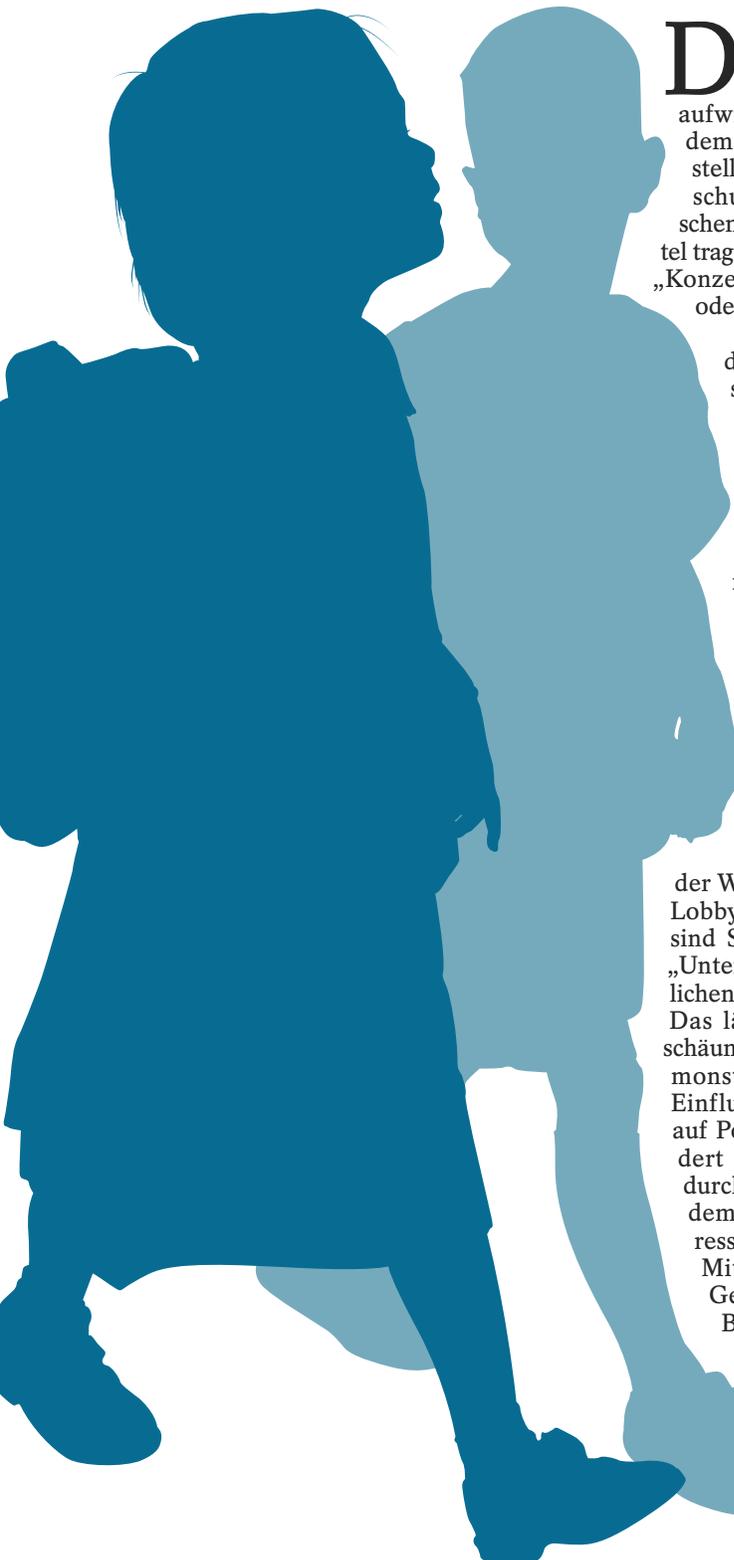


Die gekaufte Schule

Bildung Die Wirtschaft nutzt die Finanznot der Schulen, um Einfluss auf den Lehrstoff zu bekommen. Schüler müssen mit Unterrichtsmaterialien arbeiten, die einseitig oder unvollständig sind. Kritische Inhalte werden bekämpft.



Die Bundeszentrale für politische Bildung (BPB) ist nicht gerade bekannt für aufwieglerische Umtriebe. Die dem Innenministerium unterstellte Behörde stellt Hefte zur schulischen und außerschulischen Bildung zusammen, die Titel tragen wie „Musik und Politik“, „Konzepte des Grundgesetzes“ oder „China verstehen lernen“.

Doch glaubt man der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), versteckt sich hinter der biedereren Fassade Gedankengut von zersetzender Kraft. „Ideologisch, voreingenommen, skandalös und nicht hinnehmbar“, lautet deren Urteil über das Buch „Ökonomie und Gesellschaft“, das Lehrer fit machen soll für den Wirtschaftsunterricht.

In der Publikation werden unter anderem Nebentätigkeiten von Parlamentariern thematisiert, Parteispenden aus der Wirtschaft und die Rolle der Lobbyisten. Als Diskussionsstoff sind Sätze zu lesen wie dieser: „Unternehmen haben an öffentlichen Schulen nichts zu suchen.“ Das lässt die Arbeitgeberseele schäumen. Das Buch zeichne „ein monströses Gesamtbild“ von Einflussnahme der Wirtschaft auf Politik und Schule. Geschildert werde ein „durch und durch bestechliches System, in dem die Wirtschaft ihre Interessen in der Politik mit allen Mitteln, vor allem aber mit Geld, durchsetzt“, monierte BDA-Hauptgeschäftsführer Peter Clever am 5. Juni in einem empörten Brief an die Bundeszentrale – den er auch gleich an das Innenministerium sandte – mit der Bitte, „den

Band in dieser Form nicht weiter zu vertreiben“.

Hier könnte die Geschichte enden. Doch dann geschah das Unglaubliche: Thomas de Maizières Behörde stoppte tatsächlich den Vertrieb. Im Onlineshop gilt das Buch seither als „vergriffen“. Eine reine „Vorsichtsmaßnahme“, sagt ein Ministeriumssprecher. Eine überflüssige: Am 16. Oktober erklärte der Wissenschaftliche Beirat der Bundeszentrale das 356-Seiten-Werk nach Prüfung für unbedenklich.

Als der Vorgang vergangene Woche publik wurde, geriet de Maizières unter Druck. Das Innenministerium kündigte am Mittwoch an, das Buch wieder freizugeben – mit einer Einschränkung. Ihm soll zukünftig ein Warnzettel beigelegt werden: Achtung, dieser Band gibt nicht das ganze Spektrum an Sichtweisen wieder!

Eine Lösung, so absurd wie die ganze Affäre. Doch sie macht deutlich, mit welch harten Bandagen derzeit um die Hoheit über die Schulhöfe gekämpft wird.

Mit aller Kraft drängt die Wirtschaft in die Lehranstalten – und stößt auf wenig Gegenwehr. Die finanziell und personell ausgebluteten Schulen in Angela Merkels „Bildungsrepublik“ nehmen nur zu gern kostenloses Lehrmaterial und Spenden an, Schulhefte und Sporttrikots mit Markenlogos. Die Lehrer verteilen Gutscheine von Firmen und räumen sogar das Pult, damit Angestellte von Unternehmen unterrichten können, die weder ausgebildet sind noch irgendeiner Qualitätskontrolle unterliegen.

Es ist eine Bankrotterklärung. Bildung, eine der wichtigsten hoheitlichen Aufgaben des Staates, wird ohne Not den Interessen und Bedürfnissen profitorientierter Unternehmen geopfert. „Nicht wenige der mehr als tausend Initiativen, die vorgeben, sich um die schulische Bildung verdient zu machen, speisen die Schulen mit selektiven, tendenziösen und manipulativen Unterrichtsmaterialien, um die Vor- und Einstellungen Heranwachsender zu prägen“, sagt Tim Engartner, Professor für Didaktik der Sozialwissenschaften an der Goethe-Universität Frankfurt und Mitautor der umstrittenen BPB-Publikation. Die Öffnung von Schulen gegenüber unternehmerischen Einflüssen habe zu einer tektonischen Verschiebung im Bildungssektor geführt. „Da prallen Gewinn- und Gemeinwohlorientierung aufeinander.“



Zitate aus Unterrichtsmaterialien
der jeweiligen Unternehmen.

„Mathematik ist mehr als einfach nur Zahlen.“

Wie stark die Schulen bereits unterwandert sind, wurde erstmals 2006 bei der Pisa-Studie klar. Über 87 Prozent der 15-Jährigen besuchen eine Schule, in der Industrie und Wirtschaft Einfluss auf die Lehrinhalte ausüben. Im OECD-Durchschnitt sind es 63,7 Prozent.

Tatsächlich gibt es kaum noch ein Unterrichten. Von den 20 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland bieten 16 kostenlose Unterrichtsmaterialien an.

Laut einer Studie der Universität Augsburg waren bereits 2012 rund 880 000 Unterrichtsmaterialien frei im Internet verfügbar; sie stammen zum Großteil aus der Privatwirtschaft und können, so die Wissenschaftler, ihren Werbungscharakter in Aufmachung und Layout kaum verbergen. Anders als Schulbücher, die strengen Vorgaben unterliegen, kontrolliert niemand die Inhalte der Privatlehrstoffe.

Und das macht sich bemerkbar. So steht im Unterrichtsmaterial der Schokoladenmarke Ritter Sport „Von der Kakaobohne zur Schokolade“, dass die Wissenschaft festgestellt hat, dass Schokolade glücklich macht. Lehrer sind angehalten, den Kindern nach einer Entspannungsübung ein Stückchen Schokolade zu reichen.

Im Lernmaterial „Güterverkehr“, hinter dem der Verband der Automobilindustrie, die Frankfurter Automesse IAA und der Medienpartner „Handelsblatt macht Schule“ steckt, werden die Schüler über die deutsche Clean-Diesel-Technologie infor-



„Die Wissen- schaft hat festgestellt, dass Schokolade glücklich macht.“

miert, die „große Schritte bei Verbrauchs- und Emissionseinsparungen möglich gemacht hat“. Die Medienagentur der Bauernverbände i.m.a. gibt Hefte heraus, in denen Kinder eng besetzte Hühnerställe und auf strohlosen Spaltböden stehende Schweine bunt ausmalen können – und so ganz subkutan an die Realitäten industrialisierter Tierhaltung herangeführt werden. Und bei MobileKids, einer Initiative von Daimler, werden Heranwachsende spielerisch für den Straßenverkehr fit gemacht.

Einer kritischen Überprüfung hält das Material oft nicht stand. Der Verbraucherzentrale-Bundesverband untersuchte rund 450 Unterrichtsvorlagen zu den Themen Finanz- und Medienkompetenz, nachhaltiger Konsum und Ernährung. Ergebnis der Analyse: Fast 40 Prozent derer, die aus der Wirtschaft stammen, erhielten die Noten „mangelhaft“ oder „ausreichend“.

Bleibt die Frage, warum die Kultusministerien nicht Alarm schlagen. Offenbar haben sie sich einen Glaubenssatz zu eigen gemacht, der seit Jahren von den Lobbyisten gepredigt wird, und der lautet: Die Schüler verstehen zu wenig von Wirtschaft, was schlecht ist für den Wirtschaftsstandort Deutschland.

Der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), einer marktliberalen Lobbyorganisation der Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie, gelang es, diese Botschaft sogar in einer Folge der ARD-Fernsehserie „Marienhof“ zu platzieren. Sie bezahlte dafür, dass die Figuren der Serie sagten, dass eine stärkere Ausrichtung des Unterrichts an den Bedürfnissen der Unternehmen und die Übernahme betriebswirtschaftlicher Vorgehensweisen die richtige Antwort auf den Pisa-Schock sei. Dafür kassierte die INSM eine Rüge des Deutschen PR-Rates.

Geholfen hat der Ruffel wenig. Baden-Württemberg wird 2016 als erstes Bundesland ein eigenes Pflichtfach Wirtschaft einführen, das ausschließlich ökonomische Zusammenhänge vermittelt und Berufsorientierung gibt. Auf Beschluss der grün-roten Regierung soll es in Real- und Gemeinschaftsschulen fünf Stunden pro Woche unterrichtet werden, in den Gymnasien drei Stunden pro Woche.

Reinhold Hedtke, Professor für Wirtschaftssoziologie und Didaktik der Sozialwissenschaften an der Universität Bielefeld, hat die Inhalte für das neue Fach evaluiert und ist entsetzt: „Die Ignoranz der Lehrpläne gegenüber den real existierenden Ungleichheiten ist sachfremd, wissenschaftsfeindlich und lebensweltfern. Sie ist demokratie- und integrationspolitisch riskant.“

Dass der Unterricht besonders kritisch sein wird, darf tatsächlich bezweifelt werden. Auf dem Landesbildungs-Server des Kultusministeriums Baden-Württemberg

werden für das Fach Wirtschaft ganz ungeeignet Unterrichtsmaterialien auch aus der Privatwirtschaft empfohlen.

Etwa die der Initiative Wirtschaft und Schule. Herausgeber ist die IW Medien (Slogan: „Unsere Gegenwart und Zukunft ist Kommunikation für die Wirtschaft“), eine Tochter des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln. Sie übernahm das Lehrportal im Januar 2014 von der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft.

Oder die von Schulbank, einem Informationsdienst für Schulen und Lehrer des Bundesverbands deutscher Banken, und Media Smart, einem gemeinnützigen Verein zur Förderung von Medien- und Werbekompetenz von Kindern. Er wurde 2004 von werbungstreibenden Unternehmen wie Ferrero, Hasbro, Lego, Kellogg, Mattel und Medien wie SuperRTL gegründet. Im Förderverein findet sich der Bundesverband



„Für alle, die haferstark gefrüh- stückt haben: das Müsli zum Ausschneiden!“

Digitale Wirtschaft, die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft und der Verband Privater Rundfunk und Telemedien.

Ziel von Media Smart ist es, die Medien- und Werbekompetenz von Schülern zu schärfen. Auf der Website erhalten Kinder ein Werbediplom, wenn sie Werbejingles oder verschiedene Werbeformen identifizieren. Im Spiel „Ich als Werbestar“ können sie sich ein Outfit zusammenstellen. In Schulwettbewerben dürfen Kinder eigene Werbekampagnen entwickeln. Eine kritische Auseinandersetzung mit der verführerischen Kraft der Werbung? Fehlanzeige. Jede zweite Grundschule hierzu-lande hat das Media-Smart-Materialpaket „Augen auf Werbung“ angefordert.

Die Zeit, in der Schulen vor allem ein Ort des kritischen Denkens und Handelns sein sollten, scheint vorbei. „Im einstigen Schonraum Schule ist ein Kampf um die Köpfe der Kinder entbrannt, der die Unterrichtsqualität gefährdet und das auf Mündigkeit zielende emanzipatorische Bil-

dungsverständnis aushöhlt“, sagt Sozialwissenschaftler Engartner. „Schule wird zur Werbefläche degradiert und – in Zeiten des Fachkräftemangels – zum Ort der Nachwuchsrekrutierung.“

Selbst aussterbende Branchen wie die Braunkohle versuchen durch Schulengagement, ihrem Schicksal zu trotzen. Der Watchgroup Lobbycontrol liegen Kooperationsvereinbarungen zwischen der RWE und zwei Schulen in Niederaußem und Bergheim vor. RWE bietet Schüler- und Lehrerpraktika, Bewerbungstraining, unterstützt den Unterricht in ausgewählten Fächern. Ein Teil des Technikunterrichts findet im RWE-Ausbildungsstützpunkt Niederaußem statt. Die Firma sponsert Laufshirts und Wettbewerbe, spendiert Schreibmaterial und Brotdosen. „Neben konkreter Hilfe in der unterrichtlichen Arbeit der Schule sollen Realschülerinnen und Realschüler Einblicke in die Gewinnung und Nutzung von Braunkohle sowie die Stromerzeugung erhalten. Auch sollen die Bedeutung und der Nutzen dieser Industrie für die Gesellschaft, besonders auch im heimischen Revier, den Realschülerinnen und Realschülern deutlich werden“, heißt es in einer der Vereinbarungen.

Im Gegenzug verpflichtet sich die Schule in Bergheim, eine RWE-Hinweistafel im Eingangsbereich aufzustellen, bei öffentlichen Äußerungen auf die Zusammenarbeit mit RWE hinzuweisen und das Atrium für RWE-Veranstaltungen zur Verfügung zu stellen.

„Aufgrund der Unterfinanzierung der Schulen verliert der Staat die Kontrolle über die zentrale Funktion von Schule, in einem neutralen Umfeld kritisches Denken zu fördern“, sagt Felix Kamella von Lobbycontrol. Um die öffentliche Sensibilität zu stärken, startet seine Organisation ab Montag eine Aktionswoche gegen Lobbyismus an den Schulen.

Im Vorfeld kann Lobbycontrol bereits einen Erfolg vermelden: Die niedersächsische Landesregierung beendet vom kommenden Schuljahr an ein umstrittenes Projekt zwischen Gymnasien und Energiekonzernen wie ExxonMobil und RWE. ExxonMobil zahlte den beteiligten Schulen für die Kooperation bis zu 10 000 Euro pro Jahr. Das vom Wirtschaftsverband Erdöl-



„Ich knabber am liebsten den ganzen Tag Zwieback von Brandt.“

und Erdgasgewinnung formulierte Ziel: „Verbesserung der Reputation der Branche“ und eine „Versachlichung der Darstellungen über die Erdöl- und Erdgasproduktion in Schulen“.

Niedersachsen ist nun mit einer interessanten Begründung ausgestiegen. Das Projekt verträge sich nicht mit der Antikorruptionsrichtlinie des Landes. Sponsoring ist demnach nur dann zulässig, „wenn der Anschein einer möglichen Beeinflussung [...] nicht zu erwarten ist“.

Doch warum soll es sonst gehen als um Beeinflussung?

Beispiele dafür, wie das Denken der Unternehmen und Wirtschaftsverbände in die Schule einsickert, gibt es zuhauf. Die Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft fordert, dem Lobbyismus und dem Kommerz an den Schulen Einhalt zu gebieten. „Die immer vielfältigeren Versuche, den Bildungsauftrag von Schule und die Vorstellungen junger Menschen von der Wirtschaftswelt je nach Eigeninteresse beeinflussen zu wollen, ist nicht akzeptabel“, heißt es in ihrem Privatisierungsreport.

Mittlerweile bedienen sich Firmenvertreter sogar der Autorität der Bildungseinrichtung Schule, um persönlich im Unterricht ihre Weltsicht zu vermitteln. Etwa die Experten von My Finance Coach, einer Initiative des Versicherungsriesen Allianz, der Kommunikationsagentur Grey und der Unternehmensberatung McKinsey. Sie wollen junge Menschen „finanzfit“ machen, damit sie als „mündige Wirtschaftsbürger“ handeln können. Die Leihlehrer gehören den kooperierenden Firmen an, darunter das Beratungsunternehmen KPMG, die Werbeagentur Ogilvy, die Deutsche Kreditbank, Volkswagen Financial Services oder die Deutsche Börse. In enger Zusammenarbeit mit den Lehrern geben sie ihr Wissen weiter, die Schulmaterialien bringen sie kostenlos mit. Schon 12-Jährige erfahren so, wie sie sich richtig versichern.

Ein von Didakten argwöhnisch beäugtes Modell sind auch die Geldlehrer Deutschland e. V. Über hundert Vermögens- und Finanzberater haben bereits mehr als 3400 Unterrichtsstunden erteilt und Schüler an-

geleitet, Sparpläne, Ratenkredite und ihre Altersversorgung zu berechnen. Den Zugang zur Schule lassen sich die Experten 2900 Euro kosten, das ist der Preis für die dreitägige Ausbildung zum Hilfslehrer.

Initiativen wie business@school, Schüler im Chfessel, Gründerkids und Junior treten an, um die Unternehmerpersönlichkeiten der Schüler zu fördern. Businesspläne werden ausgearbeitet, Schülerfirmen gegründet. „Betriebswirtschaftliches Denken wird zum Dreh- und Angelpunkt von Lernprozessen erklärt“, sagt Professor Engartner. Ganz im Gegensatz zu den Siebziger- und Achtzigerjahren, als Wirtschaft vor allem aus Arbeitnehmersicht analysiert wurde und sich Unterricht um die Humanisierung und Demokratisierung der Arbeitswelt drehte.

Wie vehement mittlerweile jeder Versuch einer kritischen Betrachtung von Wirtschaft bekämpft wird, sieht man an der Arbeitgeberreaktion auf das Buch der Bundeszentrale für politische Bildung. „Es ist erschreckend, wie Arbeitgeberverbände mit ihrer Lobbymacht versuchen, aus ihrer Sicht unbequemes Denken aus Schulbüchern und Lehrmaterialien zu verbannen“, sagt die stellvertretende DGB-Vorsitzende



„Mobil im Klimaschutz.“

Elke Hannack. „Das Vorgehen der BDA markiert einen Tiefpunkt politischer Kultur. Diese Zensur ist ein handfester Skandal und ein historisch einmaliger Vorgang.“

Die Autoren wollen sich nun zur Wehr setzen. „Natürlich leidet unsere Reputation als Wissenschaftler darunter, wenn der Arbeitgeberverband uns Indoktrination unterstellt“, sagt Engartner. Der Vorgang sei ein einzigartiger Eingriff in die wissenschaftliche Freiheit.

Die Soziologieprofessorin Bettina Zurstrassen, die das Buch herausgibt, protestiert mit ihren Mitautoren gegen das geplante Hinweisblatt. Sollte sich das BMI dennoch „für diese Zensurmaßnahme“ entscheiden, will ihr Team auf dem gleichen Papier eine eigene Stellungnahme abgeben dürfen. Außerdem würden sie darauf bestehen, dass in den neoliberal ausgerichteten Publikationen der Bundeszentrale ähnliche Beiblätter erscheinen.

Bernd Kramer, Michaela Schießl

WRIGLEY

„Kaugummikauen macht Spaß und bietet viele Vorteile.“