



verbraucherzentrale
Bundesverband

WERBUNG IN SCHULE

Runder Tisch Verbraucherbildung Schleswig-Holstein

Dr. Vera Fricke | Leiterin Team Verbraucherbildung | vzbv | 30. September 2021

JUNGE VERBRAUCHER:INNEN

- bevorzugte Zielgruppe für Unternehmen
- hohe Kaufkraft bei Kindern und Jugendlichen: Taschengeld und Geldgeschenke über 3 Mrd. € pro Jahr (Kinder Medien Studie 2019)
- Einfluss auf Kaufentscheidung der Eltern
- frühe Markensozialisation und Unternehmensbindung
- Zugang über Schulen für Unternehmen kostengünstig
- Vertrauens- und Autoritätsverhältnis von Schule begünstigt Platzierung von Botschaften

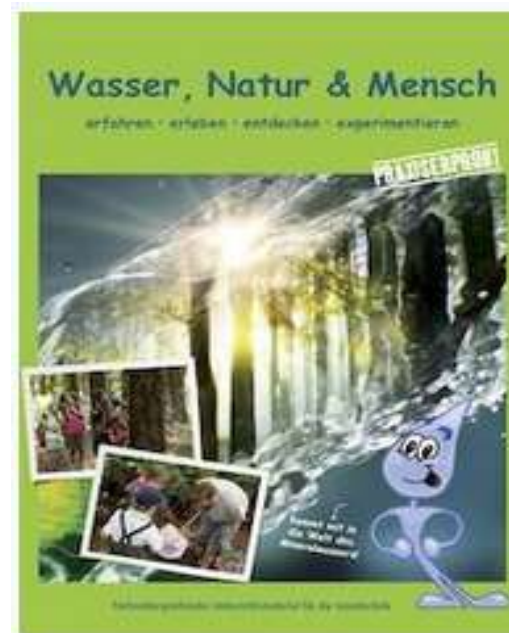
UNTERRICHTSMATERIALIEN



Gesamtbewertung:



<https://www.verbraucherbildung.de/materialkompass/bewegte-pause-aktiv-und-fit-schule-und-freizeit>



Gesamtbewertung:



<https://www.verbraucherbildung.de/materialkompass/wasser-natur-mensch>

PLATTFORMEN UND PRODUKTPAKETE

EINFACH-CLEVER-ESSEN

Ernährung lehren und lernen

BANANEN-ORANGEN-SMOOTHIE

Zutaten

- 8-10 Orangen
- 1 Banane
- 4 EL Honig, z. B. von Breitsamer
- 4 EL feine Haferflocken, z. B. Blütenzarte Kölnflocken
- 200 ml Milch, z. B. von Andechser Natur

<https://www.einfach-clever-essen.de/>

The screenshot shows a website page with a URL <https://materialwiese.de/2014/06/kostenlos-gesundes-fruhstucks-pake.html>. The page features a navigation bar with links like 'Digitale Bildung', 'VB in Ländern', and 'Wichtige Seiten'. A cookie notice is visible at the top. The main content area is divided into several sections: 'Social Media' with icons for Twitter, Facebook, and Pinterest; 'Blogsuchmaschine' (search engine); 'Wunschliste' (wishlist) with an 'Amazon Wunschliste' button; and 'Lieblingsartikel* (Werbung)' (favorite articles*). On the right, there is a large image of a cardboard box filled with 'Köln CEREALIEN VOLLKORNER HAFERFLOCKEN' packets and small recipe booklets. Below the box, a caption reads: 'Ebenfalls im Paket enthalten sind diese kleinen Rezeptheftchen für Kinder:'. Below this, four children's recipe booklets are shown, titled 'Peters Party', 'Fritz und Frizzie', and 'DIE KOCHJULE'.

<https://materialwiese.de/2014/06/kostenlos-gesundes-fruhstucks-pake.html>

BERICHTERSTATTUNG

SPIEGEL ONLINE

Sonntag, 17.02.2019 07:52 Uhr

Anonymes Lehrgeständnis

Wie Werbung das Klassenzimmer erobert

Ein Smartboard mit Netzanschluss im Klassenzimmer? Toll - wären da nicht die ständigen Unterbrechungen. Unser Autor ist Lehrer und empfindet angesichts der zunehmenden Werbebotschaften nur eins: Hilflosigkeit.

<https://www.spiegel.de/lebenundlernen/schule/lehrgestaendnis-immer-mehr-werbung-im-klassenzimmer-a-1252900.html>



Die verkaufte 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.

<https://www.spiegel.de/spiegel/print/d-139574538.html>



Schulwerbung: Unternehmen kapern Klassenzimmer

von Lena Gürtler

Die Grundschüler der 3b der Ganztagschule Molkenbührstraße in Hamburg sitzen im Kreis rund um ein Paket. Der Absender ist die Kölln GmbH. Auf der Internetseite des Unternehmens können Lehrer das Paket ordern, Stichwort "Gesundes Frühstück". Die Schüler packen Haferflockenkartons und Rezeptheft aus. "Und noch mehr Müsl!", rufen die Schüler.



Schulwerbung: Unternehmen kapern Klassenzimmer

Panorama 3 - 29.05.2018 21:35 Uhr



<https://www.ndr.de/nachrichten/Schulwerbung-Wie-Unternehmen-die-Klassenraeume-kapern,schulwerbung104.html>

WERBUNG IM KLASSENZIMMER

Die Einflussmöglichkeiten von Unternehmen in Schulen sind vielfältig:



- ❖ Rund 800.000 kostenlose Lehrmaterialien sind online verfügbar und werden von Lehrkräften eingesetzt. Der allergrößte Teil stammt von Unternehmen, deren Verbänden oder Stiftungen (Engartner 2019)
- ❖ 20 von 30 DAX-Unternehmen boten im Jahr 2019 Unterrichtsmaterialien an (Engartner 2019)

DSA YOUNGSTAR



Grundschulmarketing
~~Werbung in der Grundschule~~ sollte mit dem **notwendigen Fingerspitzengefühl** geplant und durchgeführt werden. Die Berücksichtigung der noch **geringen Medienkompetenz** der Kinder spielt beim intelligenten und verantwortungsbewussten Grundschulmarketing eine ebenso große Rolle wie eine altersgerechte Ansprache. Gleichzeitig sind die Kinder als **wichtige Multiplikatoren** in Richtung des Elternhauses eine **spannende Zielgruppe** und zudem leicht für innovative und neue Produkte zu begeistern.

<http://dsa-youngstar.de/grundschulmarketing/>

Home > Grundschulmarketing

Sie suchen – wir finden!

DSA News – Immer up2date

Sie interessieren sich für Schulmarketing und

THE KIDS GROUP

DIE SPEZIALAGENTUR FÜR KINDER- UND FAMILIENMARKETING

LEISTUNGEN | KUNDEN | CASES

TEAM | NEWS | KONTAKT



THE KIDS GROUP



Bildungskommunikation

Wissensvermittelnde Schul- und Kindergartenaktionen.

- Ihr Produkt oder Ihren Character optimal in der Zielgruppe platzieren
- Bekanntheit steigern
- Wochenlange Präsenz im Unterricht
- Direkt in der Zielgruppe
- Klassenweise begeistern, statt Einzelkontakte zu erreichen

... und alles, was den Lehrplan seriös bereichert.

Eltern kaufen doppelt so häufig Produkte auf Wunsch ihrer Kinder, als ihnen bewusst ist.

<http://www.kbundb.de/>

LÜCKEN IM RECHTLICHEN RAHMEN

BEFRAGUNG DER KULTUSMINISTERIEN VON VBE UND VZBV (2020)

- ❖ Der bestehende rechtliche Rahmen, um Werbung an Schulen zu unterbinden ist widersprüchlich und nicht ausreichend.
- ❖ Unterstützungsmöglichkeiten für pädagogisches Personal sind kaum vorhanden, die Eigenverantwortung von Lehrkräften wird vorausgesetzt.
- ❖ Kein systematischer Überblick, welche Wirtschaftsakteure mit welchen Angeboten in Schulen aktiv sind.

BEFRAGUNG VON LEHRKRÄFTEN DURCH FORSA I.A. VON VZBV (2016)

- ❖ 55 % der Lehrkräfte hatten Kontakt mit Angeboten von Unternehmen.
- ❖ 72 % von ihnen haben keine Zeit, Materialien auf Qualität zu prüfen.

MÖGLICHE FOLGEN

- ❖ Unabhängigkeit von Schule und Bildungsauftrag in Gefahr: Bildungsauftrag vs. kommerzielles Interesse
- ❖ Benachteiligung finanzschwacher Anliegen wie Umwelt- oder Sozialthemen
- ❖ Beutelsbacher Konsens wird nicht eingehalten: einseitige Darstellung
- ❖ Manifestierung der schlechten finanziellen Ausstattung des Bildungswesens
- ❖ Regionale Differenzen im Bildungswesen: Chancengleichheit im Bildungssystem wird ausgehebelt
- ❖ Weniger Öffnung für außerschulische Zusammenarbeit aus Angst vor Fehlern

FORDERUNGEN

- ❖ Schulen müssen **werbefrei** sein, um Heranwachsende vor wirtschaftlicher Einflussnahme zu schützen.
- ❖ Einführung eines **öffentlichen Registers**, das die Aktivitäten von Unternehmen, wirtschaftsnahen Verbänden und Stiftungen an Schule nachvollziehbar macht.
- ❖ Schulen und Unterrichtsmaterialien dürfen nicht als Werbefläche missbraucht werden. Unternehmen sollten über ihre Aktivitäten in Schule sprechen dürfen - aber nur in eigenen Medien (z. B. Internetseite, CSR-Berichte) oder Medien außerhalb der Schule (z. B. Zeitungen). **Firmen-Logos haben in der Schule nichts verloren.** Als Unterrichtsgegenstand können sie reflektiert werden.
- ❖ Lehrende müssen durch verbindliche **Aus-, Fort- und Weiterbildung** befähigt werden, sich mit der Einflussnahme an Schulen kritisch auseinanderzusetzen.

WAS KÖNNEN SIE TUN?

- ❖ Behandeln Sie das Thema „Einflussnahme durch Werbung in Schule“ aktiv
- ❖ Verwenden Sie von unabhängigen Expert:innen geprüfte Materialien auf www.materialkompass.de
- ❖ Überprüfen Sie eigenständig das Angebot:
 - Welche Interessen werden von Herausgeber und/oder Financier verfolgt?
 - Sind diese Interessen im Angebot zu finden?
 - Wie verhalten sich die Interessen zum Bildungsauftrag des Angebotes?
 - Inwiefern entstehen Abhängigkeiten durch das Angebot?
 - Inwiefern werden Daten an den Anbieter weitergegeben?
- ❖ Kritischer Umgang mit Experten, Sponsoring, Wettbewerben
- ❖ Transparenz an der eigenen Schule schaffen
- ❖ Angebote mit Werbung nutzen, um Einflussnahme in Schulen zu thematisieren.

WAS KÖNNEN SIE TUN?



Material vorschlagen

Nutzen Sie unser Online-Formular, um Unterrichtsmaterialien für eine Bewertung durch unser Expertengremium vorzuschlagen.

[Zum Online-Formular →](#)

<https://www.verbraucherbildung.de/online-formular-fuer-lehrende>

verbraucherzentrale

Bundesverband

Impressum

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Team Verbraucherbildung | Dr. Vera Fricke

Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

verbraucherbildung@vzbv.de

www.vzbv.de

© 2021 Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.