



TIM WEGNER

Wirtschaftskundelehrer Lüske: „Ich brauche aktuelles Material, die Lehrbücher reichen nicht“

SCHULE

Liberales Bildung

Ein gemeinnütziger Verein bietet Lehrern kostenlos Unterrichtsmaterialien an. Beahlt werden viele der Schriften aus der Wirtschaft – und am Vertrieb verdient die FDP.

Seriös und überparteilich kommt es daher, das „Arbeitsblatt“ für die 9. und 10. Klasse zum „Unterrichtsthema: Atomkraft“. Es gibt einen einleitenden Text zum „Schock im Januar 2009“, als Russland im Streit mit der Ukraine den Gashahn zudrehte, sowie über die Sorge, ob Energie bald „unbezahlbar“ werde. Und es gibt neun Zitate zur Kernkraft, darunter von RWE-Chef Jürgen Großmann, einem FDP-Wirtschaftsminister, einem Physiker, von Greenpeace und dem Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND).

Die Schüler sollen „die Argumente in einer Tabelle nach ‚Pro‘ und ‚Kontra‘ ordnen. Sechs Zitate, satt gefüllt mit Fakten und Zahlen, sind schnell als Beiträge pro Kernenergie identifiziert. Die drei Gegenstimmen erschöpfen sich in schlichten Feststellungen wie jener des BUND: „In Deutschland brauchen wir die Atom-

kraft nicht, die erneuerbaren Energien können sie spielend ersetzen.“

Derart munitioniert werden die Schüler aufgefordert, die „eher schwachen“ und die „überzeugenden“ Argumente zu benennen. Und wer noch immer nicht vom Segen der Kerntechnik überzeugt ist, der wird sicher gleich bekehrt sein, wenn er in der folgenden Aufgabe „die Interessen der Arbeitnehmer“ berücksichtigen soll. Als Denkanstoß präsentiert das Unterrichtsmaterial eine Passage aus der „Wirtschaftswoche“ vom 16. Februar 2009: „Die Atomindustrie blüht und wächst. Inmitten der Wirtschaftskrise gibt es sogar neue Arbeitsplätze und Aufträge aus dem Ausland.“

Nein, er könne nicht nachvollziehen, was daran einseitig sei, verteidigt Michael Jäger das Arbeitsblatt, „wir haben kein Problem darin gesehen.“ Jäger ist Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft Jugend

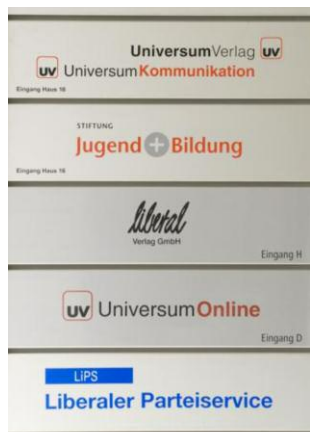
und Bildung e.V., die auf ihrer Internetseite für das Material wirbt und es zum Download anbietet. Der Verein hat sich das hehre Ziel gesetzt, „die Bildung und Erziehung der Jugend zu fördern“. Dazu gibt er Unterrichtsmaterial aller Art heraus, angeblich werden monatlich rund 50000-mal Arbeitsblätter im Netz abgerufen.

Auf den ersten Blick scheint die Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung über jeden Zweifel erhaben; sie nennt sich unabhängig und ist laut Satzung gemeinnützig. Oder ist das alles nur ein wohlgepflegter Schein? Der Unterrichtsbogen zur Kernenergie wirkt jedenfalls wie ein Propagandapapier der Atomlobby – und das ist er auch: Herausgeber ist der Informationskreis Kernenergie, der die Interessen der deutschen Betreiber von Atomkraftwerken vertritt.

Eine gemeinnützige Organisation gibt sich für Lobbying her? Die Erklärung ist so erstaunlich wie simpel. Hinter dem Verein steckt ein kommerzieller Verlag. Sein Angebot: interessierte Wirtschaftskreise in Kontakt mit Schülern zu bringen. Sein Eigentümer, zu 50 Prozent: die FDP.

Das Netzwerk von Lehrmittelanbieter, Verlag und Partei ist denkbar eng geknüpft. In Berlin-Mitte, in der Reinhardtstraße 14–16, sind sie alle unter einem Dach: Im Thomas-Dehler-Haus residieren die Bundesgeschäftsstelle der FDP, die Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung und die Berlin-Dependance des Universum Verlags.

Sobald Lehrer Arbeitsblätter des Vereins bestellen, treten sie mit der Univer-



Eingangsschilder im Thomas-Dehler-Haus

sum Verlag GmbH in Kontakt. Neben der FDP gehört das Unternehmen der Media Holding von Siegfried Pabst. Pabst, ein langjähriges FDP-Mitglied, leitete früher den FDP-Bürgerfonds und sammelte im Wahlkampf 2005 eifrig Spenden. Er ist Gesellschafter und Geschäftsführer des Universum Verlags, und er sitzt im Vorstand der Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung als deren Schatzmeister.

Auch der Leiter des Geschäftsbereichs für Kinder, Jugend und Schule bei Universum garantiert kurze Wege und minimale Reibungsverluste: Es ist Michael Jäger, der Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft.

Seine Doppelrolle, die gelbe Unterwanderung des Vereins, der ökonomische Nutzen für die Partei – das alles ist für Jäger kein Problem: „Das ist doch kein Geheimnis. Es ist überall nachlesbar, etwa in Rechenschaftsberichten der FDP.“

Nur: Wer sucht, wenn er den Hintergrund der Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung kennenlernen will, in den Rechenschaftsberichten einer Partei?

schaftskundelehrer an einer Gewerbeschule im fränkischen Buchen, nutzt die Arbeitsblätter aus Berlin seit vier Jahren. „Ich brauche aktuelles Material, die Lehrbücher reichen nicht“, sagt er. Das letzte Mal griff er zu, als er seinen Schülern erklären musste, was Investmentfonds sind. Das Material der Arbeitsgemeinschaft aus dem Programm „Hoch im Kurs“ kam ihm da gerade recht.

„Hoch im Kurs“ vermittelt freilich nicht nur theoretische Grundlagenkenntnisse. Es klärt die Schüler auch darüber auf, wie sie ihr Geld später anlegen können, und zwar hoch professionell – schließlich hat der Verein das Schriftwerk in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Investment und Asset Management (BVI) erstellt.

Lehrer Lüske sagt, er prüfe Material immer, bevor er es verwende. Und er habe gewusst, dass der BVI Mitherausgeber ist: „Wenn man das den Schülern transparent macht, ist das in Ordnung.“ Zwar habe er sich gewundert, dass das aufwendig produzierte Heft kostenlos sei, aber letztlich erfülle es seinen Zweck.

dich schlau“ oder „Kauen mit Köpfchen“ versucht, bis zum Verband Deutscher Mineralbrunnen, der am Ende scheinbar nur ein Ziel kennt: dass Schüler möglichst viel Mineralwasser im Unterricht trinken.

Dass manche der allzu platten Unternehmens-PR am gesunden Menschenverstand der Lehrer abprallt, hilft der Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung bei der Akquise. Sie bringt bei Konzernen, Verbänden und Institutionen ihre vermeintliche Reputation ins Spiel – in einem Werbebrief heißt es: „Nutzen Sie die Chance eines wachsenden Marktes für Ihre Unternehmenskommunikation.“ Lehrer seien kritisch, schreibt der Verein, „aber nur über sie führt der Weg zu den Schülerinnen und Schülern.“

Und Kontakte zu Lehrern hat die Arbeitsgemeinschaft in Massen: Nach eigenen Angaben verfügt sie über die Adressen von mehr als 100 000 Lehrkräften, „die bei uns schon bestellt haben“. Das Magazin, das für Neuerscheinungen wirbt, wird an 18 600 Lehrer verschickt.

„Direkt-Marketing“ nennt der Verein seine Dienste oder auch „Schulkommunikation“, und das zu beträchtlichen Tarifen: 3750 Euro berechnet er laut Preisliste 2010 den Auftraggebern aus der Wirtschaft für die Erstellung eines Arbeitsblatts. Einnahmen, an denen weniger der gemeinnützige Verein, sondern vor allem der Universum Verlag partizipiert – und mit ihm die FDP, die auch bei der Bildung ihren Ruf als Klientelpartei kräftigt.

Allmählich macht dieser Umstand auch unter kritischen Pädagogen die Runde. Helmut Bieber, Vorstandsmitglied der Deutschen Vereinigung für Politische Bildung, beklagt vor allem die mangelnde Transparenz: „Sie sollten schon deutlich machen, wer politisch hinter ihnen steht.“ Dass ein gemeinnütziger Verein Interessenverbänden Marketing an Schulen anbietet, hält Bieber für hochproblematisch. „Die Arbeitsgemeinschaft fährt auf dem Ticket des Gemeinwohls, fördert aber Einzelinteressen ihrer Partner.“

Der Erfolg des Vereins macht offenbar gierig – und unvorsichtig. Kürzlich versuchten die Liberalen mit einem Produkt ihres Ablegers gar schon in die offiziellen Lehrpläne zu gelangen: Im März stellte die FDP im Thüringer Landtag den Antrag, das Material zu „Traumberuf Chef“ aufzunehmen. Herausgeber ist die Arbeitsgemeinschaft in Zusammenarbeit mit dem FDP-geführten Bundeswirtschaftsministerium, verlegt hat das Material der Universum Verlag. Der Antrag scheiterte jedoch, sogar die CDU distanzierte sich, und der SPD-Abgeordnete Peter Metz stellte fest: „Es grenzt an Dummheit, einen derartigen Antrag in diesem Haus vorzutragen.“

BIRGER MENKE



Unterrichtsmaterialien aus dem Universum Verlag: Propagandapapier von Lobbyisten

Geschickt schlägt die Universum-Verlagsgruppe aus der herrschenden Mangelwirtschaft an deutschen Schulen mit Hilfe des Vereins Kapital: Sie bieten Alternativen zu oft längst veralteten Büchern; sie sorgen dafür, die Kürzungen der Bundesländer für Lehrmittel abzufangen; und sie kommen dem Wunsch nach individualisiertem Unterricht entgegen.

Vor allem in den Fächern Politik und Wirtschaft greifen Lehrer lieber auf frisches Material als auf angestaubte Standardwerke zurück – zumal sie die aktuellen Entwicklungen selbst oft nicht einschätzen können. So wurden an Nordrhein-Westfalens Hauptschulen im vergangenen Schuljahr 78 Prozent aller Politikstunden von fachfremden Lehrern unterrichtet, an Realschulen waren es gut 60 Prozent, an Gymnasien noch rund 30 Prozent.

Die druckfrischen Unterrichtsmaterialien von Anbietern wie der Arbeitsgemeinschaft sind da für manche Lehrkraft eine große Hilfe. Markus Lüske, 51, Wirt-

Die Arbeitsgemeinschaft kennt die Nöte der Lehrer. „Wenn es aktuelle und kostenfreie Materialien nicht gäbe, hätten viele Schulen Schwierigkeiten“, sagt Geschäftsführer Jäger. Und da die Kultusministerien die Verantwortung für das Unterrichtsmaterial immer mehr den Schulen überlassen, wird das Einfallstor für private Anbieter immer größer. Die Länder schauen darauf, weiß Jäger, „welche Kompetenzen die Schüler erwerben“ – das Wie scheint einerlei.

Das ist die Chance für Lobbyisten wie den Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, der unter dem Motto „Safety 1st“ ein Online-Portal, ein Schülermagazin und Unterrichtsmaterial anbietet. Das Thema: Soziale Sicherung und private Vorsorge. Die Arbeitsgemeinschaft erstellt das Material, sorgt für den Vertrieb, der Verband zahlt.

Auf dem Markt für Lehrmittel tummeln sich inzwischen auch eher kuriose Anbieter, vom Kaugummihersteller Wrigley, der es mit Arbeitsmappen wie „Kau