsvermeidung“. Dabei bestehe der „Wahnsinn der aktuellen Güter-Produktion“ darin, dass immer weitere Entfernungen zurückgelegt werden.

Welches Ziel die Unterrichtsbroschüre verfolgt, ist für den Verkehrsexperten klar. „Man will den LKW hypen, die Nutzfahrzeughersteller stecken ja dahinter.“

### **1.3 Produkt- und Firmenwerbung – Roche Diagnostics GmbH sponsert Unterrichtsmaterial**

Basis-Infos zum Thema Blutzucker und Diabetes. Außerdem Versuchsbeschreibungen zur Messung des Zuckergehalts in Wasser. Soweit alles seriös im Lehrmaterial „Unterrichtsbausteine. Thema Blutzucker +

---

Blutzuckermessgeräte“.<sup>4</sup> Konzipiert für Schülerinnen und Schüler ab 14 Jahren, für Chemie, Biologie und Physik, aber auch für Politik und Erdkunde.

Doch spätestens ab Seite 6 der 15-Seiten-Broschüre kommt Produktwerbung ins Spiel. Immer wieder verweisen die Autoren auf Blutzuckermessgeräte der Reihe „Accu-Chek“. „Blutzuckermessgeräte...stellen für Menschen mit Diabetes eine hilfreiche Entwicklung dar...“, ist zu lesen. Und: „High-Tech auf kleinstem Raum.“ Die Accu-Check-Geräte sind Produkte der Roche Diagnostics GmbH in Mannheim.<sup>5</sup> „Wie wichtig ist Roche Diagnostics für Mannheim?“, heißt es im Lehrmaterial. Es folgt ein Blick auf die Firmengeschichte, überschrieben mit „Meilensteine der Gesundheitsforschung“.

Als Herausgeber der „Unterrichtsbausteine“ treten die Chemie-Verbände Baden-Württemberg auf. Für Konzeption und Umsetzung sorgte das „Institut Unternehmen & Schule“ in Bonn. Zum Schluss der Broschüre findet sich ein Hinweis auf den Sponsor: „Wir danken der Roche Diagnostics GmbH für die freundliche Unterstützung“.<sup>6</sup>

---

## Quellen

- 1 Alfred Ritter GmbH & Co. KG (Hrsg.), Von der Kakaobohne zur Schokolade. Unterrichtsmaterialien für die Grundschule, Neuried, 2010, Seite 8
- 2 Alfred Ritter GmbH & Co. KG (Hrsg.), Von der Kakaobohne zur Schokolade. Unterrichtsmaterialien für die Grundschule, Neuried, 2010, Seite 10
- 3 Zeitbild Wissen, Güterverkehr – Wirtschaft und Nachhaltigkeit im Unterricht, Berlin 2012
- 4 Chemie-Verbände Baden-Württemberg (Hrsg.), Unterrichtsbausteine. Thema Blutzucker + Blutzuckermessgeräte, Baden-Baden 2005, zum kostenlosen Download unter: [www.chemie.com/uploads/media/Blutzuckereinheit\\_01.pdf](http://www.chemie.com/uploads/media/Blutzuckereinheit_01.pdf); aufgerufen am 23.5.2013
- 5 [www.accu-chek.de/](http://www.accu-chek.de/); aufgerufen am 23.5.2013
- 6 Chemie-Verbände Baden-Württemberg (Hrsg.), Unterrichtsbausteine. Thema Blutzucker + Blutzuckermessgeräte, Baden-Baden 2005, Seite 15

## 2. Warum Unternehmen und Wirtschaftsverbände in die Schulen drängen

### 2.1 Produktwerbung

Was für eine Zielgruppe! Bundesweit leben rund 13 Millionen Mädchen und Jungen, die zwischen sechs und 18 Jahre alt sind.<sup>1</sup> Sie haben Geld – rund 20 Milliarden Euro pro Jahr, schätzt der Verbraucherzentrale Bundesverband.<sup>2</sup> Sie beeinflussen viele Kaufentscheidungen in ihren Familien. Außerdem seien sie die Kunden von morgen, „mit denen man schon heute Kontakt aufnehmen sollte, um eine Verbundenheit mit einem Thema oder einer Marke zu erreichen“.<sup>3</sup> So argumentiert Carola Laun, Spezialistin für Kinder- und Jugendmarketing in Rheinbach bei Bonn. Und wo hält sich der Großteil dieser Zielgruppe täglich auf? In der Schule. „Es gibt kaum einen anderen Ort, an dem Sie die Jugendlichen konzentrierter ansprechen können.“<sup>4</sup> Das betont die spread blue educationmarketing GmbH, eine auf Schulwerbung spezialisierte Agentur mit Sitz in Bottrop. Unternehmen nutzen an Schulen die Gelegenheit, „außerhalb des Einflussbereichs der Eltern Kinder direkt anzusprechen“, kritisiert die Verbraucherschutzorganisation Foodwatch.<sup>5</sup>

### **Kasten I:**

#### **Produktwerbung laut Schulgesetz verboten**

Werbung, die nicht schulischen Zwecken dient, sei in der Schule „grundsätzlich unzulässig.“ Nachzulesen in Paragraph 99 des nordrhein-westfälischen Schulgesetzes.<sup>6</sup> Ähnliche Vorschriften haben weitere zwölf Bundesländer erlassen. Nur Berlin, Bremen und Sachsen-Anhalt gestatten Werbung – unter gewissen Bedingungen – auch im Klassenzimmer.<sup>7</sup> Im Gegensatz dazu ist Schul sponsoring überall erlaubt. Beim Sponsoring verabreden die Beteiligten Leistung und Gegenleistung. Die Firma zahlt etwa einen Zuschuss zum schuleigenen Computerraum, im Gegenzug wird eine Plakette mit Firmenlogo am Schulgebäude befestigt. Also finanzieller Obolus gegen Imageverbesserung. Werbung hingegen zielt allein auf den Verkauf von Waren und Dienstleistungen.

---

## **2.2 Rekrutierung von Nachwuchskräften, politische Propaganda und „Greenwashing“**

Bildungsprojekte bieten für Firmen die Chance, „Talente an das eigene Unternehmen zu binden“, schreibt das Beratungsunternehmen IFOK GmbH.<sup>8</sup> Die Personalchefin oder der für Ausbildung zuständige Mitarbeiter erfahren früh, welche Schülerin und welcher Schüler möglicherweise gut ins Unternehmen passt. Doch Mädchen und Jungen werden an Schulen auch als künftige Wähler ins Visier genommen. Unternehmen und neoliberale Politiker werben für eine möglichst wenig regulierte „soziale Marktwirtschaft“. Gerne stellen sie den Unternehmer als Leitfigur in den Vordergrund. „Traumberuf Chef“ heißt das Unterrichtsmaterial, das 2009 der damalige Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle (FDP) in Auftrag gab.<sup>9</sup> „Die Einstellung zu Unternehmertum und Selbstständigkeit wird vor allem in Kindesalter und Jugend gebildet“, begründete das Ministerium die Aktion.<sup>10</sup>

Wenn sich Firmen und Lobbyisten an Schulen tummeln wollen, sind Kontakte zu Lehrkräften besonders wertvoll. Das wusste auch der Hochschullehrer Günter Vollmer, dessen Institut Unternehmen & Schule GmbH die Zusammenarbeit von Schulen und Firmen propagiert.<sup>11</sup> „Nachbarschaftsarbeit fängt bei der Lehrerschaft an, die für das Unternehmen gewonnen werden muß“, schrieb Vollmer bereits 2005.<sup>12</sup>

Ist der Weg in die Klassenzimmer frei, lässt sich auf vielerlei Weise auch das Image von Unternehmen aufhübschen. Beliebt ist „Greenwashing“, das Reinwaschen ökologisch fragwürdiger Firmenaktivitäten. Dabei helfen kostenlose Lehrmaterialien. Beispiel: „Braunkohle im Energiemix“, finanziert vom Deutschen Braunkohle-Industrie-Verein.<sup>13</sup> Das Heft, eingesetzt in den Klassenstufen 10 bis 13, bejubelt beispielsweise eine hochumstrittene Anlage als „modernstes Braunkohlekraftwerk der Welt“, „mit optimierter Anlagentechnik“ und „besonders flexibel“. „In



---

weiten Teilen stark lenkend“, sagt dazu die Bielefelder Didaktik-Professorin Bettina Zurstrassen.

## **Kasten 2:**

### **Beutelsbacher Konsens**

Beutelsbach, ein kleiner Ort im Schwäbischen. Hier wurden 1976 die Grundlagen der politischen Bildung für die Bundesrepublik verabredet.<sup>14</sup> Grundlagen, die selbstverständlich auch für Schulbücher und Unterrichtsmaterialien gelten. Der Beutelsbacher Konsens schreibt fest:

1. Das Überwältigungsverbot. Demnach ist untersagt, Schülerinnen und Schüler im Sinne erwünschter Meinungen zu überumpeln und damit an der „Gewinnung eines selbständigen Urteils“ zu hindern.
2. Das Kontroversitätsgebot. Was in Wissenschaft und Politik kontrovers ist, muss auch im Unterricht kontrovers erscheinen.
3. Schülerinnen und Schüler müssen in die Lage versetzt werden, eine politische Situation und ihre eigene Interessenlage zu analysieren.

Forderungen, gegen die auch Gewerkschaften und linke Organisationen zuweilen verstoßen. So sieht es zumindest Professor Tim Engartner, Didaktiker an der Universität Frankfurt/Main. Als Beispiel nennt er die globalisierungskritische Organisation attac. Deren Bildungsbausteine griffen Themen „punktuell einseitig auf“, kritisiert Engartner.<sup>15</sup> Aber, stellt Professor Engartner klar, die „Wirkmächtigkeit“ von Materialien, die Wirtschaftsverbände, Industrie- und Handelskammern, private Großunternehmen und finanzstarke Unternehmensstiftungen bereitstellten, sei „signifikant höher als die von Nichtregierungsorganisationen.“ Schon deshalb, weil die Wirtschaft Millionen-Etats zur Verfügung hat, Gewerkschaften und andere nicht.

---

## Quellen

- 1 [www.schulmarketing.de/](http://www.schulmarketing.de/); aufgerufen am 10.7.2013
- 2 Verbraucherzentrale Bundesverband, Werbung und Sponsoring an Schulen. Hintergrundpapier, Seite 2
- 3 [www.kjmk.de/index.php/knowhow/13-knowhow/vonabisz/31-zielgruppen](http://www.kjmk.de/index.php/knowhow/13-knowhow/vonabisz/31-zielgruppen); aufgerufen am 10.7.2013
- 4 [www.schulmarketing.de/](http://www.schulmarketing.de/); aufgerufen am 10.7.2013
- 5 Foodwatch e.V., Wie die Lebensmittelindustrie Junkfood-Marketing in Schulen und Kindergärten betreibt. Fakten und Hintergründe, Berlin 2. Mai 2013
- 6 [www.schulministerium.nrw.de/BP/Schulrecht/Gesetze/Schulgesetz.pdf](http://www.schulministerium.nrw.de/BP/Schulrecht/Gesetze/Schulgesetz.pdf); aufgerufen am 11.7.2013
- 7 Verbraucherzentrale Bundesverband, Werbung und Sponsoring an Schulen. Hintergrundpapier, Seite 3
- 8 [www.ifok.de/projekt/detail/csr-der-zukunft/](http://www.ifok.de/projekt/detail/csr-der-zukunft/); aufgerufen am 10.7.2013
- 9 Herausgegeben von der „Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e.V.“, erschienen im „Universum Verlag AG“; [www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/S-T/traumberuf-chef,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/S-T/traumberuf-chef,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf); aufgerufen am 10.7.2013
- 10 Pressemitteilung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie vom 4. März 2010
- 11 [www.unternehmen-schule.de/index\\_html](http://www.unternehmen-schule.de/index_html); aufgerufen am 10.7.2013
- 12 Günter Vollmer, Unternehmen machen Schule. Mit Lernpartnerschaften zu wirtschaftsnahen Bildungsregionen, Bonn 2005, Seite 91
- 13 vgl. Matthias Holland-Letz, „...in weiten Teilen stark lenkend“, in: Erziehung und Wissenschaft, Nr. 5/2013; [www.gew.de/...\\_in\\_weiten\\_Teilen\\_stark\\_lenkend.html](http://www.gew.de/..._in_weiten_Teilen_stark_lenkend.html); aufgerufen am 10.7.2013
- 14 [www.bpb.de/die-bpb/51310/beutelsbacher-konsens](http://www.bpb.de/die-bpb/51310/beutelsbacher-konsens); aufgerufen am 11.7.2013
- 15 Tim Engartner, Ökonomische Bildung. Zwischen Notwendigkeiten und Risiken, in: HLZ. Zeitschrift der GEW Hessen, Heft 6, Juni 2013, Seite 7

### 3. Wie das Unternehmerlager den Boden für wirtschaftsnahe Unterrichtsmaterialien bereitete

#### 3.1 Zusammenarbeit von Schulen und Unternehmen propagieren

Noch in den 1990er Jahren herrschten „Vorbehalte der Lehrerschaft gegen eine Einflussnahme von Wirtschaft auf Schule“. Das bedauert Günter Vollmer, Autor des 2005 erschienen Buches „Unternehmen machen Schule“. <sup>1</sup> Vollmer beklagte, Lehrkräfte hätten damals ein „angespanntes Verhältnis zur Wirtschaft, allen voran zur Chemischen Industrie“.



---

Dann gelang es einer Allianz aus Firmen, Lobbygruppen, wirtschaftsnaher Politik und Verbänden, ein Umdenken einzuleiten. Man verwies auf die Massenarbeitslosigkeit, die Herausforderungen der Globalisierung, man sprach von der Sorge um den „Standort Deutschland“. Firmenvertreter und Ausbilder klagten, viele Schülerinnen und Schüler könnten nicht ausreichend Rechnen und Schreiben. Es sei dringend erforderlich, diese besser auf die Arbeitswelt vorzubereiten.<sup>2</sup> Der PISA-Schock tat ein Übriges, alarmierte Eltern und Bildungsverantwortliche.<sup>3</sup>

Neoliberale, die weniger Staat und mehr Privatinitiative auch im Bildungswesen verlangten, gewannen gleichzeitig immer mehr Einfluss. Unternehmer und Wirtschaftsvertreter forderten eine „selbstständige“ und offene Schule, die stärker auf die Bedürfnisse von Firmen ausgerichtet ist. „Bildung, Wissenschaft und Forschung gehören zu den wichtigsten Standortfaktoren, die über den Wettbewerbserfolg entscheiden.“ So formulierte es die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) bereits 1998 in einem Memorandum.<sup>4</sup>

2002 hieß die Parole in der BDA: „Partnerschaften Schule Wirtschaft ausbauen“.<sup>5</sup> So genannte Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen hatten plötzlich Konjunktur.<sup>6</sup> Allein im Regierungsbezirk Köln sind es inzwischen mehr als 600.<sup>7</sup> Firmenvertreter kommen seither in die Klassen. Nicht nur, um über Praktika und Bewerbungsverfahren zu sprechen. Sie „unterstützen“, wie es oftmals heißt, den Unterricht auch in Deutsch, Sozialkunde, Geschichte, Englisch, Chemie oder Biologie.

Wie Unternehmer und Manager die Welt sehen, das hält nun Einzug in Schulen. Da scheint es konsequent, wenn Firmen oder Wirtschaftsverbände ihr selbstproduziertes Unterrichtsmaterial gleich mitbringen.

---

### **3.2 Botschaften in die ARD-Vorabendserie „Marienhof“ schmuggeln**

ARD-Vorabendserie „Marienhof“, Folge 1940, ausgestrahlt am 26.6.2002.<sup>8</sup> Ort der Handlung: Das fiktive Erich-Kästner-Gymnasium. Auch hier sorgt die PISA-Studie für Aufregung. Auf der Mattscheibe diskutiert Referendarin Valerie Kniebe mit Schülerinnen und Schülern. „Schule soll euch schließlich auf das spätere Leben vorbereiten“, sagt Kniebe in der „Marienhof“-Folge. „Warum docken wir ans spätere Leben nicht einfach ein bisschen früher an?“ – „Wie meinen Sie das?“, entgegnet eine Schülerin. – Referendarin Kniebe antwortet: „Na, der Informatikkurs zum Beispiel könnte den Internetauftritt für eine Firma vorbereiten.“ Kniebe weiter: „Da könnt ihr hautnah die Bedürfnisse einer Firma kennenlernen!“ Später schlägt die Referendarin dem Schulleiter vor: „Wir könnten einen Arbeitskreis organisieren, zwischen der Schule und Unternehmen aus dem Marienhof!“ Zwei Tage später, in Folge 1942, setzen Kniebe und Schulleiter Mathias Kruse ihr Gespräch fort. Kruse schlägt vor: „Vielleicht bekommen Sie im Gespräch mit den Unternehmern gleich einige gute Ideen für neue Unterrichtsinhalte!“

Massive politische Schleichwerbung, aufgedeckt im Jahr 2005 durch das Fachblatt „epd medien“. 58.670 Euro hatte die unternehmensfinanzierte Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), laut Kölner Verein Lobbycontrol, an eine Agentur gezahlt, damit sie diese Botschaften ins „Marienhof“-Drehbuch schreiben lässt.<sup>9</sup> Wie Lobbycontrol meldet, distanziert sich die INSM inzwischen von dieser Aktion – nicht aber vom Inhalt der platzierten Aussagen.

---

### 3.3 Schulbücher schlecht machen

Keine Frage, an öffentlichen Schulen fehlen aktuelle Schulbücher und moderne Unterrichtsmaterialien. Zu schmal ist der Etat, in Kommunen und Ländern ist die Finanznot weiterhin groß.<sup>10</sup> Doch die Schulbuchkritik, die Arbeitgeberlager und wirtschaftsnahe Forscher seit Jahren üben, geht in eine ganz andere Richtung.<sup>11</sup>

Ein „begrenzt, oftmals sogar ein marktpessimistisches Bild der Ökonomie“ sei in vielen Schulbüchern zu finden. Das ist der Befund des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) im Jahr 2011.<sup>12</sup> Das IW hatte 155 Schulbücher und 55 Lehrpläne durchleuchten lassen.

„Marktfeindliche Grundhaltung sowie tendenziöse Darstellung wirtschaftlicher Zusammenhänge“ glaubt Justus Lenz in Schulbüchern entdeckt zu haben.<sup>13</sup> Lenz ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Erfurt. Seine Studie erschien 2010, herausgegeben von der FDP-nahen Friedrich-Naumann-Stiftung.<sup>14</sup> „Keinen originären Beitrag zum Verständnis von Funktionen und Rolle von Unternehmen und Unternehmern“ findet Helmut E. Klein in den Schulbüchern, die er 2009 auswertete.<sup>15</sup> Erziehungswissenschaftler Klein arbeitet im Institut der deutschen Wirtschaft Köln.<sup>16</sup>

Ganz anders fällt eine Analyse aus, die das Braunschweiger Georg-Eckert-Institut 2008 veröffentlichte: „Deutsche Schulbücher zeichnen ein erstaunlich differenziertes Bild der Wirtschaft und unternehmerischen Tätigkeit.“ Und: „Eine grundsätzlich ablehnende Haltung gegenüber Unternehmertum und Marktwirtschaft kann den Schulbüchern nicht attestiert werden.“<sup>17</sup> Die arbeitgeberfinanzierte Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) überschrieb ihre Pressemitteilung zur selben Studie jedoch so: „Deutsche Schüler lernen nicht, Unternehmer zu werden.“<sup>18</sup> Die in deutschen Schulbüchern abgebildete Arbeitswelt,

---

so die Pressemeldung weiter, sei „primär eine Welt der Arbeitnehmer, nur selten eine unternehmerische“. Die INSM hatte die Studie beim Georg-Eckert-Institut in Auftrag gegeben.

**„Übrigens: Man ist weder Moralapostel noch Neoliberaler oder gar Gegner des Staates, wenn man die wahnwitzige staatliche Umverteilung an den Pranger stellt.“<sup>19</sup>**

Lehrmaterial „Das kleine 1 x 1 der Sozialen Marktwirtschaft“ der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft

### **3.4 Lückenhafte Kenntnisse in Finanzfragen beklagen**

„Die Mehrheit der Europäer hält das eigene Wissen über Geldanlagen für gering.“ Gleichzeitig bestehe der Wunsch nach „mehr Finanzbildung in Schule und Berufsausbildung.“ Diese Meldung verbreitete der Bundesverband Investment und Asset Management e.V. (BVI) im April 2013.<sup>20</sup> Der BVI beruft sich auf eine Umfrage des Marktforschungsinstituts YouGov. Auftraggeber: Die Initiative „Investmentfonds für alle“, hinter der deutsche Fondsgesellschaften stehen. Der BVI erklärte, dass er dazu beitragen wolle, die Finanzkenntnisse von Jugendlichen zu verbessern – mit einer „Aufklärungsinitiative“ namens „Hoch im Kurs“.<sup>21</sup>

„Teilweise erhebliche Wissenslücken“ bei ökonomischen Sachverhalten, kritisiert auch der Bundesverband deutscher Banken.<sup>22</sup> Er veröffentlichte bereits 2009 eine Jugendstudie zu „Wirtschaftsverständnis und Finanzkultur.“ Die Düsseldorfer Wirtschaftszeitung Handelsblatt stößt ins selbe Horn. „Die ökonomische Bildung ist in Deutschland im inter-

---

nationalen Vergleich unterentwickelt“. Das findet Hermann-Josef Knipper, stellvertretender Chefredakteur des Handelsblatts.<sup>23</sup> Geht es nach Knipper, so sind Unterrichtsmaterialien der hauseigenen Initiative „Handelsblatt macht Schule“ bestens geeignet, um die Wissenslücken zu schließen.

Die OECD, der Club der wichtigsten Industriestaaten, sieht ebenfalls Handlungsbedarf. Bei der PISA-Studie 2012 wurde erstmals geprüft, was 15-Jährige über Finanzfragen wissen („Financial Literacy Assessment“).<sup>24</sup> An der Teilstudie hat sich Deutschland allerdings nicht beteiligt.<sup>25</sup>

### **3.5 Ein Unterrichtsfach „Wirtschaft“ fordern**

„Die Vermittlung von Wirtschafts- und Finanzwissen in der Schule muß mit einem eigenständigen Fach Wirtschaft ein größerer Stellenwert als bisher eingeräumt werden.“ Holprig formuliert, doch in der Botschaft klar. Vorgetragen von Professor Manfred Weber, Geschäftsführender Vorstand des Bundesverbandes deutscher Banken, im Jahr 2008.<sup>26</sup>

Der Bankenverband beauftragte zuvor das Institut für Ökonomische Bildung in Oldenburg (IÖB), ein Gutachten zu erstellen. Ein „Gesamtkonzept für die ökonomische Bildung“. Manfred Weber frohlockt: „Darin werden erstmals die Inhalte eines Unterrichtsfachs Wirtschaft für alle Jahrgangsstufen aufgezeigt“. Und zwar „von der Grundschule bis zum Schulabschluss – auf alle Schularten übertragbar.“

Warum ein eigenständiges Fach Wirtschaft? Bankenmann Weber nennt im Jahr 2008 drei Gründe: Erstens, damit „zentrale Grundgedanken“ während der Schulzeit mehrfach vermittelt werden. „Solange Wirtschaft auf unterschiedliche Fächer verteilt ist, muß es episodenhaft bleiben“,



---

findet Manfred Weber. Zweitens: „Ohne Schulfach keine differenzierte Lehrerbildung.“ Der Bankenverband fordert, dass die Länder einen Bachelor- und Masterstudiengang „Ökonomische Bildung“ aufbauen. Das lasse sich nur durchsetzen, wenn das dazugehörige Fach Wirklichkeit werde. Drittens soll das Unterrichtsfach dazu dienen, das Vertrauen in die soziale Marktwirtschaft wiederherzustellen. Bankmann Weber verweist – wir schreiben das Jahr der weltweiten Finanzkrise – auf eine aktuelle Umfrage. „Demnach ist nicht einmal die Hälfte der Deutschen der Ansicht, dass sich die soziale Marktwirtschaft bewährt hat“. Bankmann Manfred Weber fällt ein weiteres Argument ein: „Wirtschaftswissen ist längst zu einem Standortfaktor geworden.“

Er macht zudem deutlich, wie sehr sich die Banken bereits engagierten. „Meine Damen und Herren, wir fordern nicht nur!“, erklärt Weber. Und betont: „Der Bankenverband fördert seit nunmehr über 20 Jahren

### **Wie sich der Bankenverband den Wirtschaftsunterricht vorstellt**

**„... Ich meine den Tauschhandel mit Fussballer-Porträts für das eigene Sammelalbum. Einem Bericht der Tageszeitung Die Welt zufolge gehen die jungen Sammler dabei offensichtlich so leidenschaftlich zu Werke, dass die Sammelbilder an einzelnen Schulen... mittlerweile verboten wurden. Mit Blick auf unser Thema „Wie lernen Schüler soziale Marktwirtschaft?“ mag man diese Entscheidung bedauern. Denn die Bilderbörse ist natürlich ein Paradebeispiel für eines der wesentlichen marktwirtschaftlichen Prinzipien... für das Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage...“<sup>27</sup>**

Manfred Weber, Geschäftsführender Vorstand des Bundesverbandes deutscher Banken, 2008

---

den Wirtschaftsunterricht mit Unterrichtsmaterialien und diversen Schülerprojekten.“

Im Jahr 2010 legen Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbände nach. Mit dem Gutachten „Ökonomische Bildung an allgemeinbildenden Schulen“, in Auftrag gegeben vom „Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft“.<sup>28</sup> Die Studie wiederholt die Forderung nach einem eigenständigen Fach Wirtschaft.

### **Kasten 3:**

#### **Warum kritische Fachleute ein eigenständiges Fach „Wirtschaft“ ablehnen**

„Wir müssen wieder lernen, wie man Wirtschaft sinnvoll in Gesellschaft, Natur und Politik einbettet“.<sup>29</sup> Gerd-E. Famulla, Wirtschaftsdidaktiker und emeritierter Professor an der Universität Flensburg, hält nichts von einem eigenständigen Unterrichtsfach Wirtschaft. Unterstützt wird er dabei unter anderem von der Professorin Bettina Zurstrassen, Sozialwissenschaftlerin an der Universität Bielefeld, und von Professor Reinhold Hedtke, Soziologe, ebenfalls Uni Bielefeld. Alle drei gehören zum Autorenkreis, der 2010 eine Kurzexpertise zum Gutachten des Gemeinschaftsausschusses der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft publizierte.<sup>30</sup>

---

Ein eigenes Fach Wirtschaft enthalte das Risiko, erläutert Professor Famulla, „dass der Ökonomieunterricht allein auf wirtschaftswissenschaftliches und unternehmerisches Denken verengt wird.“<sup>31</sup> Der Mensch sei aber nicht nur ein homo oeconomicus, nicht nur ein Mensch, der lediglich seinen Nutzen maximieren will.

Warum das Arbeitgeberlager am eigenständigen Fach Wirtschaft festhält? „Die Unternehmen haben Interesse, ein bestimmtes Denken in den Köpfen junger Menschen zu verankern“, warnt Professor Famulla.<sup>32</sup> „Sie sollen akzeptieren lernen, dass die Ökonomisierung der Gesellschaften voranschreitet. Und dass der Markt die Ressourcen am Besten verteilt.“ Dem stünden viele Menschen kritisch gegenüber. „Man darf den Widerstand nicht ignorieren, etwa gegen die Privatisierung der Deutschen Bahn, bei Gesundheit und Bildung“.

---

## Quellen

- 1 Günter Vollmer, Unternehmen machen Schule. Mit Lernpartnerschaften zu wirtschaftsnahen Bildungsregionen, Bonn 2005, Seite 11
- 2 Dies entspricht inzwischen auch einer Forderung der OECD, der Organisation der wichtigsten Industriestaaten. Siehe: OECD-Büro Berlin, Pressemitteilung Aktionsplan gegen Jugendarbeitslosigkeit vom 30.5.2013. Zitat: „Die Regierungen der OECD-Länder haben sich verpflichtet, die Jugendarbeitslosigkeit stärker in den Fokus ihrer Politik zu stellen. Dazu sollen die Bildungssysteme so ausgerichtet werden, dass sie junge Menschen besser auf die Arbeitswelt vorbereiten.“; [www.oecd.org/berlin/presse/arbeitslosigkeit-jugend-aktionsplan.htm](http://www.oecd.org/berlin/presse/arbeitslosigkeit-jugend-aktionsplan.htm); aufgerufen am 17.7.2013
- 3 Die PISA-Erhebungen („Programme for International Student Assessment“) werden von der OECD organisiert.
- 4 Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände und Deutscher Philologenverband (Hrsg.), Innovation und Kreativität durch Bildung, Wissenschaft und Forschung, Köln/München 1998, zitiert nach: Günter Vollmer, Unternehmen machen Schule. Mit Lernpartnerschaften zu wirtschaftsnahen Bildungsregionen, Bonn 2005, Seite 11
- 5 Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, Standortfaktor Schule. Begabung fördern, Lernen differenzieren, Berlin 2002, Seite 18
- 6 siehe Privatisierungsreport Nr.1, Kommt das „Allianz-Gymnasium“ oder die „Thomy“-Realschule?, Seite 26ff.
- 7 [www.unternehmen-schule.de/referenzen](http://www.unternehmen-schule.de/referenzen); aufgerufen am 29.5.2013
- 8 Das Folgende ist zitiert nach: LobbyControl, INSM und Marienhof – Eine kritische Bewertung, September 2005
- 9 [www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medien\\_politik\\_wirtschaft/zapp680.html](http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/medien_politik_wirtschaft/zapp680.html); aufgerufen am 15.5.2013
- 10 vgl. Bettina Zurstrassen, Der Konflikt um die politisch-ökonomische Bildung als Spiegelbild gesellschaftlicher Machtverhältnisse – Das Berufskolleg als Vorbild? Vortrag auf dem Berufskollegtag am 7. Mai 2012 in Bochum, Folie 11
- 11 vgl. Bettina Zurstrassen, Den Sozialstaat im Visier. Lobbystrategien der Arbeitgeberverbände für ein Unterrichtsfach Wirtschaft, in: Neue Deutsche Schule, Heft 9/2012; [www.nds-verlag.de/index.php?id=477](http://www.nds-verlag.de/index.php?id=477); aufgerufen am 29.5.2013
- 12 [www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/res/46FBF7EF888A21A8C12579AE004B019A/\\$file/IWPressemitteilung.pdf?open](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/res/46FBF7EF888A21A8C12579AE004B019A/$file/IWPressemitteilung.pdf?open); aufgerufen am 9.7.2013
- 13 [www.freiheit.org/webcom/show\\_article\\_bb.php/\\_c-616/\\_nr-14324/i.html](http://www.freiheit.org/webcom/show_article_bb.php/_c-616/_nr-14324/i.html); aufgerufen am 15.5.2013
- 14 Justus Lenz, Die Darstellung von Marktwirtschaft und Unternehmertum in Schulbüchern in Deutschland und in der deutschsprachigen Schweiz, Potsdam, 2010, Seite 6
- 15 Institut der deutschen Wirtschaft Köln, Abschlussbericht. Unternehmer und Soziale Marktwirtschaft im Schulbuch in Rheinland-Pfalz. Eine Untersuchung der Schulbücher für die Unterrichtsfächer Geschichte, Erdkunde, Wirtschafts- und Sozialkunde, Köln 2009, Seite 3; [www.schule-wirtschaft-hamburg.de/fokus/bildung/Schulbuchanalyse.pdf](http://www.schule-wirtschaft-hamburg.de/fokus/bildung/Schulbuchanalyse.pdf); aufgerufen am 15.5.2013
- 16 Wie Helmut E. Klein die Kritik an Schulbüchern mit der Forderung nach Lehrmaterialien von Unternehmen und Verbänden verbindet, ist nachzulesen in: Helmut E. Klein, Gehirnwäsche? Nein, Kompetenz!, DIE ZEIT, 11.10.2012
- 17 [www.gei.de/?id=743](http://www.gei.de/?id=743); aufgerufen am 5.10.2013

- 
- 18 INSM, Pressemitteilung vom 14.6.2008, Deutsche Schüler lernen nicht, Unternehmer zu werden. INSM stellt Schulbuchvergleich zwischen Deutschland, Schweden und Großbritannien vor. Darauf verwiesen: Bettina Zurstrassen, David Becker, Betriebserkundung im Rahmen des politischen und ökonomischen Unterrichts. Arbeitswelterkundung. Vortrag, Folien 6 bis 8, Mai 2012
  - 19 Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft, Das kleine 1x1 der Sozialen Marktwirtschaft. Ein Schnupperkurs in Sachen Ökonomie, Köln 2009, Seite 48
  - 20 <http://nur-fuer-alle.de/informationen-fuer-presse/news-einzelansicht/datum/2013/04/11/umfrage-europaer-fuer-mehr-finanzbildung-in-der-schule/>; aufgerufen am 28.5.2013; Die Meldung wurde von zahlreichen Presse- und Online-Medien verbreitet, darunter stern.de, manager-magazin.de und focus.de; jeweils aufgerufen am 28.5.2013
  - 21 <http://nur-fuer-alle.de/informationen-fuer-presse/news-einzelansicht/datum/2013/04/11/umfrage-europaer-fuer-mehr-finanzbildung-in-der-schule/>; aufgerufen am 28.5.2013
  - 22 Bundesverband deutscher Banken (Hrsg.), Jugendstudie 2009. Wirtschaftsverständnis und Finanzkultur. Ergebnisse repräsentativer Meinungsumfragen im Auftrag des Bundesverbandes deutscher Banken, Berlin, Juli 2009, Seite 4
  - 23 Vorwort der Unterrichtseinheit „Finanzielle Allgemeinbildung“ von „Handelsblatt macht Schule“, Düsseldorf/ Oldenburg 2011
  - 24 [www.oecd.org/daf/fin/financial-education/oecd-pisa-financial-literacy-assessment.htm](http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/oecd-pisa-financial-literacy-assessment.htm); aufgerufen am 28.5.2013
  - 25 Wie die Forderung nach „Finanzieller Allgemeinbildung“ als Einfallstor für Lobbyinteressen genutzt wird, hat Peter Neumaier ausführlich beschrieben: Peter Neumaier, Einige Überlegungen zur „Finanziellen Allgemeinbildung“ in Zeiten der Finanzkrise, in: Pädagogische Korrespondenz, Heft 46, 2012, Seite 56–73.
  - 26 dazu und zum Folgenden: Manfred Weber, Zukunftswissen Wirtschaft – der Jugend verpflichtet, in: Bundesverband deutscher Banken, Ökonomische Bildung: Wie lernen Schüler Soziale Marktwirtschaft? Symposium des Bundesverbandes deutscher Banken, Berlin 2008, Seite 12ff.
  - 27 Manfred Weber, Zukunftswissen Wirtschaft – der Jugend verpflichtet, in: Bundesverband deutscher Banken, Ökonomische Bildung: Wie lernen Schüler Soziale Marktwirtschaft? Symposium des Bundesverbandes deutscher Banken, Berlin 2008, Seite 9
  - 28 Retzmann/ Seeber/ Remmele/ Jongebloed, Ökonomische Bildung an allgemeinbildenden Schulen. Bildungsstandards. Standards für die Lehrerbildung. Im Auftrag vom Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft, Essen/ Lahr/ Kiel, Mai 2010
  - 29 Matthias Holland-Letz, Nicht nur ein homo oeconomicus. Interview mit Gerd-E. Famulla, in: Erziehung und Wissenschaft, 4/2011, Seite 27
  - 30 siehe: Hedtke/ Famulla/ Fischer/ Weber/ Zurstrassen, Für eine bessere ökonomische Bildung! Kurzexperte zum Gutachten Ökonomische Bildung an allgemeinbildenden Schulen, Dezember 2010
  - 31 Matthias Holland-Letz, Nicht nur ein homo oeconomicus. Interview mit Gerd-E. Famulla, in: Erziehung und Wissenschaft, 4/2011, Seite 27
  - 32 ebda.

## 4. Fallbeispiele II

---

### 4.1 „Lernen rund um Kaugummi“ – Unterrichtsmaterial von Wrigley

„Aktuelle Unterrichtsmaterialien zum Thema Umwelterziehung“. Vollmundig bewirbt der Kaugummi-Hersteller Wrigley GmbH sein Lehrmaterial für die Sekundarstufe 1.<sup>1</sup> „Kauen mit Köpfchen. Lernen rund um Kaugummi“, heißt die 15seitige Broschüre. Auch sie ist kostenlos zu haben. Eines der Lernziele: Schüler sollen am Beispiel „Umgang mit Kaugummi“ erfahren, wie optimale Abfallentsorgung aussehen kann.<sup>2</sup> Das Heft enthält einen Fragebogen „Mein Umgang mit Abfall“ und eine Checkliste „Abfallentsorgung an unserer Schule“. Doch bereits Seite 9 transportiert Produktwerbung. „Kaugummikauen macht Spaß und bietet viele Vorteile“, soll den Schülerinnen und Schülern beigebracht werden.<sup>3</sup> „So kann Kauen helfen, zwischendurch die Zähne zu pflegen, sich besser zu konzentrieren oder Stress zu mildern.“

Wrigley, ein Tochterunternehmen des US-Süßwarenriesen Mars, will sein Lehrmaterial auch im Englisch-Unterricht eingesetzt wissen. „What is your attitude towards chewing gum?“ („Wie stehst Du zu Kaugummi?“), lautet die Überschrift des Arbeitsblattes.<sup>4</sup> Die Schüler sollen Fragen beantworten wie: „Why do people like to chew gum?“ („Warum mögen Menschen, Kaugummi zu kauen?“). „Praktizierende Lehrer“ und „erfahrene Lehrbuchautoren“ hätten die Materialien verfasst, schreibt Wrigley.<sup>5</sup> Erschienen ist „Kauen mit Köpfchen“ im Care-Line Verlag in Neuried.

Das mit reichlich Reklame bestückte Lehrmaterial stößt auf Akzeptanz. Etwa beim Förderverein Schulbiologiezentrum Hamburg e.V.. Der veröffentlicht 2011 eine Broschüre zum Thema Müllvermeidung, inklusive Literaturliste für den Schulunterricht.<sup>6</sup> Auf der Liste steht auch: „Kauen mit Köpfchen“ von Wrigley.<sup>7</sup>

---

## 4.2 Wie Messe-Veranstalter in Unterrichtsmaterialien für sich werben

Die Aufmachung wirkt hochseriös: „Praxiskontakt Messen – Teil 1 Unternehmerischer Marketing-Mix“, lautet der Titel.<sup>8</sup> 48 Seiten enthalten fachdidaktische Anleitungen sowie Materialien für den Wirtschafts- und Sozialkundeunterricht in der gymnasialen Oberstufe. Ziel: „Schülerinnen und Schülern den speziellen Blick auf den Wirtschaftsbereich Messen und Ausstellungen eröffnen.“<sup>9</sup>

Teil 1 der auf mehrere Ausgaben angelegten Materialien geht der Frage nach, welche Rolle Messen im Marketing von Firmen spielen. „Viele Märkte sind heute gesättigt“, schreiben die Autoren.<sup>10</sup> „Nicht die Deckung eines Grundbedarfs steht mehr im Vordergrund für eine Kaufentscheidung, sondern der mit dem Konsum gekoppelte persönliche Ausdruck.“ Das stimmt. Doch was an diesem (Über-)Konsum zu kritisieren ist, steht nicht in der Broschüre. Stattdessen lernen die Oberstufenschülerinnen und -schüler, dass Deutschland als Veranstaltungsort für Messen „weltweit führend“ ist.<sup>11</sup> Dass Messen „eine nicht unerhebliche Bedeutung“ für den jeweiligen Veranstaltungsort haben.<sup>12</sup> Dass Messen für Jobs sorgen, in Hotels und Restaurants, bei Taxiunternehmen und Messebauunternehmen. „Insgesamt belaufen sich die durch die Messen induzierten Arbeitsplätze auf 226.000 Personen“, heißt es umständlich formuliert auf Seite 11.

Kein Wort darüber, dass Messen Veranstaltungen sind, die der Steuerzahler in hohem Maße subventioniert. Der Münchner Ökonom Professor Robert von Weizsäcker kritisiert seit Jahren: Jedes Bundesland pappelt seine eigenen Messestandorte durch – ohne ausreichend zu prüfen, ob diese gebraucht werden.<sup>13</sup> Bundesweite Folge, so von Weizsäcker bereits 2007: „Es gibt Überkapazitäten von etwa einem Drittel.“<sup>14</sup> Um ihre Hallen zu füllen, jagen sich die Messegesellschaften gegensei-

---

tig Veranstaltungen ab. So wechselte die Computerspielmesse vor wenigen Jahren von Leipzig nach Köln. Von Weizsäcker bezweifelt zudem, dass die Messen so viele Arbeitsplätze schaffen, wie von der Messelobby behauptet. Auch davon steht nichts in den Unterrichtsmaterialien.

Verfasst wurde „Praxiskontakt Messen“ vom Institut für Ökonomische Bildung (IÖB) in Oldenburg. Mitherausgeber ist der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA). Zur Lobbyorganisation AUMA gehören unter anderem die deutschen Messe- und Ausstellungsveranstalter.<sup>15</sup>

### **4.3 Produktwerbung auch in Kindertagesstätten – „Mein Lego Erzählbuch“**

Es kommt bunt und fröhlich daher: „Mein Lego Erzählbuch“, angepriesen als Lehrmaterial für Kindertagesstätten.<sup>16</sup> Ein Bilderbuch mit „Bausteinen zum Sprachenlernen“. 24 Seiten zeigen farbenfrohe Alltagsszenen, daneben stehen die dazu passenden Vokabeln, jeweils auf Deutsch, Türkisch, Arabisch, Russisch und Englisch. Beispiel: Eine Szene auf dem Bauernhof. „Huhn“ heißt auf Türkisch „Tavuk“, „Kuh“ heißt im Türkischen „Inek“. Damit fördert das Lehrbuch nach eigenen Angaben auch „die Offenheit für Integration.“<sup>17</sup>

Das Angebot ist für Kitas kostenlos, Dank des Sponsors Lego GmbH. Doch die Interessen des Spielzeugherstellers kommen nicht zu kurz – auf allen Seiten sind Lego-Produkte abgebildet. Also Produktwerbung. Als Lieferant dient sich die Blattwerk Media OHG an, eine Marketing-Agentur in Recklinghausen.<sup>18</sup> Sie beliefert nach eigenen Angaben 7.200 Kitas und 2.600 Grundschulen bundesweit mit gesponserten Gratis-Produkten.<sup>19</sup> Mal sind es Bücher und Malhefte, mal Puzzles und Bastel-



---

utensilien. Zu den Kunden zählen Mattel, Deichmann, E.ON und Super RTL. Will ein Unternehmen 2.000 Schulen mit einer „Produktprobe“ beliefern, kostet das bei Blattwerk Media 67.760 Euro.<sup>20</sup>

**Produktwerbung an Grundschulen**

**„... Die Austeilung Ihrer Produktproben an die Schüler findet über die Lehrer statt, wird also in den Schulalltag integriert und auf diese Weise intensiv wahrgenommen.“<sup>21</sup>**

Marketing-Agentur Blattwerk Media

---

## Quellen

- 1 Wrigley GmbH (Hrsg.), Kauen mit Köpfchen. Aktuelle Unterrichtsmaterialien für die Sekundarstufe 1 zum Thema Umwelterziehung, Neuried 2009; zum Download unter: [www.wrigley.de/engagement/kmk.htm](http://www.wrigley.de/engagement/kmk.htm), aufgerufen am 16.5.2013
- 2 Wrigley GmbH (Hrsg.), Kauen mit Köpfchen, Seite 5
- 3 Wrigley GmbH (Hrsg.), Kauen mit Köpfchen, Seite 9
- 4 Wrigley GmbH (Hrsg.), Kauen mit Köpfchen, Seite 8
- 5 Wrigley GmbH (Hrsg.), Kauen mit Köpfchen, Seite 3
- 6 Förderverein Schulbiologiezentrum Hamburg e.V., Lynx, Ausgabe 02/2011, Wenig Müll – wir handeln! Faszination Wertstoffe in der Schule
- 7 Förderverein Schulbiologiezentrum Hamburg e.V., Lynx, Ausgabe 02/2011, Wenig Müll – wir handeln! Faszination Wertstoffe in der Schule, Seite 40
- 8 Institut für Ökonomische Bildung, Oldenburg/ Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., Praxiskontakt Messen. Teil 1 – Unternehmerischer Marketing-Mix, Oldenburg/Berlin März 2012
- 9 [www.ioeb.de/praxiskontakt-messen](http://www.ioeb.de/praxiskontakt-messen); aufgerufen am 16.5.2013
- 10 Praxiskontakt Messen. Teil 1 – Unternehmerischer Marketing-Mix, Seite 21
- 11 Praxiskontakt Messen. Teil 1 – Unternehmerischer Marketing-Mix, Seite 9
- 12 Praxiskontakt Messen. Teil 1 – Unternehmerischer Marketing-Mix, Seite 10
- 13 Gabriele Renz, Wettlauf um Subventionen. Interview mit Prof. Robert von Weizsäcker, in: Südkurier, 19.10.2007
- 14 Gabriele Renz, Wettlauf um Subventionen. Interview mit Prof. Robert von Weizsäcker, in: Südkurier, 19.10.2007
- 15 [www.auma.de/\\_pages/](http://www.auma.de/_pages/); aufgerufen am 16.5.2013
- 16 „Bausteine zum Sprachenlernen. Mein Lego Erzählbuch“, zum Download unter: [www.blattwerk-media.de/fileadmin/user\\_download/lego\\_Erzaehlbuch\\_PDF\\_homepage.pdf](http://www.blattwerk-media.de/fileadmin/user_download/lego_Erzaehlbuch_PDF_homepage.pdf); aufgerufen am 15.5.2013
- 17 „Bausteine zum Sprachenlernen. Mein Lego Erzählbuch“, Seite 24
- 18 [www.blattwerk-media.de/](http://www.blattwerk-media.de/)
- 19 Blattwerk Media, Mediadaten 2013, Seite 3
- 20 Blattwerk Media, Mediadaten 2013, Seite 21
- 21 Blattwerk Media, Mediadaten 2013, Seite 19

## 5. Die Akteure und ihre Netzwerke

### 5.1 Institut für Ökonomische Bildung gGmbH (IÖB), Oldenburg

Arbeitet als An-Institut der Universität Oldenburg.<sup>1</sup> Ziel: „Etablierung der ökonomischen Bildung im deutschen allgemeinbildenden Schulwesen“ sowie „Implementierung curricularer Innovationen“.<sup>2</sup> Fordert, bundesweit das Unterrichtsfach Wirtschaft einzuführen.<sup>3</sup> Bildet Lehrkräfte weiter und produziert Unterrichtsmaterialien.

Das Institut erfährt „wesentliche Unterstützung durch das Land Niedersachsen“ sowie durch „die Oldenburger und regionale Wirtschaft.“ Als Institutsdirektor tritt Professor Hans Kaminski auf. Vorsitzender des Aufsichtsrats ist Werner Brinker, der Vorstandsvorsitzende des norddeutschen Energieversorgers EWE AG.<sup>4</sup> Werner Brinker gehört auch zum Beirat, ebenso Stefan Empter von der Bertelsmann-Stiftung. Das IÖB kooperiert mit „Handelsblatt macht Schule“.<sup>5</sup>

Bereits 1999 untersuchte Hans Kaminski, wie Wirtschaft in den Lehrplänen von Gymnasien verankert ist. Kaminskis Aufsatz erschien im Buch „Wirtschaft in der Schule“, herausgegeben von Bertelsmann-Stiftung, Heinz-Nixdorf-Stiftung und Ludwig-Erhard-Stiftung.<sup>6</sup> 2008 publizierten die Oldenburger im Auftrag des Bundesverbandes deutscher Banken eine „Konzeption für die Ökonomische Bildung“.<sup>7</sup> Kaminski verfasste ein Schulbuch mit dem Titel „Kompetenz Politik-Wirtschaft“, für Jahrgangsstufe 9 an Gymnasien, zugelassen in Niedersachsen. Ein Werk, das die Perspektive von Arbeitnehmern vernachlässige, urteilt der Hannoveraner Politikdidaktiker Moritz-Peter Haarmann.<sup>8</sup> „Das niedersächsische Kultusministerium sollte die Zulassung des Lehrwerks... dringend überprüfen!“, schreibt Haarmann abschließend. Das IÖB weist die Kritik zurück.<sup>9</sup>

---

## 5.2 wigy e.V., Oldenburg

Eng verbunden mit dem Institut für Ökonomische Bildung (IÖB). Setzt sich seit 20 Jahren dafür ein, „ökonomische Bildung als integralen Bestandteil im allgemein bildenden Schulwesen zu verankern.“<sup>10</sup> Bietet derzeit „2.260 Angebote“ für den Wirtschaftsunterricht, und zwar Arbeitsblätter, Unterrichtseinheiten, Zeitungsartikel sowie „multimediale Aufnahmen“.<sup>11</sup> Kooperiert mit „Handelsblatt macht Schule“. Vermittelt Unternehmensvertreter an Schulen, die dort über Themen wie „Steuern“, „Globalisierung“ oder „Standortkriterien für Unternehmen“ sprechen.<sup>12</sup>

**„Für Unternehmen und Institutionen. Fünf gute Gründe sprechen dafür, dass Sie bei wigy aktiv werden: Sie pflegen den Kontakt zu Auszubildenden, Mitarbeitern und Kunden von morgen. Sie vertreten ihre Interessen und Ideen im Dialog von Wirtschaft, Schule, Wissenschaft und Politik...“<sup>13</sup>**

Webseite des Vereins wigy e.V.

## 5.3 „Handelsblatt macht Schule“, Düsseldorf

Ein Projekt der Düsseldorfer Handelsblatt GmbH, die dem Verleger Dieter von Holtzbrinck gehört.<sup>14</sup> Gegründet 2003. Bietet kostenlose Unterrichtsmaterialien – etwa zu „Globalisierung“ oder „Unternehmen und Strukturwandel“.<sup>15</sup> Die Unterrichtseinheit „Finanzielle Allgemeinbildung“ wurde von Autoren des IÖB verfasst.<sup>16</sup> Sie entstand in „Partnerschaft“ mit der Deutschen Vermögensberatung AG, einem Finanzvertrieb, der bei Verbraucherschützern immer wieder negativ aufgefallen

---

ist. Arbeitsblatt M 50 der „Finanziellen Allgemeinbildung“ trägt die Überschrift „Erfolg mit der Deutschen Vermögensberatung – auch im Berufsleben.“<sup>17</sup>

„Handelsblatt macht Schule“ dient auch als Werbeplattform für die Zeitung („Ja, ich möchte das Handelsblatt 4 Wochen kostenlos und unverbindlich nutzen“).<sup>18</sup> Die Düsseldorfer vermitteln Mitarbeiter von Unternehmen an Schulen („die... für eine Doppelstunde Ihren Lehrauftrag übernehmen.“)<sup>19</sup> Außerdem veranstalten sie in Berlin den jährlichen Kongress „Wirtschaft und Schule – Partner für die Zukunft“.<sup>20</sup> Dort referieren Angehörige von von Unternehmen und wirtschaftsnahen Einrichtungen. Beispiel 2012: Vertreten waren Deutsche Bahn AG, Lanxess AG, Klett MINT GmbH, My Finance Coach-Stiftung, Vodafone-Stiftung oder Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände.<sup>21</sup> Gewerkschafterinnen und Gewerkschafter suchte man vergeblich unter den Referenten.

***Was wirtschaftsnahe Teilnehmer zum Handelsblatt-Schulkongress sagen***

***„Gute Networking-Veranstaltung in netter und gut organisierter Atmosphäre.“***

Christina Bartz, Institut der deutschen Wirtschaft Consult GmbH

---

## **5.4 Zeitbild Verlag und Agentur für Kommunikation GmbH, Berlin**

„An Bildungseinrichtungen ist Zeitbild eine anerkannte Institution“, wirbt die Berliner Zeitbild Verlag und Agentur für Kommunikation GmbH.<sup>23</sup> „Aktuelle Themen... werden auf verständliche Weise erklärt, lange bevor diese den Weg in Schulbücher finden“. Die GmbH unterhält auch eine PR-Agentur. Deren Spezialität laut eigener Darstellung seien „Public-Private-Partnership-Aktionen mit Ministerien, Unternehmen und Medien zu komplexen Bildungsthemen.“<sup>24</sup>

Auf heftigen Widerspruch stieß 2011 die kostenlose Zeitbild-Unterrichtsbroschüre zum Thema Linksextremismus, veröffentlicht mit Unterstützung von Bundesfamilienministerin Kristina Schröder (CDU).<sup>25</sup> Das Heft verweist auf einen Linksextremismus-Workshop der Robert-Bosch-Stiftung.<sup>26</sup> Von „propagandistischer Anprangerung“ spricht Martina Schmerl, Referentin beim GEW-Hauptvorstand. Sie kritisiert etwa, dass die Broschüre die Tageszeitungen Neues Deutschland und junge Welt im Lehrmaterial als „linksextremistische Medien“ einstuft.

Zeitbild bietet weitere, kostenlose Lehrmaterialien an. Beispiele: „Personalisierte Medizin“ (in Zusammenarbeit mit dem Verband forschender Arzneimittelhersteller), „Kernenergie“ (mit dem Deutschen Atomforum), „Fischkonsum und Nachhaltigkeit“ (gefördert vom Fisch-Informationszentrum e.V.).

Wieviel die „Partner“ aus Wirtschaft, Behörden oder Stiftungsszene auf den Tisch legen, um Zeitbild-Lehrmaterial zu fördern? 150.000 Euro zahlte etwa die Duisburger Stiftung Mercator für die Broschüre „Die Türkei in Europa“.<sup>27</sup> Ins Leben gerufen wurde die Stiftung Mercator von der Unternehmerfamilie Schmidt, Mitgründerin des Metro-Konzerns.

---

Wie Zeitbild mitteilt, beliefert man regelmäßig Lehrkräfte, Schüler und Eltern an bundesweit 17.000 Grundschulen und 25.000 weiterführenden Schulen. Dass der Verlag auf Geheiß seiner Kunden politisch einseitige Botschaften platziert, weist er von sich. „Alle Zeitbild-Ausgaben werden durch unsere unabhängige Redaktion erstellt“, betont Frank J. Richter, Geschäftsführer bei Zeitbild. Man arbeite auch mit wirtschaftsfernen Einrichtungen zusammen. Der Zeitbild-Geschäftsführer nennt als Beispiel die Welthungerhilfe, die Naturfreundejugend und den DGB<sup>28</sup>.

2006 gründete das Unternehmen die gemeinnützige Zeitbild-Stiftung. Laut eigenen Angaben kümmert sich die Stiftung um „Bildung und Erziehung von Kindern, die in sozial schwierigen Verhältnissen aufwachsen.“<sup>29</sup> Im Stiftungsbeirat sitzen Dieter Stolte, Ex-Intendant des ZDF, und Hanns-Eberhard Schleyer, ehemaliger Generalsekretär des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks.

### **5.5 Stiftung Jugend und Bildung, Wiesbaden/ Universum Kommunikation und Medien AG, Berlin**

Die gemeinnützige Stiftung Jugend und Bildung entwickelt und betreut „Projekte für die allgemeine und berufliche Bildung“.<sup>30</sup> Auch will sie die „Vielfalt schulischer Initiativen kommunizieren“ sowie deren Austausch und Wettbewerb fördern.

Gemeinsam mit Partnern produziert die Stiftung kostenlose Unterrichtsmaterialien, etwa zu „Finanzen & Steuern“ oder „Sozialpolitik“.<sup>31</sup> Kooperationspartner sind: diverse Bundesministerien, Bertelsmann-Stiftung, „Handelsblatt macht Schule“, Bundesverband Investment und Asset Management e.V. (BVI) und Gesamtverband der deutschen Versicherer.<sup>32</sup> Als Präsidentin der Stiftung amtiert Eva-Maria Kabisch, ehemalige Abteilungsleiterin in der Berliner Schulverwaltung.

---

Eng sind die Verbindungen zur FDP. Wie das Wiesbadener Tagblatt schreibt, gehörte FDP-Mitglied Siegfried Pabst im Jahr 1977 zu den Gründern der „Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e.V.“<sup>33</sup> 2005 kam die gleichnamige Stiftung hinzu. Pabst ist heute Aufsichtsrat der Universum Kommunikation und Medien AG, einem PR-Unternehmen.<sup>34</sup> Im Angebot: „digitale Medien, klassische Kampagnen oder Schulkommunikation“.<sup>35</sup>

Die Universum AG residiert in Berlin, Reinhardtstrasse 16. Nebenan ist die Bundesgeschäftsstelle der FDP zuhause. „Der FDP-nahe Universum-Verlag betreut die Webseiten der Liberalen und druckt Schulbücher“, schreibt die Süddeutsche Zeitung.<sup>36</sup> Dass Universum und Stiftung verbandelt sind, zeigt eine weitere Personalie: Universum-Vorstand Michael Jäger arbeitet gleichzeitig als Geschäftsführer der Stiftung Jugend und Bildung.<sup>37</sup>

## **5.6 Geldlehrer Deutschland e.V., Koblenz**

Bundesweit tätig, als gemeinnützig anerkannt.<sup>38</sup> Selbstgestellte Aufgabe: „Schulen bei der Vermittlung von Schlüsselqualifikationen zu finanzieller Bildung praxisnah zu unterstützen.“<sup>39</sup> Dazu vermittelt der Verein Fachleute aus Finanzwelt und Versicherungsbranche, die an allgemeinbildenden Schulen unterrichten.

Ziel sei, „in Kürze mehr als 1.000 Geldlehrer einzusetzen“. Welche Voraussetzung diese mitbringen müssen? Abgeschlossenes Lehrstudium? Pädagogische Erfahrungen? Mitnichten. „Leistungsbereitschaft, Wille und die Fähigkeit, Ihr Wissen, altersgerecht zu unterrichten“. So steht es, einschließlich Kommafehler, auf der Vereinshomepage.<sup>40</sup> Weitere erforderliche Qualifikationen: „Bedienung des BWK-miniMax 2.0“ – gemeint ist ein Taschenrechner – sowie Kenntnis des Buches „Die Geld-



---

schule 2.0“ – „das Standardwerk für finanzielle Kompetenz“. <sup>41</sup> Wer diesen Anforderungen genügt, absolviert noch eine dreitägige Ausbildung – für 2.900 Euro, auf eigene Kosten. Dann darf die Finanzfachfrau oder der Versicherungsmakler ins Klassenzimmer. Allerdings ohne Honorar. Die Arbeit als „Geldlehrer“ sei „ehrenamtliche Leistung“. <sup>42</sup>

Der Geldlehrer e.V. besitzt einen Verhaltenskodex: „Jede Produkt- und/oder Unternehmenswerbung im Geldunterricht ist strikt untersagt“. <sup>43</sup> Uneigennützig ist die Sache damit noch lange nicht. Denn jeder „Geldlehrer“ kann damit rechnen, dass er werbewirksam in die Zeitung kommt. „Wir schlagen der Schule vor, den Geldunterricht über die Lokalzeitung bekannt zu machen“, erklärt die Vereinsspitze. Öffentlichkeitsarbeit nutze schließlich auch der Schule.

Auf diese Weise genoss Frank Schröder, Vermögensberater in Bestwig im Sauerland, kostenlose Publicity. „Frank Schröder bringt Schülern an der Realschule bei, wie man das Leben am besten finanziert“, erfuhren die Leser der Westfalenpost am 7. Juni 2013. <sup>44</sup> Ein fünfspaltiger Bericht, mit Foto von Schröder. Eine Werbeanzeige dieser Größe schalten zu lassen, wäre teuer. Da scheinen 2.900 Euro für die Geldlehrer-Ausbildung gut angelegt.

**„Erweitern Sie Ihren Bekanntheitsgrad. Werden Sie angesehenen Geldlehrer in Ihrer Region.“** <sup>45</sup>

Geldlehrer e.V. auf seiner Homepage

Der Vereinsvorstand heißt Grisca Schulz und wohnt in Altnußberg-Geiersthal im Bayerischen Wald. <sup>46</sup> Seit 2001 sei er erfolgreich als Finanzdienstleister tätig, schreibt er auf seiner Homepage. Schulz verfasste das Buch „Die Geldschule 2.0“.

---

Infos über Grischa Schulz finden sich auch auf der Webseite von Bernd W. Klöckner. Der arbeitet als Trainer und Coach („Wir entwickeln Verkäufer“), nutzt das Kürzel BWK.<sup>47</sup> Dessen Homepage präsentiert Grischa Schulz als „Trainer der Klöckner-Methode“.<sup>48</sup>

Klöckner gilt auch als „Ideengeber“ für den Taschenrechner „BWK miniMax 2.0“. Den verschenken die „Geldlehrer“ an ihre Schüler. Klöckner ist zudem Mitgründer des Verlags, der den BWK-Rechner verkauft. Mit Hilfe dieses „Volksrechners“, so der Verein, könnten auch Laien Zinssätze oder Renditen im Handumdrehen berechnen. Dank fünf zusätzlicher Tasten, die jeweils für eine finanzmathematische Funktion stehen. Eintippen genügt – schon erscheint die Lösung auf dem Display.

Frauke Link, promovierte Mathematik-Didaktikerin an der Hochschule Konstanz, urteilt: Der Einsatz dieses Taschenrechners entspricht nicht den Bildungsstandards für Mathematik, die die Kultusministerkonferenz verbindlich für alle Schulen festgelegt hat.<sup>49</sup> „Jede Schülerin und jeder Schüler sollte am Ende der Klassenstufe 10 beispielsweise in der Lage sein, Zinsrechnungen mit Hilfe der Zinsformel zu lösen, Schritt für Schritt“, erklärt Frauke Link. Es könne nicht im Sinne der Mathematiklehrer sein, „diesen mühsamen Lernprozess mit einer unkritischen Benutzung des BWK miniMax umgehen zu wollen.“

Grischa Schulz sieht das anders. „Können Sie Autofahren?“, fragt der Vereinschef.<sup>50</sup> „Müssen Sie deshalb auch zwangsweise ein Auto reparieren können?“ Genauso verhalte es sich mit der Nutzung des BWK-Taschenrechners.

Im Juni 2013 gab der Verein bekannt, er habe bereits 62 „Kooperationsverträge mit Schulen“ abgeschlossen.<sup>51</sup> 2.895 Schülerinnen und Schüler seien unterrichtet worden. Außerdem: „1.855 verschenkte Bücher, 2.828

---

verschenkte Finanztaschenrechner.“<sup>52</sup> Der Verein meldet, dass bereits 91 Geldlehrer aktiv seien – „die Geldlehrerfamilie wächst“.

## **5.7 Klett MINT GmbH, Stuttgart**

Tochterunternehmen des Verlags- und Bildungsunternehmens Klett. Kümmt sich um MINT-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik). „Wir greifen ausgewählte MINT-Themen auf“, heißt es in der Selbstdarstellung, „und unterstützen Industrie, Handwerk und Wirtschaft, diese in den Schulen, den Universitäten und Hochschulen... aber auch in den frühkindlichen Bildungsangeboten zu platzieren.“<sup>53</sup> Veröffentlicht die kostenlose Lehrerzeitung „MINT Zirkel“ (Auflage 100.000).<sup>54</sup> Produziert zusammen mit „Partnern“ kostenlose Unterrichtsmaterialien. Zu den Partnern zählen die Stiftung My Finance Coach, die Deutsche Telekom-Stiftung, der wirtschaftsnahe Verein „Wissensfabrik – Unternehmen für Deutschland e.V.“ sowie „Genius“, die „WissensCommunity“ der Daimler AG.<sup>55</sup>

**„Die gezielte Platzierung Ihrer Arbeitgebermarke, Produkte oder Dienstleistungen sichert eine frühzeitige Bindung an Ihr Unternehmen... Als traditionsreiches Verlagshaus und führendes deutsches Bildungsunternehmen bieten wir Ihnen einen exzellenten Zugang in Schulen und Hochschulen. Profitieren Sie von der Marke Klett!“<sup>56</sup>**  
Werbung der Klett MINT GmbH

---

## **5.8 Capito-Agentur für Bildungskommunikation GmbH, Berlin**

Entwickelt Bildungsmaterialien, Wettbewerbe und Aktionen.<sup>57</sup> „Dabei verfolgen wir die Kommunikationsziele unserer Kunden“, meldet Capito.<sup>58</sup> Zugleich werde ein „Mehrwert für Bildungsinstitutionen“ geschaffen.<sup>59</sup> Zu den Kunden zählen Bundesministerien, Arbeiterwohlfahrt, Volksbanken und Raiffeisenbanken, Vodafone-Stiftung, der US-Medienkonzern Viacom, Super RTL und Danone.<sup>60</sup> Capito ist ein Tochterunternehmen der cobra youth communications, einer PR-Agentur, die auf Werbung für die Zielgruppe Kinder und Jugendliche spezialisiert ist.<sup>61</sup>

## **5.9 Targobank-Stiftung, Düsseldorf**

Gemeinnützige Stiftung. Der Name geht auf die Targobank zurück, die bis 2010 Citibank hieß. Zum Stiftungszweck zählt „die Förderung der Weiterbildung im Finanzdienstleistungsbereich.“<sup>62</sup> Die Stiftung ist, gemeinsam mit dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln, Trägerin des Projekts „Fit für die Wirtschaft“. Ein „modulares Unterrichtskonzept“ für Schüler der 8. und 9. Klasse.<sup>63</sup> Mitarbeiter der Targobank kommen im Rahmen dieses Projekts als „Wirtschaftstrainer“ in den Unterricht. Abgestimmt mit der zuständigen Lehrkraft, behandeln sie Themen wie „Berufliche Orientierung“ und „Der vernünftige Umgang mit dem eigenen Geld“. Dazu halten sie Kurzvorträge und bieten Übungen oder Spiele an. Dauer: Jeweils acht bis zehn Unterrichtsstunden.<sup>64</sup>

Jeder „Wirtschaftstrainer“ erhält zur Vorbereitung kostenloses Lehr- und Unterrichtsmaterial. Die „Module“ tragen Titel wie „Was ist Wirtschaft?“, „Mein Traumberuf“ oder „ABC der Finanzwelt“.<sup>65</sup> Zu den Projektunterlagen zählen auch „Hinweise für die Pressearbeit“.<sup>66</sup> „Wir wei-

---

sen die Wirtschaftstrainer in den Schulungen darauf hin, dass Werbung in Klassenzimmern verboten ist“, betont Projektleiterin Bettina Wirth.<sup>67</sup>

Gestartet 2002, beteiligen sich an „Fit für die Wirtschaft“ pro Halbjahr derzeit durchschnittlich 100 Klassen.<sup>68</sup> Targobank-Mitarbeiter hätten sich bislang 1.500 mal als „Wirtschaftstrainer“ engagiert, melden die Veranstalter.<sup>69</sup> „Fit für die Wirtschaft“ läuft nicht nur in Deutschland, sondern in 31 weiteren Ländern.<sup>70</sup> Das Projekt basiert auf Unterrichtsmaterialien der US-amerikanischen Organisation Junior Achievement Worldwide. Diese sei „die weltweit größte Non-Profit-Organisation für ökonomische Bildung für Schüler, Studenten und junge Berufstätige“.<sup>71</sup>

Berthold Rüsing, Vorstandsmitglied der Targobank, referierte im Rahmen von „Fit für die Wirtschaft“ am 24. Mai 2013 in der Schiller-Schule in Bochum.<sup>72</sup> Rüsings Vortrag, zusammengefasst auf 16 Folien, trägt den Titel „Die Finanz- und Schuldenkrise“.<sup>73</sup> Der Banker behandelte unter anderem die Frage „Wie kam es zur Finanzkrise 2008?“ Die Antwort liefern zwei Folien. Die erste trägt die Überschrift „Günstige Leitzinsen führen zu billigen Krediten“. Die zweite Folie ist überschrieben mit „Politische Vorgabe: Günstige Hypotheken“.

Sind das die Ursachen der weltweiten Finanzkrise? Niedrige Zinsen? Günstige Hypothekenkredite in den USA, damit auch Geringverdiener ein Eigenheim finanzieren können? Warum kein Wort zu den US-Investmentbanken, die Schrottkredite in Wertpapiere verpackten und der halben Welt unterjubelten? Warum nichts zur laxen Bankenaufsicht, zum Schattenbanken-System, zu den Millionen-Boni für Banker, die gewaltige Risiken eingingen?<sup>74</sup> Themen, die sich auch in einer Schule ansprechen lassen.

Rüsings Vortrag habe lediglich eine Stunde gedauert, antwortet die Targobank-Pressestelle auf Anfrage.<sup>75</sup> Das komplexe Thema sei „in verein-

---

fachter und komprimierter Form“ vermittelt worden. „Nichtsdestotrotz hat Herr Rüsing die von Ihnen genannten Punkte angesprochen“, ergänzt die Pressestelle.

### **5.10 Joachim-Herz-Stiftung, Hamburg**

Gegründet 2008. Gestiftet von Joachim Herz, dem Sohn des Tchibo-Gründers Max Herz.<sup>76</sup> Eine der reichsten Stiftungen Deutschlands. Ausgestattet mit 1,3 Milliarden Euro, die vor allem bei der Beiersdorf AG angelegt sind.<sup>77</sup> Fördert die Bereiche Persönlichkeitsbildung, Naturwissenschaften und Wirtschaft. Produziert Unterrichtsmaterialien und Projekte zur ökonomischen Bildung, zum Beispiel zur Förderung unternehmerischen Denkens („Lernmodule für Entrepreneurship Education“, entwickelt mit dem Institut für Ökonomische Bildung).<sup>78</sup> Die Stiftung gründete 2013 einen eigenen Verlag. „Das Programm konzentriert sich zunächst auf Studien, Expertisen und Unterrichtsmaterialien zur ökonomischen Bildung“,<sup>79</sup> meldet das Börsenblatt des Deutschen Buchhandels. Erste Veröffentlichung ist das Lehrbuch „Ökonomische Bildung in der Primarstufe“.<sup>80</sup>

### **5.11 Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. (IW)**

Finanziert von 120 Wirtschafts- und Arbeitgeberverbänden.<sup>81</sup> Jahresetat: Rund 10 Millionen Euro. Sitz in Köln, Konrad-Adenauer-Ufer 21. „Der Impuls für unsere wissenschaftliche Forschung ist das Eintreten für freies Unternehmertum, Wettbewerb und offene Märkte“, erklärt das IW.<sup>82</sup> Zu den IW-Projekten gehört „Fit für die Wirtschaft“ (siehe: 5.9 *Targobank-Stiftung*). Außerdem „Junior“, ein Programm zur Förderung von Schülerunternehmen. Auch mit Junior will das Institut die ökonomische Bildung an Schulen verbessern.<sup>83</sup> Zehnmal im Jahr veröffent-

---

licht das Institut das (nicht kostenlose) Lehrmaterial „Wirtschaft und Unterricht. Informationen für Lehrer“. <sup>84</sup> Hier geht es um Themen wie „Mindestlohn“, „Armut in Europa“ oder „Leere Staatskassen: Was tun?“ Außerdem im Angebot: Die (nicht kostenlose) Schriftenreihe „Thema Wirtschaft“, die sich ebenfalls an Lehrkräfte richtet. <sup>85</sup> Das IW produziert sowohl „Wirtschaft und Unterricht“ als auch „Thema Wirtschaft“ in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft. <sup>86</sup>

### **5.12 Bundesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft (BUAG), Berlin**

Getragen von der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) und dem Institut der deutschen Wirtschaft. <sup>87</sup> Regionale SchuleWirtschaft-Arbeitskreise existieren seit mehr als 40 Jahren. Hier treffen sich Vertreter von Schulen und der Wirtschaft. Motto: „Wir bauen Brücken“. <sup>88</sup> Im Auftrag der BUAG untersuchte das IW, wie Schulbücher die Themen Unternehmer und Soziale Marktwirtschaft darstellen.

SchuleWirtschaft konzipierte ein Wirtschaftsplanspiel namens beachmanager. <sup>89</sup> Das soll, unterstützt von McDonald's, die ökonomischen Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I fördern. „Angeleitet von ihrer Lehrkraft, schlüpfen die Schüler in die Rolle von Unternehmen, die in Teamarbeit ein Wassersportcenter am Ufer eines großen Badesees führen“, so SchuleWirtschaft. <sup>90</sup>

BUAG-Partner sind unter anderem: Bertelsmann-Stiftung, Stiftung der Deutschen Wirtschaft, Siemens und das Bundesministerium für Wirtschaft. <sup>91</sup> Auf der Homepage von SchuleWirtschaft verweisen Links auf IÖB, „Handelsblatt macht Schule“, wigy e.V., INSM und den Bundesverband deutscher Banken. <sup>92</sup>

---

### **5.13 Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft GmbH (INSM), Berlin**

PR-Agentur der Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie.<sup>93</sup> Jahresetat in 2013: 6,94 Millionen Euro.<sup>94</sup> Das Institut der deutschen Wirtschaft, ein enger Kooperationspartner der INSM, bezeichnet die Berliner GmbH als „Stimme der ökonomischen Vernunft in der Reformdebatte“.<sup>95</sup> Die INSM nutzte in der Vergangenheit verdeckte Marketingmethoden, mitunter hart an der Grenze der Legalität (*siehe* 3.2). Bietet auf ihrem Lehrerportal „Wirtschaft und Schule“ kostenlose Unterrichtsmaterialien.<sup>96</sup>

**„In Artikel 14 Absatz 2 heißt es: „Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“ Zugegeben, dieses Gebot ist ohne Zweifel gut gemeint, doch von einer freiheitlichen Wirtschaftsverfassung zeugt es nun wirklich nicht.“<sup>97</sup>**

INSM-Broschüre „Das kleine 1 x 1 der Sozialen Marktwirtschaft“

### **5.14 Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw), Berlin**

Finanziert von den Arbeitgeberverbänden der Metall-, Textil- und Versicherungsbranche.<sup>98</sup> Erhält auch Steuergelder, vor allem vom Bundesbildungsministerium. Sieht sich als „Bildungsstiftung der deutschen Wirtschaft“. Vergibt unter anderem Stipendien für Lehramtsstudierende. Startete 2012 gemeinsam mit der Commerzbank-Stiftung das Projekt „Universum Wirtschaft“.<sup>99</sup> Ziel ist, „die Lehrer von morgen an-



---

zuregen, ihre späteren Schüler für Wirtschaftsthemen zu sensibilisieren.“<sup>100</sup> Wer in Berlin auf Lehramt studiert, hat die Möglichkeit, an Workshops, Expertengesprächen und Planspielen der sdw teilzunehmen.

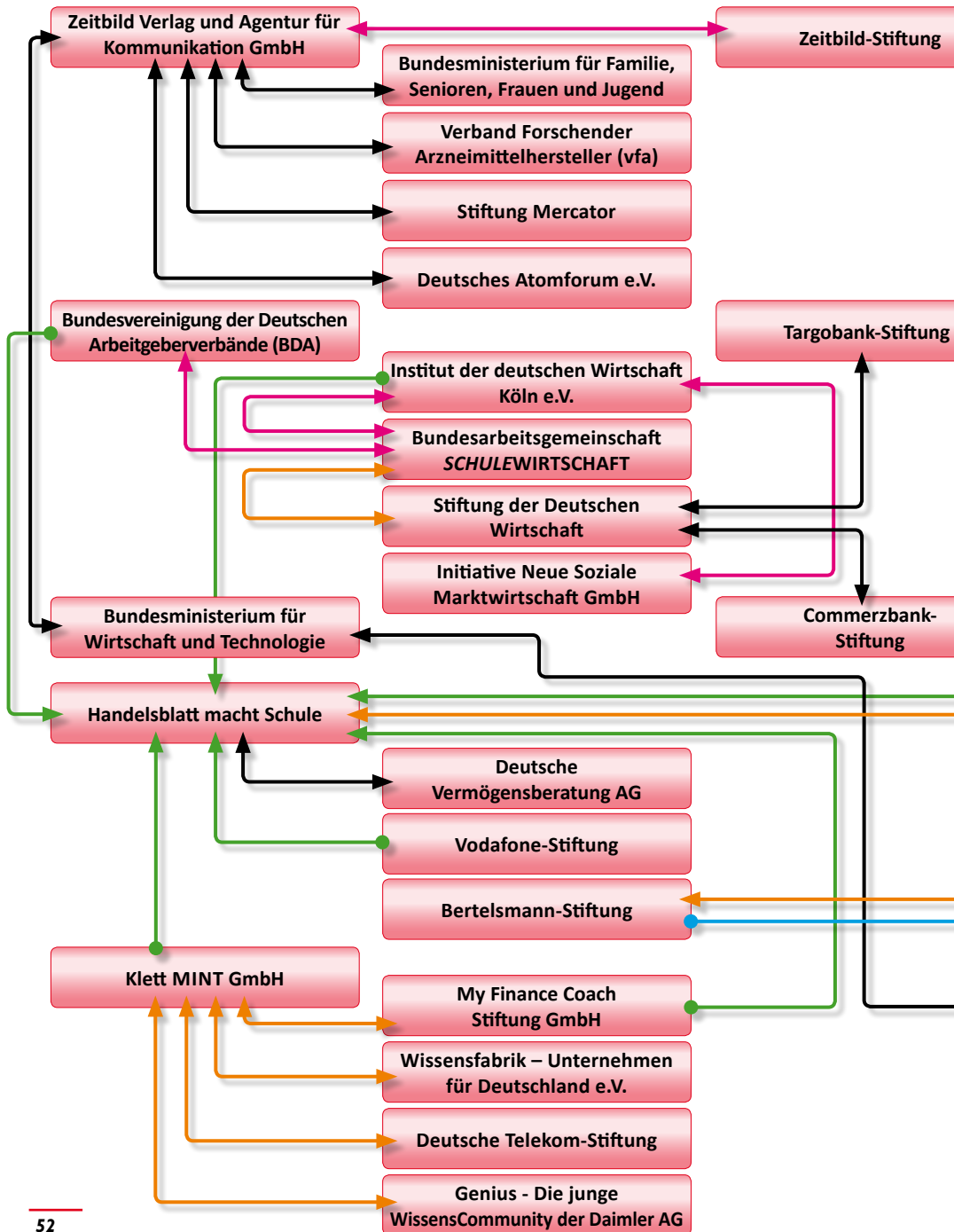
### **5.15 IFOK GmbH, Bensheim bei Frankfurt/Main**

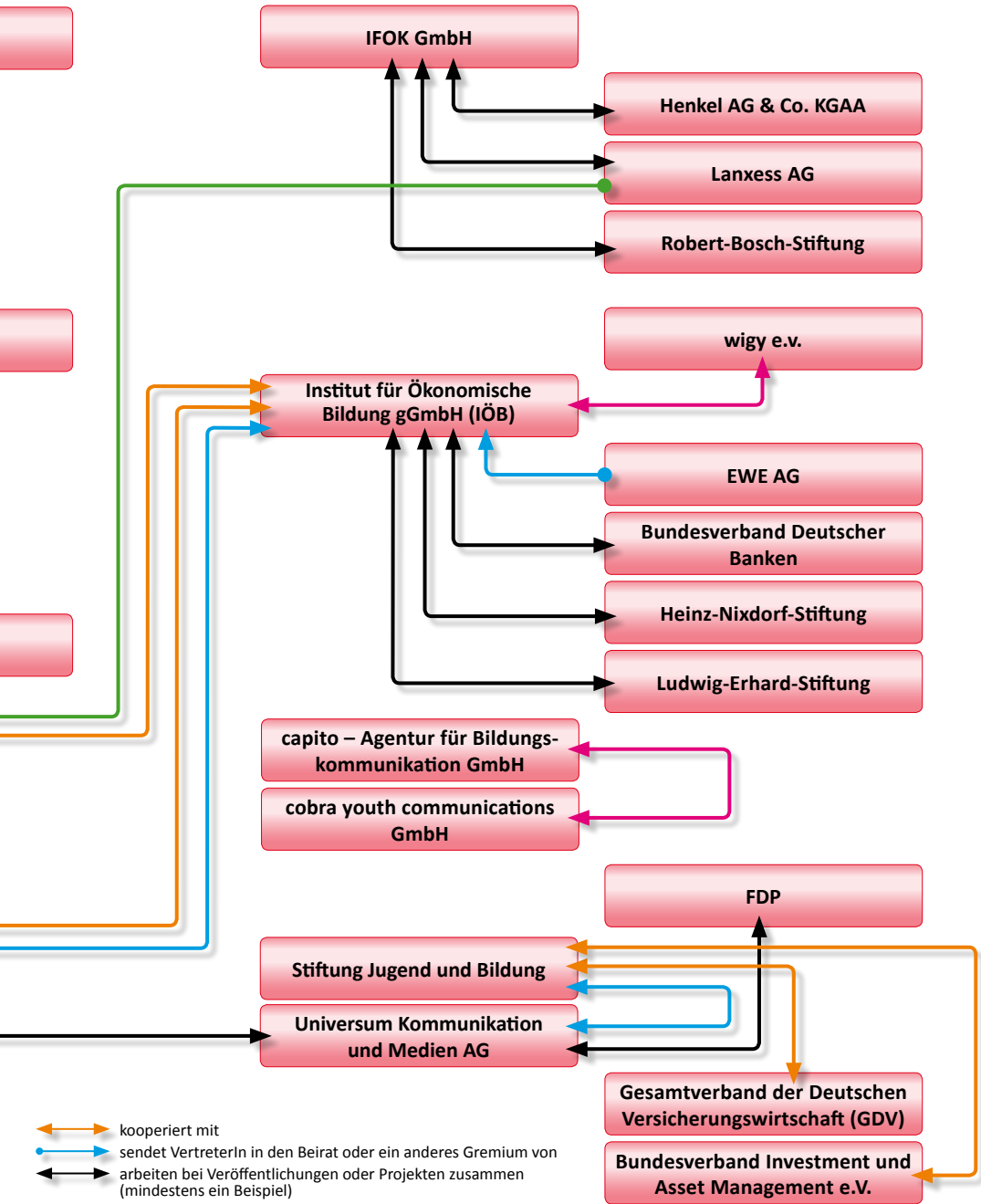
International tätiges Beratungsunternehmen mit 120 Beschäftigten. Büros auch in Berlin, München, Düsseldorf und Brüssel.<sup>101</sup> Präsentiert sich als „Strategieberatung, Think-Tank, Ideenschmiede“ und „Kommunikationsagentur“. Zum Angebot gehört, Unternehmen, Stiftungen und Behörden bei Schulprojekten zu beraten und zu unterstützen. Entsprechende Dienstleistungen tragen bei IFOK klangvolle Namen wie „School Relationship Management“ oder „Ansprache von Schulen“.<sup>102</sup> Das Beratungsunternehmen erläutert seinen Kunden, dass Schulprojekte auch „gut für das Geschäft“ sein müssen.<sup>103</sup>

Die IFOK GmbH entwickelte für das Chemieunternehmen Henkel den Schülerwettbewerb „Save your future – Nimm die Zukunft in die Hand!“.<sup>104</sup> Im Auftrag der Robert-Bosch-Stiftung gestaltete sie das Schülerprojekt „Jugend denkt Europa“.<sup>105</sup>

Zu den IFOK-Kunden gehört auch das Chemieunternehmen Lanxess AG, das 2008 bis 2010 rund 2,5 Millionen Euro in die Schulförderung steckte.<sup>106</sup> Die Lanxess AG unterstützt Schulen an den Unternehmensstandorten, die firmeneigenen Bildungsprojekte zielen vor allem auf naturwissenschaftliche Fächer. Ein kostenloses Web-Magazin bietet ergänzende Materialien zu Lanxess-Schulprojekten.<sup>107</sup> Außerdem im Angebot: Der Auftritt von Lanxess-Managern und -Experten im Unterricht.<sup>108</sup>

# Wer arbeitet mit wem?\*





- kooperiert mit
- sendet VertreterIn in den Beirat oder ein anderes Gremium von
- arbeiten bei Veröffentlichungen oder Projekten zusammen (mindestens ein Beispiel)
- eng verbunden
- entsendet Vertreter auf Kongress von

\* ohne Anspruch auf Vollständigkeit

---

## Quellen

- 1 [www.ioeb.de/ueber-uns](http://www.ioeb.de/ueber-uns); aufgerufen am 18.7.2013
- 2 [www.ioeb.de/ziele](http://www.ioeb.de/ziele); aufgerufen am 16.5.2013
- 3 [www.ioeb.de/leitidee](http://www.ioeb.de/leitidee); aufgerufen am 16.5.2013
- 4 [www.ioeb.de/aufsichtsrat](http://www.ioeb.de/aufsichtsrat); aufgerufen am 16.5.2013
- 5 [www.ioeb.de/handelsblatt-macht-schule-0](http://www.ioeb.de/handelsblatt-macht-schule-0); aufgerufen am 16.5.2013
- 6 Bertelsmann-Stiftung, Heinz Nixdorf-Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung (Hrsg.), *Wirtschaft in der Schule. Eine umfassende Analyse der Lehrpläne für Gymnasien*, Gütersloh 1999; [www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-26A08459-FFDAE001/bst/xcms\\_bst\\_dms\\_14275\\_14276\\_2.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-26A08459-FFDAE001/bst/xcms_bst_dms_14275_14276_2.pdf); aufgerufen am 17.7.2013
- 7 „Konzeption für die ökonomische Bildung als Allgemeinbildung von der Primarstufe bis zur Sekundarstufe II“, [www.ioeb.de/sites/default/files/pdf/konzeption\\_fuer\\_die\\_oekonomische\\_Bildung.pdf](http://www.ioeb.de/sites/default/files/pdf/konzeption_fuer_die_oekonomische_Bildung.pdf); aufgerufen am 16.5.2013
- 8 siehe Interview mit Moritz-Peter Haarmann im ZDF-Politikmagazin *Frontal 21*, gesendet am 30.4.2013. Nach der Sendung verfasste Haarmann eine ausführliche Stellungnahme mit dem Titel „Über eindimensionale Kompetenz. Eine Analyse des Kapitels „Unternehmen“ aus dem Schulbuch „Kompetenz Politik-Wirtschaft“, Vorabdruck eines Aufsatzes in der Zeitschrift „Politik Unterrichten“, Nr. 1/2013
- 9 IÖB, *Frontal 21* „Lobbyisten im Klassenzimmer“ vom 30.4.2013. Richtigstellung des Instituts für Ökonomische Bildung, 2.5.2013
- 10 [www.wigy.de/](http://www.wigy.de/); aufgerufen am 9.7.2013
- 11 ebda.
- 12 [www.wigy.de/praxiskontakte/](http://www.wigy.de/praxiskontakte/); aufgerufen am 9.7.2013
- 13 [www.wigy.de/wigy-fuer-unternehmeninstitutionen/](http://www.wigy.de/wigy-fuer-unternehmeninstitutionen/); aufgerufen am 9.7.2013
- 14 [www.vhb.de/VHBCContent/Unternehmen/Daten-und-Fakten/default\\_25.aspx](http://www.vhb.de/VHBCContent/Unternehmen/Daten-und-Fakten/default_25.aspx); aufgerufen am 18.7.2013
- 15 ausführliche Kritik in: Reinhold Hedtke, Keine Ahnung von Wissen. *Handelsblatt macht Politik und Schule*, in: *HLZ. Zeitschrift der GEW Hessen*, Heft 6, Juni 2013, Seite 10ff.
- 16 Michael Koch, Stephan Friebel, Martina Raker (Institut für Ökonomische Bildung), Unterrichtseinheit „Finanzielle Allgemeinbildung“, Oldenburg 2011
- 17 Michael Koch, Stephan Friebel, Martina Raker (Institut für Ökonomische Bildung), Unterrichtseinheit „Finanzielle Allgemeinbildung“, Oldenburg 2011, Seite 127
- 18 [www.handelsblattmachtschule.de/seiten/material\\_bestellen.php](http://www.handelsblattmachtschule.de/seiten/material_bestellen.php); aufgerufen am 16.5.2013
- 19 [www.handelsblattmachtschule.de/seiten/aktionen\\_mms.php](http://www.handelsblattmachtschule.de/seiten/aktionen_mms.php); aufgerufen am 16.5.2013
- 20 [www.handelsblattmachtschule.de/seiten/aktionen\\_kongress2012.php?na=4199](http://www.handelsblattmachtschule.de/seiten/aktionen_kongress2012.php?na=4199); aufgerufen am 16.5.2013; siehe auch: *Privatisierungsreport Nr. 10*, Seite 44ff.
- 21 [www.handelsblatt-schule.de/ihre-referenten/](http://www.handelsblatt-schule.de/ihre-referenten/); aufgerufen am 16.5.2013
- 22 [www.handelsblatt-schule.de/referent-dr-margareta-brauer-schroeder/](http://www.handelsblatt-schule.de/referent-dr-margareta-brauer-schroeder/); aufgerufen am 16.5.2013
- 23 [www.zeitbild.de/uber-uns/uber-zeitbild/zeitbild-verlag/](http://www.zeitbild.de/uber-uns/uber-zeitbild/zeitbild-verlag/); aufgerufen am 17.5.2013
- 24 [www.zeitbild.de/uber-uns/uber-zeitbild/zeitbild-agentur/](http://www.zeitbild.de/uber-uns/uber-zeitbild/zeitbild-agentur/); aufgerufen am 17.5.2013
- 25 *Zeitbild Wissen*, „Demokratie stärken – Linksextremismus verhindern“, München, September 2011

- 
- 26 Zeitbild Wissen, „Demokratie stärken – Linksextremismus verhindern“, München, September 2011, Seite 18
- 27 [www.stiftung-mercator.de/die-stiftung/finanzen/bewilligungen.html?tx\\_cagts%5Bdo\\_submit%5D=true&tx\\_cagts%5BdataPid%5D=427&tx\\_cagts%5BsortBy%5D=JAHR\\_DER\\_BEWILLIGUNG&tx\\_cagts%5BsortDirection%5D=desc&tx\\_cagts%5BstartPagination%5D=20](http://www.stiftung-mercator.de/die-stiftung/finanzen/bewilligungen.html?tx_cagts%5Bdo_submit%5D=true&tx_cagts%5BdataPid%5D=427&tx_cagts%5BsortBy%5D=JAHR_DER_BEWILLIGUNG&tx_cagts%5BsortDirection%5D=desc&tx_cagts%5BstartPagination%5D=20); aufgerufen am 17.5.2013
- 28 Zeitbild produzierte in Zusammenarbeit mit dem DGB den Wettbewerb mit Unterrichtsmaterial „Jugend gestaltet die Zukunft“, so Frank J. Richter gegenüber dem Autor per E-Mail am 4.4.2013.
- 29 [www.zeitbild-stiftung.de/](http://www.zeitbild-stiftung.de/); aufgerufen am 17.5.2013
- 30 [www.jugend-und-bildung.de/webcom/show\\_article.php/\\_c-108/i.html](http://www.jugend-und-bildung.de/webcom/show_article.php/_c-108/i.html); aufgerufen am 17.5.2013
- 31 [www.jugend-und-bildung.de/webcom/show\\_jubsl.php/\\_c-239/i.html](http://www.jugend-und-bildung.de/webcom/show_jubsl.php/_c-239/i.html); aufgerufen am 17.5.2013
- 32 [www.jugend-und-bildung.de/webcom/show\\_article.php/\\_c-40/i.html](http://www.jugend-und-bildung.de/webcom/show_article.php/_c-40/i.html), aufgerufen am 17.5.2013
- 33 Beke Heeren-Pradt, Engagement für bessere Bildung, Wiesbadener Tagblatt, 11.7.2012
- 34 [www.universum.com/de/impressum](http://www.universum.com/de/impressum); aufgerufen am 17.5.2013
- 35 ebda.
- 36 Thorsten Denkler, Liberales Bildungs-Business, [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de), 30.3.2011
- 37 [www.jugend-und-bildung.de/webcom/show\\_page.php/\\_c-19/\\_nr-1/\\_lkm-7/i.html](http://www.jugend-und-bildung.de/webcom/show_page.php/_c-19/_nr-1/_lkm-7/i.html); aufgerufen am 17.5.2013
- 38 [www.geldlehrer.de/aktuelles/service/impressum/](http://www.geldlehrer.de/aktuelles/service/impressum/); aufgerufen am 16.5.2013
- 39 [www.geldlehrer.de/start/](http://www.geldlehrer.de/start/); aufgerufen am 16.5.2013
- 40 [www.geldlehrer.de/fuer-geldlehrer/](http://www.geldlehrer.de/fuer-geldlehrer/); aufgerufen am 16.5.2013
- 41 ebda.
- 42 [www.geldlehrer.de/index.php?id=212](http://www.geldlehrer.de/index.php?id=212); aufgerufen am 16.5.2013
- 43 ebda.
- 44 Felix Laurenz, Jetzt gibt's in Bestwig auch den Geldunterricht, in: Westfalenpost, 7. Juni 2013
- 45 [www.geldlehrer.de/fuer-geldlehrer/](http://www.geldlehrer.de/fuer-geldlehrer/); aufgerufen am 16.5.2013
- 46 [www.grischaschulz.de/geldlehrer/](http://www.grischaschulz.de/geldlehrer/); aufgerufen am 16.5.2013
- 47 [www.berndwkloeckner.com/trainer-team/grischa-schulz/](http://www.berndwkloeckner.com/trainer-team/grischa-schulz/); aufgerufen am 16.5.2013
- 48 ebda.
- 49 Frauke Link, Statement zum Taschenrechner „BWK miniMax“ des Vereins Geldlehrer e.V., 30. Juni 2013
- 50 Grischa Schulz, E-Mail an den Autor vom 4.7.2013
- 51 [www.geldlehrer.de/start/](http://www.geldlehrer.de/start/); aufgerufen am 31.7.2013
- 52 ebda.
- 53 [www.klett-mint.de/ueber-uns/](http://www.klett-mint.de/ueber-uns/); aufgerufen am 27.5.2013
- 54 [www.klett-mint.de/fileadmin/Mediadaten/MINT\\_Zirkel\\_Mediainformationen\\_2013\\_NEU.pdf](http://www.klett-mint.de/fileadmin/Mediadaten/MINT_Zirkel_Mediainformationen_2013_NEU.pdf); aufgerufen am 27.5.2013
- 55 [www.klett-mint.de/partner/](http://www.klett-mint.de/partner/); aufgerufen am 27.5.2013
- 56 [www.klett-mint.de/fileadmin/Mediadaten/Klett\\_MINT\\_Mediadaten\\_2013.pdf](http://www.klett-mint.de/fileadmin/Mediadaten/Klett_MINT_Mediadaten_2013.pdf); Seite 3; aufgerufen am 27.5.2013

- 
- 57 [www.capito.de/agentur/leistungen/full-service.html](http://www.capito.de/agentur/leistungen/full-service.html); aufgerufen am 28.7.2013
- 58 [www.capito.de/agentur/bildungskommunikation.html](http://www.capito.de/agentur/bildungskommunikation.html); aufgerufen am 28.7.2013
- 59 ebda.
- 60 [www.capito.de/agentur/referenzen/projekte.html?tx\\_browser\\_pi1%5Bpointer%5D=1&cHash=d1d1a2c1e368ecafdd86171c01b803c5](http://www.capito.de/agentur/referenzen/projekte.html?tx_browser_pi1%5Bpointer%5D=1&cHash=d1d1a2c1e368ecafdd86171c01b803c5); aufgerufen am 22.5.2013
- 61 [www.cobrayouth.de/netzwerk/](http://www.cobrayouth.de/netzwerk/); aufgerufen am 22.5.2013; cobra youth verantwortet u.a. die Konzeption und Umsetzung der WissensCommunity Genius der Daimler AG
- 62 [www.targobank-stiftung.de/stiftungszweck.html](http://www.targobank-stiftung.de/stiftungszweck.html); aufgerufen am 22.7.2013
- 63 [www.iwkoeln.de/de/institut/projekte](http://www.iwkoeln.de/de/institut/projekte); aufgerufen am 22.7.2013
- 64 [www.fitfuerdiewirtschaft.de/wirtschaftstrainer/bewerbung-wirtschaftstrainer/bewerbungsformular-wirtschaftstrainer.html](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/wirtschaftstrainer/bewerbung-wirtschaftstrainer/bewerbungsformular-wirtschaftstrainer.html); aufgerufen am 22.7.2013
- 65 [www.fitfuerdiewirtschaft.de/das-projekt/themen-inhalte.html](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/das-projekt/themen-inhalte.html); aufgerufen am 22.7.2013
- 66 [www.fitfuerdiewirtschaft.de/service/downloads.html](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/service/downloads.html); aufgerufen am 22.7.2013
- 67 Bettina Wirth, Projektleiterin von „Fit für die Wirtschaft“, arbeitet für ein Tochterunternehmen des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, die Junior gGmbH
- 68 dazu und zum Folgenden: Flyer „Fit für die Wirtschaft“, zum Download unter: [www.fitfuerdiewirtschaft.de/fileadmin/redaktion/Allgemeine\\_Informationen/Flyer\\_FIT\\_FUER\\_DIE\\_WIRTSCHAFT.pdf](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/fileadmin/redaktion/Allgemeine_Informationen/Flyer_FIT_FUER_DIE_WIRTSCHAFT.pdf); aufgerufen am 22.7.2013
- 69 [www.fitfuerdiewirtschaft.de/fileadmin/redaktion/Allgemeine\\_Informationen/Das\\_Projekt.pdf](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/fileadmin/redaktion/Allgemeine_Informationen/Das_Projekt.pdf); aufgerufen am 22.7.2013
- 70 dazu und zum Folgenden: Flyer „Fit für die Wirtschaft“, zum Download unter: [www.fitfuerdiewirtschaft.de/fileadmin/redaktion/Allgemeine\\_Informationen/Flyer\\_FIT\\_FUER\\_DIE\\_WIRTSCHAFT.pdf](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/fileadmin/redaktion/Allgemeine_Informationen/Flyer_FIT_FUER_DIE_WIRTSCHAFT.pdf); aufgerufen am 22.7.2013
- 71 ebda.
- 72 [www.fitfuerdiewirtschaft.de/presse/vollansicht.html?tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=61&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=24&cHash=c438feae435201b7bc02e01a14fb7517](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/presse/vollansicht.html?tx_ttnews%5BbackPid%5D=61&tx_ttnews%5Btt_news%5D=24&cHash=c438feae435201b7bc02e01a14fb7517); aufgerufen am 29.7.2013
- 73 Vortragsfolien zu finden unter: [www.fitfuerdiewirtschaft.de/presse/vollansicht.html?tx\\_ttnews%5BbackPid%5D=61&tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=24&cHash=c438feae435201b7bc02e01a14fb7517](http://www.fitfuerdiewirtschaft.de/presse/vollansicht.html?tx_ttnews%5BbackPid%5D=61&tx_ttnews%5Btt_news%5D=24&cHash=c438feae435201b7bc02e01a14fb7517); aufgerufen am 22.7.2013
- 74 vgl. Privatisierungsreport Nr. 10. Wie die Finanzkrise die Privatisierung des Bildungswesens vorantreibt
- 75 Adib Sisani, Pressesprecher der Targobank, am 25.7.2013 in einer E-Mail an den Autor
- 76 <http://joachim-herz-stiftung.de/de/about/joachim-herz/>; aufgerufen am 7.8.2013
- 77 <http://joachim-herz-stiftung.de/de/about/facts-and-figures/>; aufgerufen am 7.8.2013
- 78 [http://joachim-herz-stiftung.de/de/information/projects/economics\\_domain/entrepreneurship-education\\_project/](http://joachim-herz-stiftung.de/de/information/projects/economics_domain/entrepreneurship-education_project/); aufgerufen am 7.8.2013
- 79 [boersenblatt.net//632109/?t=newsletter](http://boersenblatt.net//632109/?t=newsletter); aufgerufen am 7.8.2013
- 80 <http://joachim-herz-stiftung.de/de/verlag/news/2013/07/08/buchoekonomischebildung/>; aufgerufen am 7.8.2013
- 81 [www.iwkoeln.de/de/institut](http://www.iwkoeln.de/de/institut); aufgerufen am 17.5.2013; siehe auch Privatisierungsreport Nr.6, Seite 56
- 82 [www.iwkoeln.de/de/institut](http://www.iwkoeln.de/de/institut); aufgerufen am 17.5.2013

- 
- 83 [www.iwkoeln.de/de/themen/bildungspolitik/oekonomische-bildung](http://www.iwkoeln.de/de/themen/bildungspolitik/oekonomische-bildung); aufgerufen am 17.5.2013
- 84 [www.iwmedien.de/Home/Bookshop/tabid/308/CategoryID/22/List/0/Level/a/Default.aspx?SortField=DateCreated%20DESC,ISBN%20DESC](http://www.iwmedien.de/Home/Bookshop/tabid/308/CategoryID/22/List/0/Level/a/Default.aspx?SortField=DateCreated%20DESC,ISBN%20DESC); aufgerufen am 23.7.2013
- 85 [www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageReihe-Thema-Wirtschaft-Infos-zu-Paedagogen-in-Schule-und-Betrieb\\_DE?open&ccm=000](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageReihe-Thema-Wirtschaft-Infos-zu-Paedagogen-in-Schule-und-Betrieb_DE?open&ccm=000); aufgerufen am 9.7.2013
- 86 [www.iwmedien.de/Home/Bookshop/tabid/308/CategoryID/23/List/0/Level/a/Default.aspx?SortField=DateCreated%20DESC,ISBN%20DESC](http://www.iwmedien.de/Home/Bookshop/tabid/308/CategoryID/23/List/0/Level/a/Default.aspx?SortField=DateCreated%20DESC,ISBN%20DESC); aufgerufen am 9.7.2013
- 87 [www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageOrganisation\\_DE?open](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageOrganisation_DE?open); aufgerufen am 18.7.2013
- 88 [www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageLeitbild\\_DE?open](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageLeitbild_DE?open); aufgerufen am 9.7.2013
- 89 [www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageMcDonalds\\_DE](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/PageMcDonalds_DE); aufgerufen am 9.7.2013
- 90 ebda.
- 91 [www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/8MKEZ3-PageOekonomische-Bildung\\_DE?open&ccm=350](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/8MKEZ3-PageOekonomische-Bildung_DE?open&ccm=350); aufgerufen am 9.7.2013
- 92 [www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/Links?open](http://www.schulewirtschaft.de/www/schulewirtschaft.nsf/id/Links?open); aufgerufen am 9.7.2013
- 93 [www.insm.de/](http://www.insm.de/); aufgerufen am 23.5.2013; siehe auch: Privatisierungsreport Nr. 6, Seite 58f.
- 94 [www.insm.de/insm/ueber-die-insm/FAQ.html](http://www.insm.de/insm/ueber-die-insm/FAQ.html); aufgerufen am 18.7.2013
- 95 [www.iwkoeln.de/de/institut/projekte](http://www.iwkoeln.de/de/institut/projekte); aufgerufen am 22.7.2013
- 96 [www.wirtschaftundschule.de/](http://www.wirtschaftundschule.de/); aufgerufen am 23.7.2013
- 97 Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft, Das kleine 1 x1 der Sozialen Marktwirtschaft. Ein Schnupperkurs in Sachen Ökonomie, Köln 2009, Seite 21
- 98 [www.sdw.org/stiftung/finanzierung](http://www.sdw.org/stiftung/finanzierung); aufgerufen am 9.7.2013
- 99 [www.sdw.org/stiftung/historie](http://www.sdw.org/stiftung/historie); aufgerufen am 9.7.2013
- 100 [www.sdw.org/universum-wirtschaft](http://www.sdw.org/universum-wirtschaft); aufgerufen am 9.7.2013
- 101 [www.ifok.de/unternehmen/profil/](http://www.ifok.de/unternehmen/profil/); aufgerufen am 10.7.2013
- 102 [www.ifok.de/projekt/detail/csr-der-zukunft/](http://www.ifok.de/projekt/detail/csr-der-zukunft/); aufgerufen am 10.7.2013
- 103 ebda.
- 104 [www.ifok.de/projekt/detail/save-your-future/](http://www.ifok.de/projekt/detail/save-your-future/); aufgerufen am 10.7.2013
- 105 [www.ifok.de/projekt/detail/europas-zukunft-gestalten/](http://www.ifok.de/projekt/detail/europas-zukunft-gestalten/); aufgerufen am 10.7.2013
- 106 <http://lanxess.de/de/corporate/nachhaltigkeit-home/bildungsinitiative/lanxess-in-der-schule/sponsoring/>; aufgerufen am 10.7.2013
- 107 <http://lanxess.de/de/corporate/nachhaltigkeit-home/bildungsinitiative/lanxess-in-der-schule/projektwoche-wasser/>; aufgerufen am 10.7.2013
- 108 <http://lanxess.de/de/corporate/nachhaltigkeit-home/bildungsinitiative/lanxess-in-der-schule/expertenforen/>; aufgerufen am 10.7.2013

## **6. Kritik von Wissenschaft, Verbraucherschutz und Lobbykontrollen**

### **6.1 Professorin Andrea Liesner und Christina Gericke, Universität Hamburg**

„Gesponsertes Unterrichtsmaterial“ und „Experten aus der Arbeitswelt“ in Klassenzimmern – das sei längst fester Bestandteil der Kooperation von Schule und Wirtschaft. „Problematisch ist, dass damit eine gravierende Abwertung des Lehrerberufs verbunden ist“. So die Professorin Andrea Liesner und die wissenschaftliche Mitarbeiterin Christina Gericke, beide Universität Hamburg, in einem Aufsatz.<sup>1</sup> Die Professionalität von Lehrkräften werde geschwächt, urteilen die beiden Erziehungswissenschaftlerinnen, wenn Banker, Manager oder Personalchefs als „neue Fachleute für unterrichtliche Themen“ gelten. Wer als Pädagoge an der Schule arbeite, habe seine Fächer, deren Didaktik und Erziehungswissenschaft studiert. Eine Qualifikation, die bei den Protagonisten von Bildungspartnerschaften offenbar als „ergänzungsbedürftig“ gilt.

### **6.2 Professorin Eva Matthes, Universität Augsburg**

„Wir waren von der Zahl fast erschlagen“, entfährt es Eva Matthes, Professorin an der Universität Augsburg.<sup>2</sup> Sage und schreibe 900.000 verschiedene kostenlose Unterrichtsmaterialien fand die Pädagogin und Schulforscherin mit ihrem Team im Internet. Die Hochschullehrerin geht der Frage nach, was kostenloses Lehrmaterial im Netz taugt. Auftraggeber ist der Verband Bildungsmedien e.V., dem viele Schulbuchverlage angehören.<sup>3</sup> Das Projekt läuft bis August 2014.<sup>4</sup>

Die Augsburger Forschergruppe untersuchte Materialien von Kirchen, Privatpersonen, Lehrerplattformen, Stiftungen, Vereinen und Unternehmen. Besonders letztere engagieren sich hier, entdeckte Eva Matthes. „Von den 20 umsatzstärksten Unternehmen bieten 15 Lehrmittel an auf diesem Markt“, so die Professorin. Was dazu führe, „dass relativ



---

viel Werbung in die Schule gelangt.“<sup>5</sup> Ein Beispiel: „Wenn die Deutsche Post Angebote zum kreativen Schreiben macht, dann wirbt sie für sich“, so Eva Matthes.<sup>6</sup> Die Deutsche Post AG bietet kostenlose Lehrmaterialien für Kindergarten, Grundschule, Sekundarstufe 1 und 2 sowie für die Berufsschule.<sup>7</sup> Die Materialien sind jeweils im Firmen-Gelb gestaltet und mit Post-Logo versehen. Behandelt wird etwa „So macht Briefe schreiben Spaß“.<sup>8</sup> Die Post-Lehrmaterialien entstehen in „gemeinsamer Initiative“ mit der gemeinnützigen Stiftung Lesen.<sup>9</sup>

**„Selbstverständlich wäre es fatal, wenn Unternehmen, Verbände oder andere Organisationen versuchten, Schülerinnen und Schüler im eigenen Interesse zu manipulieren. Für solche Manipulationsversuche gibt es aber – mit Ausnahme einzelner Negativbeispiele, die sich vermutlich nie vollständig verhindern lassen – keine empirischen Belege.“<sup>10</sup>**

Institut für Ökonomische Bildung im März 2013

### **6.3 Foodwatch e.V., Berlin**

“Obwohl in den meisten Bundesländern verboten, macht die Lebensmittelindustrie massenhaft Werbung in Schulen und sogar Kindergärten“.<sup>11</sup> Das kritisiert die Berliner Verbraucherorganisation Foodwatch e.V.. Sie beanstandet, dass vor allem „Junkfood“-Hersteller in Schulen um Aufmerksamkeit buhlen, auch mit Hilfe von „werblichem Unterrichtsmaterial“.

---

Um ein Zeichen zu setzen, nominierte der Berliner Verein fünf Genussmittelhersteller für den „Goldenen Windbeutel 2013“. Dieser Preis kürt „die dreiste Werbemasche bei einem Kinderprodukt“. Vier der fünf nominierten Unternehmen, erklärte Foodwatch, seien durch eigene Unterrichtsmaterialien oder eigene Schulveranstaltungen präsent. Und zwar Firma Wild (Capri-Sonne), Dr. Oetker, Nestlé und Intersnack (Pom-Bär). Die Berliner Verbraucherschützer kritisierten weitere Firmen wegen werblicher Schulaktivitäten. Darunter Alfred Ritter (Ritter Sport), Kellogg's und McDonald's.<sup>12</sup>

Den „Goldenen Windbeutel 2013“ erhält Firma Wild. Foodwatch kritisierte vor allem die Capri-Sonne-Unterrichtsmappe „Fit, fair und schlau“, die im Care-Line-Verlag erschienen ist.<sup>13</sup> Begründung: Im Lehrmaterial taucht immer wieder die Capri-Sonne-Werbefigur auf. Die Mappe sortiert zudem das stark zuckerhaltige Getränk Capri-Sonne an der Basis der Ernährungspyramide ein. Das entspricht einer Einstufung als gesundes Lebensmittel, empfohlen für den täglichen Verzehr.<sup>14</sup>

Laut Foodwatch stimmten bei der Online-Abstimmung mehr als 50.000 Verbraucher dafür, den Negativpreis an Firma Wild zu vergeben.<sup>15</sup> „Verbraucher finden Capri-Sonne-Werbung am dreistesten“, titelt Spiegel Online.<sup>16</sup> Wie Foodwatch berichtet, stoppte Wild inzwischen die weitere Verbreitung des Unterrichtsmaterials.<sup>17</sup>

#### **6.4 Lobbycontrol e.V., Köln**

„Schülerinnen und Schüler... sind für Lobbyisten interessant“, fasst der gemeinnützige Verein Lobbycontrol zusammen.<sup>18</sup> Er publizierte im April 2013 eine Broschüre, die Strategien von Wirtschaftslobbyisten im Bildungssektor anprangert.<sup>19</sup> Eines ihrer Werkzeuge: Kostenlose Unterrichtsmaterialien.

---

Die Veröffentlichung stieß auf großes Medienecho. Das ZDF-Politikmagazin Frontal 21 berichtete.<sup>20</sup> „Wenn Konzerne Hilfslehrer spielen“, überschrieb wdr.de seinen Bericht.<sup>21</sup> Außerdem rief Lobbycontrol dazu auf, einen Protestbrief an die Bildungsminister der Länder zu unterzeichnen.<sup>22</sup> 9.475 Menschen unterschrieben.<sup>23</sup> Aktivisten des Kölner Vereins überreichten den Brief am 17. Juni 2013 dem derzeitigen Präsidenten der Kultusministerkonferenz Stephan Dorgerloh (SPD, Kultusminister von Sachsen-Anhalt). Wie die Kölner Lobbykontrolleure berichten, verwies das Saarland inzwischen in einem aktuellen Rundbrief an Schulen auf das Werbeverbot.<sup>24</sup> Niedersachsen plane, die Kooperationen von Schulen mit externen Akteuren zu überprüfen.<sup>25</sup> Außerdem will das norddeutsche Bundesland einen Lobbyismus-Leitfaden verfassen.

### **6.5 Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV), Berlin**

„Wirtschaftsnahe Publikationen weisen signifikant mehr Defizite auf“. Deutliche Worte des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (VZBV) im Mai 2012.<sup>26</sup> Der Berliner Verband hatte 220 Materialien für den Schulunterricht ausgewertet. Angeboten von der öffentlichen Hand, von Wirtschaft, Verbänden und Verlagen. Die VZBV-Prüfer kritisieren vor allem Lehrmaterial von Unternehmen und Wirtschaftsverbänden. Nur acht Prozent der Materialien, die von der öffentlichen Hand herausgegeben wurden, erhielten die Negativnote „ausreichend“. Beim Lehrmaterial der Wirtschaft hingegen kassierten 25 Prozent die Wertung „ausreichend“.<sup>27</sup> „Die Qualität“, so das Urteil der Verbraucherschützer, „leidet an der einseitigen und interessengeleiteten Darstellung von Fachinformationen“.

---

Die Berliner Verbraucherschützer bieten seit September 2011 einen „Materialkompass Verbraucherbildung“ an.<sup>29</sup> Dies ist eine Online-Datenbank, in der Lehrkräfte Unterrichtsmaterialien für die Themen Finanzen, Gesundheit, Ernährung, Medien, Nachhaltiger Konsum und Verbraucherrecht finden.<sup>30</sup> „Alle Materialien“, so der VZBV, „werden auf Grundlage eines wissenschaftlichen Bewertungsrasters von einem 20-köpfigen, unabhängigen Expertenteam geprüft und bewertet.“<sup>31</sup> Bis Mai 2013 prüften die Fachleute mehr als 350 Angebote.<sup>32</sup>

Mäßige Noten erhielten beispielsweise Lernbroschüren der Stiftung My Finance Coach, hinter der die Unternehmen Allianz, McKinsey, Grey, Haniel und KPMG stehen.<sup>33</sup> Gerade mal Note „Ausreichend“ gab es für die Unterrichtseinheit „Finanzielle Allgemeinbildung“, verantwortet von „Handelsblatt macht Schule“.<sup>34</sup>

**„Der Verweis auf den Materialkompass der VZBV ist ... wenig hilfreich, weil sich diese vermeintliche Prüfstelle durch fachfremde und zum Teil unqualifizierte Gutachter sowie durch ein fragwürdiges und fachdidaktische Qualitätskriterien missachtendes Konzept auszeichnet. Die Mängel des Materialkompasses sind allerdings so gravierend, dass dazu an anderer Stelle ausführlich Stellung bezogen werden soll.“<sup>35</sup>**

Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg im März 2013

## Kasten 4:

### **Comenius- und UNESCO-Gütesiegel für fragwürdiges Lehrmaterial**

„safety 1st“, „My Finance Coach“, „Hoch im Kurs“ – drei Beispiele für wirtschaftsnahes Lehrmaterial.<sup>36</sup> Der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) kritisiert diese drei Angebote als „interessengeleitet“ oder „nicht empfehlenswert“.<sup>37</sup> Also glatt durchgefallen.

Dennoch prangt auf besagten Unterrichtsmaterialien ein renommiertes Güte-Siegel. „safety 1st“ und „My Finance Coach“ erhielt jeweils das Comenius EduMedia Siegel 2012.<sup>38</sup> Eine Auszeichnung, die von der Gesellschaft für Pädagogik und Information e.V. (GPI) verliehen wird. Die GPI, eine wissenschaftliche Fachgesellschaft, verteidigt ihre Entscheidung. Allerdings räumt sie ein, „dass Einrichtungen, die unter anderen Gesichtspunkten bewerten, auch zu anderen Ergebnissen kommen können.“ So formuliert es Bernd Mikuszeit, Geschäftsführer des für die Auszeichnung zuständigen GPI-Instituts für Bildung und Medien.

Mit dem Comenius EduMedia-Siegel werben weitere Unterrichtsangebote, die von unternehmensnahen Einrichtungen verantwortet werden:

- Das Lehrerportal „Wirtschaft und Schule“, publiziert von der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.<sup>39</sup>
- Das Schülerportal „Ich hab Power“ der Metall- und Elektroindustrie.<sup>40</sup>

- Die Unterrichtseinheiten von „Handelsblatt macht Schule“.<sup>41</sup>
- Unterrichtsmaterialien des Vereins wigy e.V.<sup>42</sup>
- Die beiden Onlineportale „Wirtschaft und Energie“ sowie „marwilo“ (Schulprojekt „Maritime Wirtschaft & Logistik im Unterricht“), verantwortet vom Institut für Ökonomische Bildung (IÖB).<sup>43</sup>

Seit 2007 schmückt sich auch die Schülerbroschüre „Hoch im Kurs“ mit dem Comenius-Siegel.<sup>44</sup> Sie entstand in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Investment und Asset Management (BVI). Das BVI-gesponserte Heft erhielt außerdem eine Auszeichnung der UNESCO. „Offizielles Projekt der UN-Weltdekade 2011/2012 Bildung für nachhaltige Entwicklung“, steht auf dem Heft.

Wir fragen die Deutsche UNESCO-Kommission e.V. in Bonn, wie diese Bewertung zustande kam. „Wir scannen die Materialien und achten besonders darauf, dass soziale, ökonomische und ökologische Aspekte enthalten sind“. So Professor Gerhard de Haan, Erziehungswissenschaftler in Berlin und Vorsitzender der zuständigen Jury.<sup>45</sup> „Was wir nicht leisten können, ist, ein einzelnes Material im Detail zu bewerten“, erklärt de Haan weiter. Die Jury arbeite schließlich ehrenamtlich. „Wir bewerten darüber hinaus nicht den methodischen Ansatz“, sagt der Berliner Hochschullehrer. Saskia Eversloh, Pressesprecherin der Deutschen UNESCO-Kommission, ergänzt: Man sei „außerordentlich dankbar für kritische Hinweise“ und werde diese „bei Wiederbewerbungen von Projekten berücksichtigen“.

---

## Quellen

- 1 Christina Gericke, Andrea Liesner, Geben und Nehmen auf Augenhöhe? Kooperationen zwischen Schule und Wirtschaft als Herausforderung der sozio-ökonomischen Bildung. Beitrag zur Publikation der Fachtagung „Was ist Sozioökonomie, was ist sozio-ökonomische Bildung?“, Universität Bielefeld, noch nicht veröffentlicht
- 2 [www.youtube.com/watch?v=U544Cbc9wv8](http://www.youtube.com/watch?v=U544Cbc9wv8); aufgerufen am 29.7.2013
- 3 [www.bildungsmedien.de/presse/pressemitteilungen/pm2013/2013-02-12-bildungsmedien-online/](http://www.bildungsmedien.de/presse/pressemitteilungen/pm2013/2013-02-12-bildungsmedien-online/); aufgerufen am 29.7.2013
- 4 [www.philso.uni-augsburg.de/lehrstuehle/paedagogik/paed1/Forschungsschwerp\\_und\\_Forschungsprojekte/Laufende\\_Projekte/Forschungsprojekt\\_in\\_Kooperation\\_mit\\_dem\\_Verband\\_Bildungsmedien/](http://www.philso.uni-augsburg.de/lehrstuehle/paedagogik/paed1/Forschungsschwerp_und_Forschungsprojekte/Laufende_Projekte/Forschungsprojekt_in_Kooperation_mit_dem_Verband_Bildungsmedien/); aufgerufen am 29.7.2013
- 5 [www.youtube.com/watch?v=U544Cbc9wv8](http://www.youtube.com/watch?v=U544Cbc9wv8); aufgerufen am 29.7.2013
- 6 [www.youtube.com/watch?v=U544Cbc9wv8](http://www.youtube.com/watch?v=U544Cbc9wv8); aufgerufen am 29.7.2013
- 7 [www.deutschestpost.de/content/dpag/de/p/post-und-schule.html](http://www.deutschestpost.de/content/dpag/de/p/post-und-schule.html); aufgerufen am 18.7.2013
- 8 Deutsche Post AG/ Stiftung Lesen, Post + Schule. Themenheft Briefe schreiben, Bonn/Mainz, Januar 2010, Seite 18
- 9 [www.stiftunglesen.de/post-und-schule](http://www.stiftunglesen.de/post-und-schule); aufgerufen am 22.5.2013
- 10 IÖB, Gewerkschaften fordern von der KMK Prüfstelle für Unterrichtsmaterialien. Eine Erwidernung des Instituts für Ökonomische Bildung auf einen Brief von DGB und GEW an die Kultusminister der Länder, Oldenburg, 13.3.2013
- 11 Foodwatch e.V., Erste Stunde: Mathe, zweite Stunde: Capri-Sonne - Wie die Lebensmittelindustrie Junkfood-Marketing in Schulen und Kindergärten betreibt, Berlin, 2. Mai 2013
- 12 ebda.
- 13 Capri-Sonne, Care-Line, Fit, fair und schlau. Unterrichtsmappe für Grundschulen zu den Themen Ernährung, Bewegung und soziale Kompetenz
- 14 Foodwatch e.V., Erste Stunde: Mathe, zweite Stunde: Capri-Sonne - Wie die Lebensmittelindustrie Junkfood-Marketing in Schulen und Kindergärten betreibt, Berlin, 2. Mai 2013
- 15 [www.foodwatch.org/de/informieren/kinderernaehrung/aktuelle-nachrichten/windbeutel-meets-folienbeutel-capri-sonne-weist-foodwatch-aktivisten-zurueck/](http://www.foodwatch.org/de/informieren/kinderernaehrung/aktuelle-nachrichten/windbeutel-meets-folienbeutel-capri-sonne-weist-foodwatch-aktivisten-zurueck/); aufgerufen am 23.5.2013
- 16 Goldener Windbeutel 2013: Verbraucher finden Capri-Sonne-Werbung am dreitesten, Spiegel Online, 16.5.2013; [www.spiegel.de/wirtschaft/service/goldener-windbeutel-2013-a-900090.html](http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/goldener-windbeutel-2013-a-900090.html); aufgerufen am 23.5.2013
- 17 [www.foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/nach-foodwatch-kritik-capri-sonne-stoppt-verbretung-von-werblichem-unterrichtsmaterial-fuer-grundschoeler/](http://www.foodwatch.org/de/presse/pressemitteilungen/nach-foodwatch-kritik-capri-sonne-stoppt-verbretung-von-werblichem-unterrichtsmaterial-fuer-grundschoeler/); aufgerufen am 19.7.2013
- 18 Lobbycontrol – Initiative für Transparenz und Demokratie e.V., Lobbyismus an Schulen. Ein Diskussionspapier über Einflussnahme auf den Unterricht und was man dagegen tun kann, April 2013
- 19 ebda.
- 20 ZDF-Magazin Frontal 21 am 30.4.2013, Beitrag „Lobbyisten im Klassenzimmer“, [www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1892810/Lobbyisten-im-Klassenzimmer#/beitrag/video/1892810/Lobbyisten-im-Klassenzimmer](http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/1892810/Lobbyisten-im-Klassenzimmer#/beitrag/video/1892810/Lobbyisten-im-Klassenzimmer); aufgerufen am 10.7.2013
- 21 <http://www1.wdr.de/themen/wdr5/lobbyschule104.html>; aufgerufen am 10.7.2013
- 22 <https://www.lobbycontrol.de/2013/04/aktion-lobbyismus-an-schulen-zurueckdrangen/>; aufgerufen am 10.7.2013

- 
- 23 <https://www.lobbycontrol.de/2013/06/fotos-von-der-aktion-lobbyismus-an-schulen-zuruckdrangen/>; aufgerufen am 10.7.2013
  - 24 <https://www.lobbycontrol.de/2013/06/lobbyismus-an-schulen-zuruckdraengen/>; aufgerufen am 23.7.2013
  - 25 <https://www.lobbycontrol.de/2013/06/lobbyismus-an-schulen-zuruckdraengen/>; aufgerufen am 23.7.2013
  - 26 [www.vzbv.de/9492.htm](http://www.vzbv.de/9492.htm); aufgerufen am 23.5.2013
  - 27 [www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Bewertungen-Unterrichtsmaterialien-Analyse-2012-05.pdf](http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Bewertungen-Unterrichtsmaterialien-Analyse-2012-05.pdf); aufgerufen am 5.10.2013
  - 28 [www.vzbv.de/9492.htm](http://www.vzbv.de/9492.htm); aufgerufen am 23.5.2013
  - 29 [www.verbraucherbildung.de/materialkompass.html](http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass.html); aufgerufen am 24.5.2013
  - 30 VZBV, Qualitätsanalyse von Unterrichtsmaterialien anhand des Materialkompass Verbraucherbildung, Berlin, Mai 2012, Seite 2
  - 31 ebda.
  - 32 [www.vzbv.de/11568.htm](http://www.vzbv.de/11568.htm); aufgerufen am 24.5.2013
  - 33 [www.verbraucherbildung.de/materialkompass.html?page=2&f=Wirtschaft,Hauswirtschaft,Betriebswirtschaft,Arbeitslehre,#results](http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass.html?page=2&f=Wirtschaft,Hauswirtschaft,Betriebswirtschaft,Arbeitslehre,#results); aufgerufen am 24.5.2013
  - 34 [www.verbraucherbildung.de/materialkompass2203.html?f=Wirtschaft,Hauswirtschaft,Betriebswirtschaft,Arbeitslehre](http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass2203.html?f=Wirtschaft,Hauswirtschaft,Betriebswirtschaft,Arbeitslehre); aufgerufen am 24.5.2013
  - 35 IÖB, Gewerkschaften fordern von der KMK Prüfstelle für Unterrichtsmaterialien. Eine Erwiderung des Instituts für Ökonomische Bildung auf einen Brief von DGB und GEW an die Kultusminister der Länder, Oldenburg, 13.3.2013
  - 36 Matthias Holland-Letz, Gütesiegel für Propaganda, in: Erziehung und Wissenschaft, Heft 1/2013, S.24; zu „Hoch im Kurs“ siehe auch: Sabine Schiffer, Hoch im Kurs. Der Zugriff auf das Geld der jungen Generation, in: HLZ. Zeitschrift der GEW Hessen, Heft 6, Juni 2013, Seite 14f.
  - 37 Siehe etwa [www.verbraucherbildung.de/materialkompass1662.html](http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass1662.html)? sowie [www.verbraucherbildung.de/materialkompass1494.html](http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass1494.html)?; aufgerufen am 24.7.2013
  - 38 [www.jugend-und-bildung.de/webcom/show\\_article.php/\\_c-10/\\_nr-1125/i.html](http://www.jugend-und-bildung.de/webcom/show_article.php/_c-10/_nr-1125/i.html); [www.myfinancecoach.de/presse/?PHPSESSID=soldkvp5rid0n8pejd02jeevv5](http://www.myfinancecoach.de/presse/?PHPSESSID=soldkvp5rid0n8pejd02jeevv5); jeweils aufgerufen am 29.5.2013. „safety 1st“ wurde auch 2013 mit dem Comenius EduMedia-Siegel ausgezeichnet; siehe: Institut für Bildung und Medien der Gesellschaft für Pädagogik und Information e.V., Presseinformation vom 20.6.2013;
  - 39 [www.wirtschaftundschule.de/lehrerservice/mit-dem-comenius-ausgezeichnet/](http://www.wirtschaftundschule.de/lehrerservice/mit-dem-comenius-ausgezeichnet/); aufgerufen am 29.5.2013
  - 40 [www.ichhabpower.de/Suchergebnis.aspx?q=Comenius](http://www.ichhabpower.de/Suchergebnis.aspx?q=Comenius); aufgerufen am 29.5.2013
  - 41 [www.handelsblattmachtsschule.de/seiten/material\\_einheiten.php](http://www.handelsblattmachtsschule.de/seiten/material_einheiten.php); aufgerufen am 16.5.2013
  - 42 <http://134.106.162.36/ioeb/eccedon.nsf/InstitutAktuellesTypo3/3D9D8602F51615E6C1257B9500466D58?OpenDocument>; aufgerufen am 9.7.2013
  - 43 ebda.
  - 44 Stiftung Jugend und Bildung (Hrsg.) in Zusammenarbeit mit dem BVI Bundesverband Investment und Asset Management e.V., Hoch im Kurs, Schülermagazin 2012/2013
  - 45 Matthias Holland-Letz, Gütesiegel für Propaganda, in: Erziehung und Wissenschaft, Heft 1/2013, Seite 24



## **7. Kritik von Gewerkschaften und Reaktionen**

### **7.1. GEW und DGB fordern unabhängige Prüfstelle**

Ein „Kampf um die Köpfe“ ist im Gang. Unternehmen und Lobbyverbände versuchen, „Lerninhalte in allgemeinbildenden Schulen zu beeinflussen“. Das ist „nicht akzeptabel.“ Deutliche Worte stehen in dem offenen Brief, den DGB-Bundesvorstand und GEW-Hauptvorstand im Dezember 2012 gemeinsam verfassen.<sup>1</sup> Das Schreiben richtet sich an die Kultusminister der Länder und an die Kultusministerkonferenz (KMK). Ingrid Sehrbrock, stellvertretende DGB-Vorsitzende, und Marianne Demmer, 2012 im GEW-Hauptvorstand für Schule zuständig, fordern:

- Eine staatliche verantwortete Prüfstelle für kostenfreie Unterrichtsmaterialien. Diese soll die Materialien auf ihre fachliche und didaktische Qualität prüfen. Weitere Aufgabe: Empfehlungen für Lehrende und Lernende aussprechen.<sup>2</sup>
- Öffentliche Förderung von wirtschaftsnahen Unterrichtsmaterialien stoppen. Schulbehörden und Kultusministerien sollen aufhören, derartige Materialien durch Kooperationsverträge zu unterstützen.<sup>3</sup>

Zudem plädieren die beiden Spitzengewerkschafterinnen gegen ein zusätzliches, monodisziplinäres Unterrichtsfach Wirtschaft, wie es von Arbeitgeber- und Wirtschaftsverbänden gefordert wird. Schulen hätten die Aufgabe, umfassend zu bilden, argumentieren Ingrid Sehrbrock und Marianne Demmer. Dies leiste am besten eine sozioökonomische Bildung, die verschiedene Disziplinen miteinander verzahnt.

---

## 7.2 Reaktionen der Kultusministerien

Auf den Brief von GEW und DGB antworten acht Bundesländer: Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz, NRW, Schleswig-Holstein, Sachsen, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern. Auch die Kultusministerkonferenz reagiert. Einhellige Meinung von Ländern und KMK: Eine Prüfstelle sei nicht notwendig. Die wäre „mit erheblichem Aufwand“ verbunden, schreibt die Kultusministerkonferenz.<sup>4</sup>

Es sei Sache der Lehrkräfte, aus der Vielzahl der kostenlosen Lehrmaterialien die geeigneten auszuwählen. Das betont man im rot-grün regierten Nordrhein-Westfalen ebenso wie in Bayern, das zum Zeitpunkt des DGB-/GEW-Rundbriefs von einer Koalition aus CSU und FDP geführt wird.<sup>5</sup> „Die Schulen tragen die Verantwortung dafür, dass nur lehrplan-konforme und mit den Zielen des Schulgesetzes vereinbare Materialien zum Einsatz kommen“. Das erklärt das Kultusministerium von Schleswig-Holstein.<sup>6</sup> „Diese Praxis hat sich bewährt“, heißt es in Thüringen.<sup>7</sup>

Die Haltung zu Schülerbroschüren und Arbeitsblättern, die von der Wirtschaft gesponsert sind, fällt in den Bundesländern unterschiedlich aus. „Aggressiv beworbene Unterrichtsmaterialien von Wirtschafts- und Finanzverbänden sehen wir ebenfalls sehr kritisch“, so das rot-grün regierte Rheinland-Pfalz.<sup>8</sup> Und: „Das Projekt My Finance Coach haben wir für Rheinland-Pfalz abgelehnt.“ Grund: „Fachliche Bedenken im Hinblick auf die Ausrichtung der Materialien und die Durchführung.“ Auch Mecklenburg-Vorpommern nimmt die Warnungen vor arbeitgebergesteuerter Einflussnahme ernst. „Diese Bedenken teile ich grundsätzlich“, schreibt Bildungsminister Mathias Brodtkorb (SPD).<sup>9</sup>

Im schwarz-gelb geführten Hessen gilt: Von der Wirtschaft gesponserte Lehrmaterialien sind kein Problem. „Gegen die Nutzung... ist nichts einzuwenden, solange sie inhaltlich nicht den gesetzlichen Vorgaben

---

widersprechen“, erklärt das Wiesbadener Kultusministerium.<sup>10</sup> Nordrhein-Westfalen regt sogar an, Materialien mit tendenziösem Inhalt gezielt im Unterricht einzusetzen. So ließe sich die Frage behandeln, „wo-  
ran können versteckte Interessen oder Werbebotschaften erkannt werden?“<sup>11</sup> Wie der Verein Lobbycontrol mitteilt, kündigte das Land Niedersachsen inzwischen an, einen Lobbyismus-Leitfaden zu entwerfen.<sup>12</sup> Das Saarland, so der Kölner Verein, verwies in einem Rundschreiben an die Schulen auf das Werbeverbot.

Und wie halten es die Bundesländer mit der ökonomischen Bildung an allgemeinbildenden Schulen? Hessen teilt die gewerkschaftlichen Bedenken gegen ein monodisziplinäres Fach Wirtschaft. An Schleswig-Holsteins Schulen gibt es die multidisziplinären Fächer Wirtschaft/Politik und Weltkunde. „Eine Veränderung ist nicht geplant“, meldet das Kultusministerium zu Kiel. Rheinland-Pfalz erklärt: Ökonomie sei „als Querschnittsaufgabe ... in der Studentafel verankert“. Auch in Sachsen gibt es kein eigenständiges Fach Wirtschaft. Stattdessen unterrichten die sächsischen Mittelschulen Wirtschaft-Technik-Haushalt/Soziales.

### **7.3 Reaktion des Instituts für Ökonomische Bildung**

„Zahlreiche Sachverhalte“ seien von DGB und GEW „unzulässig dargestellt“. Dies behauptet das Oldenburger Institut für Ökonomische Bildung (IÖB).<sup>13</sup> Die Gewerkschaften ignorierten in ihrem offenen Brief „die Potenziale der tagtäglichen Praxis von Kooperationen zwischen Schule und Wirtschaft“.

„Besonders interessant ist, dass die Masse an kostenfreien Materialien von Wirtschaftsverbänden etc.... als wesentliche Gefahr betrachtet wird“, heißt es in der Stellungnahme des IÖB weiter. Die „entsprechenden Angebote gewerkschaftsnaher Institutionen“ fänden jedoch „keine

---

Erwähnung“. So verdeutliche etwa das von der Böckler-Stiftung entwickelte Themenheft zur Finanzkrise, „in welchem Ausmaß sowohl das Kontroversitätsgebot als auch das Überwältigungsverbot missachtet werden.“

Es sei zudem „falsch“, dass ein Fach Wirtschaft alle Bezugsdisziplinen ausspare. So wie sich das Fach Deutsch auf die Germanistik beziehe oder Erdkunde auf Geographie, so sei die Wirtschaftswissenschaft „die zentrale Bezugsdisziplin für die ökonomische Bildung“.

Das Institut schreibt abschließend vom „höchst problematischen fachlichen Niveau der Diskussionsbeiträge von gewerkschaftlicher Seite.“ Beleg für diese Behauptung? Das IÖB verweist auf die IG-Metall-Studie „Wirtschaft in der Schule – Die Auseinandersetzung um ökonomische Bildung in den allgemeinbildenden Schulen“.<sup>14</sup> Als die Studie erstellt wurde, so das Oldenburger Institut, sei einer der beiden Autoren „noch im Masterstudium des Faches Sozialpolitik (!)“ gewesen. „Angesichts dieses fachlichen Hintergrunds überrascht die Dürftigkeit der Auseinandersetzung nicht“.

---

## Quellen

- 1 Brief an den Präsidenten der Kultusministerkonferenz, an die Kultusminister/innen der Länder, an Bundesbildungsministerin Annette Schavan vom 11.12.2012
- 2 ebda.
- 3 ebda.
- 4 Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder, Brief an Ingrid Sehrbrock, DGB-Bundesvorstand, und Marianne Demmer, GEW-Hauptvorstand, vom 30.1.2013
- 5 Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen, Brief an Ingrid Sehrbrock und Marianne Demmer, 22.3.2013
- 6 Ministerium für Bildung und Wissenschaft des Landes Schleswig-Holstein, Brief an Ingrid Sehrbrock, 27.3.2013
- 7 Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Freistaats Thüringen, Brief an Marianne Demmer, 22.4.2013
- 8 Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kunst des Landes Rheinland-Pfalz, Brief an DGB-Bundesvorstand und GEW-Hauptvorstand, 25.1.2013
- 9 Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Brief an den GEW-Hauptvorstand vom 19.2.2013
- 10 Hessisches Kultusministerium, Brief an Marianne Demmer vom 24.2.2013
- 11 Ministerium für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen, Brief an Ingrid Sehrbrock und Marianne Demmer, 22.3.2013
- 12 <https://www.lobbycontrol.de/2013/06/lobbyismus-an-schulen-zurueckdraengen/>; aufgerufen am 19.7.2013
- 13 IÖB, Gewerkschaften fordern von der KMK Prüfstelle für Unterrichtsmaterialien. Eine Erweiterung des Instituts für Ökonomische Bildung auf einen Brief von DGB und GEW an die Kultusminister der Länder, Oldenburg, 13.3.2013
- 14 Zum Download der Studie, die 2010 erschienen ist: <http://schule.dgb.de/materialien/++co++72a0fb66-199e-11e0-676c-00188b4dc422>; aufgerufen am 5.10.2013

# Ihr Kontakt zur GEW

---

## **GEW Baden-Württemberg**

Silcherstraße 7  
70176 Stuttgart  
Telefon: 0711/21030-0  
Telefax: 0711/21030-45  
info@gew-bw.de  
www.gew-bw.de

## **GEW Bayern**

Schwanthalerstraße 64  
80336 München  
Telefon: 089/544081-0  
Telefax: 089/53894-87  
info@gew-bayern.de  
www.gew-bayern.de

## **GEW Berlin**

Ahornstraße 5  
10787 Berlin  
Telefon: 030/219993-0  
Telefax: 030/219993-50  
info@gew-berlin.de  
www.gew-berlin.de

## **GEW Brandenburg**

Alleestraße 6a  
14469 Potsdam  
Telefon: 0331/27184-0  
Telefax: 0331/27184-30  
info@gew-brandenburg.de  
www.gew-brandenburg.de

## **GEW Bremen**

Bahnhofsplatz 22-28  
28195 Bremen  
Telefon: 0421/33764-0  
Telefax: 0421/33764-30  
info@gew-hb.de  
www.gew-bremen.de

## **GEW Hamburg**

Rothenbaumchaussee 15  
20148 Hamburg  
Telefon: 040/414633-0  
Telefax: 040/440877  
info@gew-hamburg.de  
www.gew-hamburg.de

## **GEW Hessen**

Zimmerweg 12  
60325 Frankfurt am Main  
Telefon: 069/971293-0  
Telefax: 069/971293-93  
info@gew-hessen.de  
www.gew-hessen.de

## **GEW Mecklenburg- Vorpommern**

Lübecker Straße 265a  
19059 Schwerin  
Telefon: 0385/48527-0  
Telefax: 0385/48527-24  
landesverband@gew-mv.de  
www.gew-mv.de

## **GEW Niedersachsen**

Berliner Allee 16  
30175 Hannover  
Telefon: 0511/33804-0  
Telefax: 0511/33804-46  
email@gew-nds.de  
www.gew-nds.de

## **GEW Nordrhein-Westfalen**

Nünningstraße 11  
45141 Essen  
Telefon: 0201/29403-01  
Telefax: 0201/29403-51  
info@gew-nrw.de  
www.gew-nrw.de

## **GEW Rheinland-Pfalz**

Neubrunnenstraße 8  
55116 Mainz  
Telefon: 06131/28988-0  
Telefax: 06131/28988-80  
gew@gew-rlp.de  
www.gew-rlp.de

## **GEW Saarland**

Mainzer Straße 84  
66121 Saarbrücken  
Telefon: 0681/66830-0  
Telefax: 0681/66830-17  
info@gew-saarland.de  
www.gew-saarland.de

## **GEW Sachsen**

Nonnenstraße 58  
04229 Leipzig  
Telefon: 0341/4947404  
Telefax: 0341/4947406  
gew-sachsen@t-online.de  
www.gew-sachsen.de

## **GEW Sachsen-Anhalt**

Markgrafenstraße 6  
39114 Magdeburg  
Telefon: 0391/73554-0  
Telefax: 0391/73134-05  
info@gew-lsa.de  
www.gew-lsa.de

## **GEW Schleswig-Holstein**

Legienstraße 22-24  
24103 Kiel  
Telefon: 0431/5195-1550  
Telefax: 0431/5195-1555  
info@gew-sh.de  
www.gew-sh.de

## **GEW Thüringen**

Heinrich-Mann-Straße 22  
99096 Erfurt  
Telefon: 0361/59095-0  
Telefax: 0361/59095-60  
info@gew-thueringen.de  
www.gew-thueringen.de

## **Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Hauptvorstand**

Reifenberger Straße 21  
60489 Frankfurt am Main  
Telefon: 069/78973-0  
Telefax: 069/78973-201  
info@gew.de  
www.gew.de

## **GEW-Hauptvorstand Parlamentarisches Verbindungsbüro Berlin**

Wallstraße 65  
10179 Berlin  
Telefon: 030/235014-0  
Telefax: 030/235014-10  
parlamentsbuero@gew.de

# Antrag auf Mitgliedschaft



...Online Mitglied werden unter  
[www.gew.de/Mitgliedsantrag.html](http://www.gew.de/Mitgliedsantrag.html)

(Bitte in Druckschrift ausfüllen)

## Persönliches

Nachname (Titel), Vorname

Straße, Nr.

Postleitzahl, Ort

Telefon / E-Mail

Geburtsdatum

Nationalität

gewünschtes Eintrittsdatum

bisher gewerkschaftlich organisiert bei

von/bis (Monat/Jahr)

weiblich

männlich

## Berufliches

Berufsbezeichnung (für Studierende: Berufsziel), bzw. Fachgruppe

Diensteintritt / Berufsbeginn (Monat/Jahr)

Tarif- / Besoldungsgebiet

Monatliches Bruttoeinkommen (falls nicht öffentlicher Dienst)

Tarif- / Besoldungsgruppe

Stufe

seit (Monat/Jahr)

Betrieb / Dienststelle / Schule

Träger des Betriebs / der Dienststelle / der Schule

Straße, Nr. des Betriebs / der Dienststelle / der Schule

Postleitzahl, Ort des Betriebs / der Dienststelle / der Schule

## Beschäftigungsverhältnis

angestellt

beurlaubt ohne Bezüge bis .....

befristet bis .....

beamtet

in Rente/pensioniert

Referendariat/Berufspraktikum

teilzeitbeschäftigt mit ..... Std./Woche

im Studium

arbeitslos

teilzeitbeschäftigt mit ..... Prozent

Altersteilzeit

Sonstiges .....

Honorarkraft

in Elternzeit bis .....

Jedes Mitglied der GEW ist verpflichtet, den satzungsgemäßen Beitrag zu entrichten. Mit meiner Unterschrift auf diesem Antrag erkenne ich die Satzung der GEW an.

Ort, Datum

Unterschrift

## SEPA-Lastschriftmandat

Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW), Reifenberger Str. 21, 60489 Frankfurt  
Gläubiger-Identifikationsnummer: DE31 2500 0000 013864

Ich ermächtige die GEW, Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzuziehen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die von der GEW auf mein Konto gezogenen Lastschriften einzulösen.

Hinweis: Ich kann innerhalb von acht Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen.

Nachname, Vorname (Kontoinhaber/in)

IBAN

Kreditinstitut (Name und BIC)

Ort, Datum

Unterschrift

Die uns von Ihnen angegebenen personenbezogenen Daten sind nur zur Erfüllung unserer satzungsgemäßen Aufgaben auf Datenträgern gespeichert und entsprechend den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes geschützt.

Bitte senden Sie den ausgefüllten Antrag an den für Sie zuständigen Landesverband der GEW bzw. an den Hauptvorstand. Die Anschriften finden Sie auf der Rückseite.

Vielen Dank! Ihre GEW

---

### **Fachgruppe**

Nach § 11 der GEW-Satzung bestehen folgende Fachgruppen:

- Erwachsenenbildung
- Gesamtschulen
- Gewerbliche Schulen
- Grundschulen
- Gymnasien
- Hauptschulen
- Hochschule und Forschung
- Kaufmännische Schulen
- Realschulen
- Schulaufsicht und Schulverwaltung
- Sonderpädagogische Berufe
- Sozialpädagogische Berufe

Bitte ordnen Sie sich einer dieser Fachgruppen zu.

### **Betrieb/Dienststelle**

Hierunter versteht die GEW den jeweiligen Arbeitsplatz des Mitglieds.

Im Hochschulbereich bitte den Namen der Hochschule/der Forschungseinrichtung und die Bezeichnung des Fachbereichs/Fachs angeben.

### **Berufsbezeichnung**

Geben Sie hier bitte Ihren Beruf oder Ihre Tätigkeit an, eingetragen werden sollen auch Arbeitslosigkeit oder Ruhestand.

### **Tarifgruppe/Besoldungsgruppe**

Die Angaben Ihrer Vergütungs- oder Besoldungsgruppe ermöglicht die korrekte Berechnung des satzungsgemäßen Beitrags. Sollten Sie keine Besoldung oder keine Vergütung nach TVöD/TV-L oder BAT erhalten, bitten wir Sie um die Angabe Ihres Bruttoeinkommens.



