

COPYRIGHT

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt. Es darf ohne Genehmigung nicht verwertet werden. Insbesondere darf es nicht ganz oder teilweise oder in Auszügen abgeschrieben oder in sonstiger Weise vervielfältigt werden. Für Rundfunkzwecke darf das Manuskript nur mit Genehmigung von Deutschlandradio Kultur benutzt werden.

Zeitfragen-Feature: 29.08.2016

„Lobbyismus macht Schule – PR im Klassenzimmer“

Autorin: Christina Kufner

„Hast Du das auch schon mal erlebt? Du liest eine spannende Geschichte und plötzlich hast Du ganz viele Bilder im Kopf. Geschichten wecken unsere Fantasie...“

Ein Zeichentrick-Junge, der erst auf einem Vogel fliegt, sich dann in einen Affen verwandelt – und schließlich als kleiner Superheld einen Drachen bezwingt. Mit diesem Video lädt der Logistikkonzern Amazon Grundschüler zu einem Schreibwettbewerb ein.

„...Geschichten können uns verzaubern... sie bringen uns zum Lachen...“

Die Schulklasse mit der schönsten Geschichte bekommt als Preis: 30 Kindle E-Book-Reader von Amazon, dazu digitale Bücher im Wert von mehr als 1700 Euro und Amazon-Gutscheine im Wert von 50 Euro.

„...seid auch ihr kreativ und mutig? Dann erzählt uns Eure Geschichte!“

Und das haben tausende Kinder gemacht. An mehr als 300 Grundschulen, alle in oder nahe jenen deutschen Städten, in denen Amazon seine Logistikzentren betreibt. Denn nur dort war der Wettbewerb ausgeschrieben.

Auch die Grundschule in Rötha bei Leipzig hat sich beteiligt, ein Schulhaus wie aus dem Bilderbuch: roter Klinker, verziert mit Sandstein, der Eingang ein hölzerne Bogentür.

Ungewohnte Stille herrscht hier während der Ferien. In den Fluren hängen kindliche Kunstwerke aus dem letzten Schuljahr, knallgrüne Frösche und bunte Zwerge.

Der Kreativität der Kleinen freien Lauf lassen – das sei für die Schule der Grund gewesen, bei dem Wettbewerb mitzumachen, erzählt Direktorin Silke Kruppa.

„Wir haben nicht an dem Wettbewerb teilgenommen mit dem Ziel, wir müssen diese Geräte haben und wir gewinnen, sondern es stand im Vordergrund der Lesespaß, der Schreibspaß und der pädagogische Hintergrund für mich – und nicht was ist das für ein Wirtschaftsunternehmen, wie arbeitet dieses Unternehmen.“

Jetzt ist die Grundschule in Rötha stolzer Besitzer von 30 E-Book-Readern und vielen digitalen Büchern von Amazon, denn sie hat den Wettbewerb in diesem Jahr gewonnen. Im Mai war die feierliche Siegerehrung – am Unternehmensstandort in Leipzig.

„Die Eltern waren vor allem begeistert davon, dass sie einen Rundgang durch das Logistikzentrum machen durften, weil man ja sonst in dieses Logistikzentrum nicht kommt – ja, die waren begeistert von ihren Kindern natürlich, die Geschichte wurde dort vorgelesen. Es stand dort überhaupt nicht das Gerät im Vordergrund, sondern es stand die Geschichte der Kinder im Vordergrund.“

Dass es Amazon bei der ganzen Sache vielleicht *nicht nur* um den Spaß der Kinder gehen könnte, das blieb auch Silke Kruppa nicht verborgen. Die Schulaufsicht in Leipzig hat den Wettbewerb jedoch genehmigt. Wegen Schleichwerbung im Klassenzimmer macht sich Direktorin daher keine Sorgen.

„Hintergedanken mag ich gar nicht absprechen. Es mag immer sein, dass es Hintergedanken gibt. Amazon mit seinem zwielichtigen... oder wie auch immer... Man sagt vielleicht das hat ein Geschmäcke oder wie auch immer. Aber es hat niemand in Frage gestellt, ob das gut ist oder nicht. Alle haben den pädagogischen Wert im Vordergrund gesehen.“

Geschickt verpackte PR im Klassenzimmer

Für den Verein LobbyControl ist der Fall Amazon ein typisches Beispiel dafür, wie Unternehmen Schulen für ihre Interessen benutzen. Auch wenn der Wettbewerb erstmal so nett und auch so sinnvoll klingt – die Kleinen sollen kreatives Schreiben üben – der wahre Zweck sei eigentlich ein anderer, sagt Felix Kamella von LobbyControl.

„Für Amazon geht es nicht um Bildungsförderung, sondern darum seinen angeschlagenen Ruf zu verbessern, dafür ist Bildungsförderung einfach gut geeignet. Es ging Amazon aber auch darum, Kontakt zu lokalen Entscheidungsträgern zu pflegen. In den allermeisten Fällen hatten vor Ort die Bürgermeister eine Schirmherrschaft für diesen Wettbewerb übernommen, haben sich bei der Preisverleihung positiv zu Amazon geäußert. Und das ist natürlich für Amazon eine unbezahlbare PR für ihren eigenen Ruf.“

Mehrere Bundesländer bewerten den Wettbewerb inzwischen kritisch, einige haben ihn deshalb jetzt untersagt. Ein richtiger Schritt, sagt Felix Kamella – aber leider nur ein Tropfen auf den heißen Stein. Denn Schulen würden ständig mit gut klingenden Bildungsangeboten von Unternehmen konfrontiert – und was wirklich dahinter steckt, sei oft nicht erkennbar.

„Zum Einsatz kommen dabei so genannte Türöffner. Das heißt, die Angebote, die an Schulen stattfinden, werden so verpackt, dass sie auf den ersten Blick einen positiven Eindruck vermitteln, dass sie natürlich auch mit dem Schulgesetz vereinbar sind und dass sich dadurch die Schultür öffnet. Natürlich würden die Schulen, wenn sich ein Unternehmen da vorstellt und sagt, wir wollen hier Werbung machen, wir wollen unsere Ideologie hier vertreten, da sagen die Schulen natürlich, das wollen wir nicht. Das heißt, die Angebote werden geschickt

verpackt, damit sich eben dann doch die Schultür öffnet und eben die Unternehmensbotschaft ihren Weg in den Unterricht findet.“

Schulwettbewerbe sind dabei längst nicht das einzige Mittel. Um in den Klassenzimmern Gehör zu finden, dafür gibt es viele Instrumente: Kostenloses Unterrichtsmaterial und Erklärvideos, Spiele und Sportfeste, Lehrerfortbildungen oder aber Besuche von Firmenvertretern, die ganze Schulstunden abhalten.

Es geht um Image und Einfluss

Das Ziel ist Imagepflege. Denn bekannt ist: Was Kinder einmal verinnerlicht haben, prägt ihr Denken ein Leben lang. Oft geht es auch darum, das gesellschaftliche Klima zu beeinflussen und in eine bestimmte Richtung zu lenken. Kinder und ihre Elternhäuser sind dabei ein wichtiger Hebel.

„Wir erklären die Netzstabilität! Das ist Sebastian. Er arbeitet bei einem Energieversorger. Mit seiner Tochter Linda trinkt er zum Frühstück gerne eine Tasse Tee. Linda möchte wissen, warum eigentlich der Strom immer da ist, wenn sie den Wasserkocher einschaltet...“

Ein Trickfilm-Video des Energiekonzerns RWE. Es richtet sich an Schulkinder und erklärt, dass die Stromerzeugung durch die zunehmende Nutzung von erneuerbaren Energien weniger planbar wird.

„Das bedeutet die bestehenden Kraftwerke müssen sich jetzt nicht mehr nur nach dem Verbrauch der Kunden richten, sondern sie müssen exakt den Restbedarf an Strom abdecken, der nicht durch die erneuerbaren Energiequellen gewonnen wird – und das so schnell und flexibel wie noch nie zuvor.“

Was die Kinder nicht auf Schirm haben: Große Kraftwerke sind seit der Energiewende kaum noch rentabel, die Konzerne kämpfen um Geld von der Politik. Und auch an Schulen entsteht Meinung – dort zu erklären, wie wichtig konventionelle Kraftwerke sind, kann daher sicher nicht schaden.

Die Kruppstraße in Essen ist eine der großen Verkehrsadern der Stadt. Und Sitz des Netzgeschäfts von RWE. Ein gläserner Hochhausturm, auf dem Dach dreht sich ein großer Würfel mit dem Firmenlogo.

Im fünfzehnten Stock arbeitet Sebastian Ackermann. Er ist Sprecher der Geschäftssparte Netze und verantwortlich für die Bildungsaktivitäten von RWE. Die erstrecken sich von den ganz Kleinen bis zu den ganz Großen.

„Unser Angebot richtet sich einmal an Schüler direkt – verschiedener Schulformen. Das fangen wir auch schon sehr früh an, durchaus auch schon in den Kindergärten, aber auch Grundschulen, weiterführenden Schulen. Dann geht es aber auch um das ganze Thema Hochschulen, Hochschulbildung und es geht schlichtweg nicht zuletzt auch um Lehrpersonal wiederum von Schulen, aber auch von Hochschulen.“

Und so bietet das Online-Bildungsportal von RWE eine Fülle von maßgeschneiderten Angeboten für jede Zielgruppe. Für Schüler zum Beispiel gibt es Wissensspiele, Experimentierkoffer, Besuche in einem Kraftwerk oder dem Braunkohle-Tagebau.

„Die Lehrer halten Klassen Gott sei Dank immer weniger aseptisch, sondern schauen, dass Klassen geöffnet sind und ich muss Ihnen ganz ehrlicherweise sagen, bei der Vielfalt an Themen, die an Schulen angeboten werden, bin ich froh, dass das Energiethema als eines der wesentlichen Dinge, die Deutschland eben auch nach vorne bringen muss, dass das auch in den Schulen abgehandelt wird. Da bin ich sehr froh drum.“

Auf welche Weise die Schulen das Thema Energie abhandeln, dafür hat RWE dann auch gleich Empfehlungen parat – Arbeitsblätter, Themenhefte und Hintergrundinfos, zum Beispiel zur Energiewende.

„Heute ist es noch nicht möglich, die Strom- und Wärmeversorgung allein aus erneuerbaren Energien wie Windkraft und Sonnenenergie sicherzustellen. Gas- und Kohlekraftwerke werden daher noch auf Jahrzehnte hinaus als Brückentechnologie gebraucht.“

Wie neutral kann ein Konzern sein, der durch die Energiewende in schwere Fahrwasser geraten ist? RWE-Sprecher Sebastian Ackermann sagt: Alle Inhalte seien ideologiefrei, würden über zertifizierte Verfahren erstellt, in Abstimmung mit dem Schulministerium. Und überhaupt:

„Es wäre zu kurz gesprungen, zu glauben, dass Unternehmen jedwelcher Couleur oder Organisationen Einflussnahme in Schulen für ihre Geschäftszwecke wirklich in der heutigen Zeit ausüben können. Das ist schlichtweg ein Irrglaube.“

Fremdes Lehrmaterial oft interessengeleitet

Bloß wenn es so ein Irrglaube ist – warum machen es dann alle? Laut einer Studie der Universität Augsburg sind derzeit mehr als 800 000 kostenlose Lehrmaterialien im Netz verfügbar, für alle Fächer und alle Jahrgangsstufen. Viel davon kommt aus Unternehmen, doch auch Verbände, NGOs, Verlage und Stiftungen bringen eigenes Lehrmaterial auf den Markt – alles außerhalb des geprüften Schulbuchsortiments.

Der Bundesverband Verbraucherzentrale hat rund 550 dieser kostenlosen Lehrmaterialien unter die Lupe genommen. Mit Hilfe von Wissenschaftlern haben die Verbraucherschützer das Unterrichtsmaterial geprüft und anschließend Noten vergeben, von „sehr gut“ bis „mangelhaft“.

„Also, das was uns wirklich erstaunt hat bei der Analyse, ist, dass eben die Materialien, die von der Wirtschaft kamen – also ein Viertel der Materialien, die wir untersucht haben – dass wirklich drei Viertel von denen eben mit ausreichend beziehungsweise mangelhaft bewertet worden sind und somit eigentlich nicht geeignet sind für den Unterricht.“

Vera Fricke ist Referentin beim Bundesverband Verbraucherzentrale. Es gebe auch gutes Lehrmaterial von Unternehmen, betont sie. Die große Mehrheit jedoch betreibe PR in eigener Sache.

„Es hat sich gezeigt, dass insbesondere die mangelhaft bewerteten Materialien in der Regel durch Interessensleitung bzw. explizite Werbung die schlechte Note erhalten haben.“

Trotzdem gelangt wohl viel davon in die Klassenzimmer. Bis ein Schulbuch in neuer Auflage erscheint, vergehen oft Jahre. Wollen Lehrkräfte aktuelle Themen behandeln, müssen sie kreativ sein und selbst etwas zusammenstellen. Viele suchen dabei im Internet, weiß Martina Schmerr von der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft – und dort werden sie meist auch fündig.

„Die Lehrkräfte haben wenig Zeit, sie haben veraltete Schulbücher, also insofern womöglich wird das mit einer gewissen Dankbarkeit auch aufgenommen. Zumindest geben viele Firmen bekannt, dass ihre Materialien sehr stark auch abgerufen werden, also da gibt es einen Bedarf. Das sind ja Materialien, die auf den ersten Blick auch didaktisch oft gut aussehen, zumindest sehr anspruchsvoll und gleich einsatzbereit gemacht sind.“

Energiewende, Finanzkrise, Digitalisierung – alles Themen, die viele Schulbücher unzureichend oder auch gar nicht abdecken. Wenn die Privatwirtschaft hier in die Bresche springt, drohe eine Verzerrung der Inhalte, warnt Martina Schmerr.

„Wir betrachten das mit großer Sorge, denn die Schule ist eine neutrale Bildungseinrichtung. Sie hat einen öffentlichen Bildungsauftrag, muss daher ausgewogen sein, multiperspektivisch, darf Schülerinnen und Schüler nicht manipulieren und wir befürchten, dass auf diesem Weg solche Dinge eben doch geschehen.“

Unternehmen als Partner von Schulen

Kostenloses Unterrichtsmaterial ist aber nur die eine Seite. Die Wirtschaft wirkt oft auch ganz praktisch im Schulbetrieb mit. Zum Beispiel in Form von so genannten „Schulkooperationen“. Ein Unternehmen und eine Schule schließen dafür oft einen Vertrag, der die gemeinsamen Interessen definiert.

Pause im Max-Planck-Gymnasium in Bielefeld, ein gepflegter Flachbau im Westen der Stadt. Etwa 950 Schülerinnen und Schüler werden hier unterrichtet.

Das Gymnasium arbeitet mit mehreren Partnern zusammen, auch mit dem Backwaren-Hersteller Dr. Oetker, der seinen Sitz in Bielefeld hat. Was das beinhaltet, darüber möchte sich Direktorin Gisela von Alven gern im Beisein des Pressesprechers von Dr. Oetker unterhalten – die Reporterin trifft sich daher mit beiden in der Schule.

„Wir sind ein Gymnasium, das sich schon früh den Fragen der Studienwahl und Berufsorientierung für unsere Schülerinnen und Schüler geöffnet hat. Wir haben schon als eines der ersten Gymnasien in den 80er Jahren ein Betriebspraktikum

eingeführt. Und diese Arbeit der Studienwahl und Berufsorientierung wollten wir dann gerne durch die Kooperation mit einer Firma bereichern.“

Dazu zählt zum Beispiel Bewerbungstraining. Die Schüler fertigen ein Anschreiben an und bekommen dann Feedback aus der Personalabteilung von Dr. Oetker. Oder sie besuchen das Backwaren-Labor des Unternehmens. Oder Angestellte von dort kommen direkt ins Klassenzimmer.

„In den Unterricht ‚Differenzierungsfach Naturwissenschaften‘ in der neunten Jahrgangsstufe werden Mitarbeiter aus der Abteilung Forschung und Entwicklung eingeladen, die dann den Schülerinnen und Schülern vorstellen, wie eigentlich so ein Entwicklungsprozess für ein neues Produkt aussehen kann. Und die Schülerinnen und Schüler haben dann auch selbst Gelegenheit die Testung von neuen Produkten kennen zu lernen und die Verfahren kennen zu lernen.“

Praxisnahes Lernen sei das, sagt Frau von Alven, völlig frei von PR – und der Pressesprecher von Dr. Oetker, Jörg Schillinger pflichtet ihr bei.

„Wir sind da völlig losgelöst von irgendwelchen Werbemaßnahmen, die Kollegen von mir, von Dr. Oetker, die hierher kommen, sind Naturwissenschaftler beispielsweise. Die interessiert die Zusammensetzung von Milch genauso wie zum Beispiel die Schüler. Wir haben gar keine Materialien, es gibt keine Milch, in der kleine Dr. Oetker-Logos herumschwirren. Und die Materialien, die wir haben, fotokopierte Sachen oder sonstige Dinge, die sind naturwissenschaftlich oder eben Bewerbungstraining, Realsituationen. Das Thema stellt sich für uns überhaupt gar nicht.“

Wo fängt der Nutzen für die Schüler an, wo hört er auf? Was ist sinnvoller Einblick ins Berufsleben, was Imagepflege fürs Unternehmen? Schulen und Schüler können von so einer Zusammenarbeit sicher profitieren. Doch nicht immer ist diese sauber austariert.

In Niedersachsen etwa untersagte das Kultusministerium letztes Jahr die Kooperation von fünf Gymnasien mit der Erdöl- und Erdgasindustrie. 10 000 Euro hatten die Schulen erhalten, über Jahren hinweg. In dieser Zeit erfuhren die Schüler viel über die Erdöl- und Ergasförderung in ihrer Region – Fracking inclusive.

Ähnliches passierte in Nordrhein-Westfalen, zwischen RWE und zwei Schulen im Rheinischen Braunkohle-Revier. Jahrelang bekamen sie Dienst- und Sachleistungen – sollten den Schülern dafür die Bedeutung der Braunkohle-Industrie erklären. Schließlich schritt das Schulministerium ein und pochte auf Einhaltung des geltenden Schulrechts.

Kultusminister vertrauen auf wachsame Lehrer

Oft bekommen die Kultusministerien allerdings gar nicht mit, was an den Schulen läuft. Ob sie an einem Wettbewerb teilnehmen oder sich das Sportfest sponsern lassen – das können und dürfen Schulen eigenständig entscheiden. Dazu kommt: Oft herrscht chronischer Geldmangel – weshalb finanzkräftige Partner nicht ungerne gesehen sind.

Die Kultusbürokratie verweist hier gern auf den kritischen Blick von Schulleitern und Lehrern. Sie würden Angebote von außen genau prüfen und daher bestimmt auch nicht reinfallen auf verdeckte Lobbyarbeit. Auch Nordrhein-Westfalens grüne Schulministerin Sylvia Löhrmann argumentiert so.

„Wir haben eine Handreichung, die den Schulen zur Verfügung steht, das sind viele Praxisbeispiele drin, da ist das genau erläutert und es gibt natürlich Schulleiterdienstbesprechungen, es gibt enge Abstimmungen zwischen Schulaufsicht und Schulen. Und immer, wenn es wieder konkrete Einzelfälle gegeben hat, nehmen wir die auch zum Anlass und erläutern das auch noch mal, so dass vom Grundsatz her, glaube ich, alle wissen, wie stark und eng der Rechtsrahmen ist und dass es natürlich wichtig ist, den Rechtsrahmen auch einzuhalten.“

Die Schulen stehen damit jedoch vor einem Spagat. Einerseits sollen sie aufpassen, dass die Wirtschaft nicht zu stark Einfluss nimmt. Andererseits die Nähe zu den Betrieben suchen. Kein Elfenbeinturm sein. Einblick verschaffen in die Berufswelt. Einen Konflikt gibt es hier nicht, glaubt zumindest Schulministerin Löhrmann.

„Wir wollen, dass es Praktikumsplätze für Schülerinnen und Schüler gibt, in den ortsansässigen Unternehmen. Wir wollen, dass bestimmte Projekte auch mitflankiert werden, kein Abschluss ohne Anschluss, dass Jugendliche in Unternehmen hineinschnuppern können, im Vorfeld ihrer Berufswahl. Da gibt es eine ganz klare Grenzziehung, was dient der Pädagogik und was soll einfach einem Unternehmen dienen, die Grenze ist klar gezogen und ich setze darauf, dass die meisten dem auch folgen.“

Manchmal verwischt diese Grenze allerdings. Wie viel Zugang die Wirtschaft zu den Schulen bekommt, das ist – je nach Bundesland – Auslegungssache. Und einige forcieren deren Einfluss auch.

In Hessen etwa bat das unionsgeführte Kultusministerium die Schulämter kürzlich per E-Mail, die Schulen doch bitte über die so genannten Schulbanker zu informieren – ein Planspiel des Deutschen Bankenverbands, bei dem die Schüler handeln und entscheiden sollen wie Banker. Reine Propaganda, sagen Lobbykritiker.

In Sachsen-Anhalt wiederum hat das Kultusministerium eine Kooperation mit dem Elektronikkonzern Samsung unterzeichnet. In den nächsten zwei Jahren sollen im Rahmen eines Modellprojekts 500 Lehrer im Umgang mit Laptops, Tablets und digitalen Tafeln geschult werden. Eine gute Sache, sagt Kultusminister Marco Tullner von der CDU.

„Wenn wir auf der einen Seite ein Unternehmen haben, das in dem Bereich weltweit unterwegs ist und auch das technische Knowhow und die technische Kompetenz mitbringen kann, dann wäre ich als sachsen-anhaltischer Kultusminister, glaube ich, schlecht beraten, jetzt hier eigene technische Modelle entwickeln zu wollen, sondern wir wollen hier die Erfahrung, die vielleicht auch im internationalen Bereich gesammelt worden sind, ein Stück weit auch reflektieren, auch kritisch reflektieren und ausprobieren, was für die Schulen in Sachsen-Anhalt, für den Alltag der Lehrerinnen und Lehrer, aber auch der

Schülerinnen und Schüler wichtig ist. Und deswegen scheue ich mich nicht, diese Kooperation einzugehen.“

Eine Kooperation, die für den Elektronik-Riesen sicher einen positiven Nebeneffekt hat. Ganz nebenbei kann Samsung dabei nämlich auch seine Produkte bekannt machen. Kultusminister Tullner sieht darin kein Problem.

„Dass solche Effekte am Rande auch eine Rolle spielen, mag sein, aber ich glaube, dass unsere Lehrerinnen und Lehrer reflektiert genug sind, da auch eine Grenze zu ziehen. Wir sollten auch nicht in die Logik verfallen, dass wir alles, was sozusagen aus dem Bereich der Wirtschaft kommt als irgendwie feindlich oder gegnerisch ansehen. Man muss einfach eine Interessendefinierung vornehmen. Samsung hat Interessen, wir haben Interessen und auf dieser Schnittstelle, diesem begrenzten Wegstrecke haben wir gemeinsame Interessen, die wir sozusagen vorantreiben wollen. Am Ende geht es mir vor allen Dingen darum, dass wir Schule fit machen für die Digitalisierung und dass uns da Unternehmen helfen können, halte ich für sehr angenehme Art der Zusammenarbeit.“

„Experten“ aus der Wirtschaft geben Unterricht

Schulen fit machen für die Zukunft, dafür die Expertise der Unternehmen nutzen – das sind schlagkräftige Argumente. Diese liefern externen Akteuren allerdings auch gute Gründe weiter ins Bildungswesen vorzudringen. An den Schulen fehle Fachwissen, argumentiert die Wirtschaft – da könne man gerne behilflich sein.

„Damit junge Menschen als mündige Wirtschaftsbürger handeln können, bietet My Finance Coach verschiedene Aktivitäten an. Schulen können Finance Coaches in ihren Unterricht einladen, wie kürzlich bei Sina. Diese Coaches sind Experten aus der Wirtschaft und gehören den Unternehmen an, die die Initiative unterstützen.“

Auch die Initiative My Finance Coach möchte behilflich sein. Man wolle Kindern den verantwortungsvollen Umgang mit Geld beibringen, heißt es. Dafür kommen Dozenten aus Finanz- und Versicherungsunternehmen ins Klassenzimmer und geben Unterricht.

Die Heinrich-Böll-Schule in Rodgau südlich von Frankfurt, eine Gesamtschule, an der etwa 550 Schüler unterrichtet werden. Heute stehen Herr Vogel und Frau Wende vor einer der Klassen. Sie erklären den Schülern, welchen finanziellen Spielraum sie haben, wenn sie mal von zu Hause ausziehen.

Frau Wende und Herr Vogel sind keine Lehrer. Sie arbeitet für die Allianz und er bei einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Für My Finance Coach geben sie ehrenamtlich Unterricht in Geldfragen.

„Es gibt ja viele hunderte Finance Coaches, die das dann machen und die dann in verschiedenen Klassenbesuchen tätig werden. Immer zu zweit, so dass wir auch immer als zwei Mann auftreten und das gemeinsam gestalten und dass wir eine Vielzahl sind, die diese Klassenbesuche dann auch abbilden.“

sagt Wirtschaftsprüfer Martin Vogel, der seit 4 Jahren Geld-Unterricht an Schulen gibt. Das Lehrmaterial dafür bekommt er von der My Finance Coach-Stiftung.

Die Stiftung gehört zu 100 Prozent der Allianz, zu ihren Spendern zählen unter anderem die Volkswagen Bank, die Deutsche Kreditbank oder die Deutsche Börse. Auch die Coaches kommen aus der Finanz- und Versicherungsbranche. Für die Schulen ein Vorteil, sagt Bettina von Jagow, die Geschäftsführerin der Stiftung.

„Sie bringen natürlich einen starken Praxisbezug mit aus ihrem Alltag mit und können durch Beispiele ergänzen, die eben die Lehrkräfte unter Umständen durch ihre Laufbahn gar nicht kennen gelernt haben und sie leben natürlich schon eben auch in einer bisschen anderen Welt. Die Business-Welt ist einfach eine andere als die Schulwelt – ich selber komme aus der Bildungswelt, habe da selber lang gearbeitet - das ist schon ein anderer Kosmos.“

Schüler werden subtil eingenordet

Ein Kosmos, der sicher auch Interessen hat. Rund 2000 Klassenbesuche an etwa 800 Schulen machen die Finance Coaches pro Jahr. Alles gemeinnützig, keine Werbung, beteuert die Stiftung. Doch Kritiker bezweifeln, dass die Akteure hinter My Finance Coach den ganzen Aufwand aus purer Uneigennützigkeit betreiben.

„Gerade bei der Finanz- und Versicherungsbranche kann man ja das erleben, dass der Reputationsverlust der im Zuge der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise erlitten worden ist, zu einer besonderen Verstärkung dieser Aktivitäten an Schulen geführt hat – eben weil man das ramponierte Image aufbessern möchte und wieder auf einen guten Weg bringen möchte. Gerade dass ist dann für viele der ausschlaggebende Punkt zu sagen, wir wollen jetzt wieder vermehrt uns um Schülerinnen und Schüler im Klassenzimmer kümmern.“

Tim Engartner ist Professor für Didaktik der Sozialwissenschaften an der Universität Frankfurt. Er untersucht seit Jahren, wie die Wirtschaft an die Schulen drängt. An My Finance Coach bemängelt er die unkritische Darstellung der Finanzwirtschaft – ein Weltbild, das ganz klar den Interessen der Branche diene.

„Es geht nicht darum, bestmögliche Versicherungsnehmerinnen und -nehmer, bestmögliche Finanzanlegerinnen und -anleger und bestmögliche Vermieterinnen und Vermieter zu produzieren in den Schulen, sondern Schule ist ein Schonraum. Wir haben es dort mit Minderjährigen zu tun und der Bildungsauftrag, der von staatlicher Seite propagiert wird, wird da systematisch unterlaufen.“

Auch der Bundesverband Verbraucherzentrale bewertet das Angebot von My Finance Coach kritisch. Die Note 4 hat die Initiative von den Verbraucherschützern bei ihrer letzten Prüfung im Jahr 2012 bekommen, das heißt „nur bedingt unterrichtstauglich“. Ein Auszug aus der Bewertung:

„Auswahl und Aufbereitung des Materials lassen erkennen, dass es sich um eine von Kapitalinteressen geleitete Auseinandersetzung mit Kaufentscheidungen handelt.“

Eine Kritik, die die Stiftung nicht gelten lassen will. Alles Lehrmaterial werde geprüft und evaluiert. Und falls doch mal was zu beanstanden sei, könnten das ja die Lehrkräfte tun – sie seien schließlich immer anwesend, wenn die Coaches Unterricht geben.

An der Heinrich-Böll-Schule ist an diesem Tag die Lehrerin Petra Carbon mit dabei. Sie war selbst in der freien Wirtschaft tätig, bevor sie als Quereinsteigerin zum Lehrberuf kam. Frau Carbon, das wird schnell deutlich, ist begeisterte Anhängerin des Konzepts von My Finance Coach.

„Hier ist das Material so toll aufbereitet und runtergebrochen, dass sich Schüler wirklich auch drauf einlassen. Und ich sag Ihnen ganz ehrlich, warum soll ich mich daheim hinsetzen und Stunden lang mir ein Konzept überlegen, wenn ich es hier fertig auf dem silbernen Tablett geliefert krieg’ und dann auch noch wirklich rund.“

Und auch andere Lehrer an der Schule haben inzwischen Gefallen gefunden an der Unterstützung von außen.

„Es sind viele Kollegen, die es immer wieder sich abrufen, was sie brauchen. Dann kommen die Coaches, wir hatten hier schon ganze My Finance Coach -Tage, da hatten wir also drei Coaching Teams jeweils 3 Blöcke, also 9 Kurse an einem Tag.“

Ganze Schultage organisiert von der Versicherungs- und Finanzwirtschaft. Der kritische Abstand der Lehrer, auf den sich Kultusbehörden und Unternehmen so gern berufen, lässt sich hier zumindest in Frage stellen.

Ursache ist der Geldmangel im Bildungswesen

Wirtschaft und Schule – eine heikle Beziehung. Was pädagogisch sinnvoll daherkommt und den ausgelasteten Lehrkräften zu helfen scheint, das kann auch geschickte PR sein. Denn das wachsende Engagement von Unternehmen in den Klassenzimmern zeigt: jeder will an die Köpfe der Kinder. Bildungsforscher Tim Engartner:

„Das Phänomen wird hoffnungslos unterschätzt. Es ist aber ein Massenphänomen, ein Phänomen, das an nahezu jeder Schule in der Bundesrepublik Deutschland aufschlägt – und das sollte uns alle mit Sorge erfüllen.“

Wie konnte es soweit kommen? Letzten Endes ein Resultat politischen Handelns – denn das Schulsystem ist chronisch unterfinanziert.

„Die klammen kommunalen Kassen begünstigen das. Die sind ja für die Ausstattung der Schulen verantwortlich. Also zum Beispiel dafür, die Schulen so auszustatten, dass sie regelmäßig Schulbücher anschaffen können, dass sie das Kopierkontingent nicht deckeln müssen, sondern eben bestmöglich zu Gunsten der Schülerinnen und Schüler nutzen können. Und wenn das nicht mehr von Vater

Staat quasi finanziert werden kann, dann treten die privatwirtschaftlichen Akteure auf den Plan.“

Und so werden wohl noch viele Schülerinnen und Schüler Texte lesen, die nicht in Schulbüchern stehen, mit Lehrmaterial arbeiten, das nicht von Pädagogen stammt und von Dozenten unterrichtet, die keine Lehrer sind.