

## 04.03.2010 - Stiftungen und Konzerne erobern die Schulen

### Wie sie die Privatisierung der Bildung betreiben

von Larissa Peiffer-Rüssmann

Schleichend breitet sich seit Jahren der privatwirtschaftliche Einfluss auf Inhalte und Ausgestaltung des öffentlichen Bildungswesens aus und krepelt es von Grund auf um. Betroffen sind alle Bereiche ? Kindergärten, Schulen, Hochschulen bis zur Weiterbildung. Marktwirtschaftliches Denken, Effizienz und Wettbewerb, halten Einzug in die Bildungseinrichtungen. Regelmäßige Qualitätskontrollen, Ranking und Bestenlisten machen die Angebote auf dem «Bildungsmarkt» vergleichbar. Nationale und internationale Anbieter sitzen in den Startlöchern: Bildung wird mehr und mehr Teil des Dienstleistungsmarkts.

Die öffentlichen Ausgaben für Bildung sind seit den 70er Jahren deutlich gesunken. Gemessen am Bruttoinlandsprodukt müssten für allgemeinbildende und berufliche Schulen jährlich rund 20 Mrd. Euro mehr ausgegeben werden. Weil der Staat sich aber arm macht, springen kleine und große Unternehmen gerne ein.

### Werbung

Coca-Cola umwirbt besonders gerne Schulen. Der Konzern förderte gemeinsam mit der Stiftung Lesen die Aktion «Schnapp dir ein Buch»: 10.000 Schulklassen wurden dadurch kostenlos mit Büchern ausgestattet. Eine weitere Aktion war «1000 Schulen in Bewegung», damit erreichte Coca-Cola nach eigenen Angaben seit 1996 bundesweit über 2 Millionen Kinder und rund 80.000 Lehrerinnen und Lehrer. Neben einem kostenlosen Aktionsmobil und vielfältigen Geräten lieferte der Limonadenkonzern auch Gratis-Getränke für die Sporttage. Das Unternehmen sieht dies nicht als Werbung, sondern als «gesellschaftliches Engagement».

Auch die Firma Kellogg's pflegt gute Kontakte zu Schulen. Die Schüler sollen durch den Kauf von Produkten der Firma Punkte sammeln und in Sportgeräte für die Schule tauschen. Der Bundesverband der Verbraucherzentrale klagte vor Gericht ? und verlor. Kekshersteller Bahlsen startete eine Rabattmarkenaktion, mit der die Schüler durch den Kauf von Knabberzeug «Klassenfahrt-Punkte» sammeln konnten. «Kekswerbung hat mit dem Bildungsauftrag einer Schule nichts zu tun», erklärten die Verbraucherschützer, klagten ? und gewannen.

Die Agentur für Bildungs- und Jugendkommunikation («youngkombi») mit Sitz in Hamburg und Hannover vermittelt Werbeverträge zwischen Schulen und interessierten Firmen. Auf diese Weise können auch mal marode Klassenräume renoviert und lecke Dächer wetterfest gemacht werden ? «alles zum Wohl der Kinder» und zur Entlastung der öffentlichen Kassen. Vordergründig, denn die Firmen sparen nebenbei mächtig Steuern.

Die Liste der Firmen, die durch Werbung Einfluss auf Schule und Unterricht nehmen, ist lang, die Metro-Gruppe gehört dazu, der Energiekonzern RWE, der Weltkonzern Nestlé, Chemieunternehmen, Ford, Burger King, Ikea ? um nur einige zu nennen. Computerfirmen sichern sich durch Werbefeldzüge zukünftige Kunden und die Sparkasse bietet Eltern Kredite für Schüler-Laptops an, deren Notwendigkeit kaum noch in Frage gestellt wird.

Durch Partnerschaften mit Schulen wollen Firmen Schüler besser auf das Arbeitsleben vorbereiten. Unterstützt werden sie dabei von Einrichtungen wie dem Institut Unternehmen & Schule GmbH mit Sitz in Düsseldorf, das «engen Schulterschluss mit den Wirtschaftsverbänden» übt. Es stellt Unterrichtsmaterialien zur Verfügung, manchmal kommt auch ein Mitarbeiter vorbei. Durch personelle Kontakte zu den Lehrern kann das Unternehmen zielgenauer Nachwuchskräfte rekrutieren.

### **Vom «Allianz-Gymnasium» zur «Thomy-Realschule»?**

Im Regierungsbezirk Köln entwickelten 36 Chemieunternehmen ein Handbuch für den Chemieunterricht, das den Schulen kostenfrei zur Verfügung gestellt wurde. Auch T-Mobile Bonn hält Einzug in den Unterricht. In Deutsch wird «SMS-Sprache» behandelt, in Erdkunde geht es um «Standortfaktoren ? Verflechtung des Unternehmens mit dem Raum». Coca-Cola umwirbt die Schulen mit Gratis-Material für den Sozial- und Wirtschaftskundeunterricht für die Jahrgangsstufen 11 und 12: «Marke, Markt und Marketing», ein Rollenspiel «für junge Unternehmer». Das 121 Seiten starke Begleitheft ist voll von Coca-Cola-Werbung.

Der Realschulzweig der Erzbischöflichen Ursulinenschule in Köln hat eine Partnerschaft mit Siemens. Auf dem Stundenplan in Geschichte steht «Siemens von 1848 bis heute ? eine Unternehmensgeschichte», die Rolle des Unternehmens im Faschismus ist kein Thema. In Englisch wird «Siemens als Global Player» behandelt. Auf die Frage, ob Siemens Einfluss auf den Unterricht nimmt, antwortet die Schulleiterin: «Überhaupt nicht. Wir planen gemeinsam», und dann werde entschieden, wie ein Thema umgesetzt wird.

Schulpartnerschaften sollen Firmenlogos und Produkten den Weg in den Unterricht ebnen. Der Mayonnaise- und Feinkost-Hersteller Thomy (Nestlé-Konzern) arbeitet mit einer Realschule in Neuss zusammen. Im Hauswirtschaftsunterricht steht «Kochen mit hauseigenen Produkten» auf dem Programm ? freie Bahn für Thomy-Produkte.

Die Allianzversicherung organisierte 2005 einen kostenlosen Berufschancen-test für 1100 Schulklassen. Die dabei gewonnenen Namen und Adressen nutzte die Allianz, um «bedarfsgerecht informieren» zu können.

Eine Zusammenarbeit der besonderen Art gibt es in Alsdorf bei Aachen. Dort kooperiert die Europa-Hauptschule mit der Bundeswehr und zwar mit deren Ausbildungswerkstatt. Damit wolle die Bundeswehr «einen Beitrag zu einer praxisorientierten Schulbildung leisten», sagt der zuständige Brigadegeneral. Manchmal ist es so dreist, das es einem den Atem verschlägt.

Durch die Verarmung der öffentlichen Haushalte geraten die Schulen immer mehr in Abhängigkeit zu privaten Unternehmen. Mit den gewonnenen Geldern verlieren sie einen Teil ihrer Unabhängigkeit und holen sich Unternehmerideologien in den Unterricht, die nicht mehr kritisch hinterfragt werden.

Allerdings sind die Unternehmen bei der Suche nach Schulpartnerschaften wählerisch. Vor allem Gymnasien gelten ihnen als attraktiv, dann kommen Gesamtschulen und Realschulen. Hauptschulen finden kaum Interessenten. Nach Meinung des Instituts Unternehmen & Schule könnten dort und im Sonderschulwesen ja Kirchen, Wohlfahrtsverbände oder Behörden einspringen.

### **Wenn Bertelsmann die Bildungsziele bestimmt**

Vielfältig ist das Engagement von Stiftungen und Konzernen, bisweilen sind ihre eigentlichen Ziele nicht auf den ersten Blick erkennbar.

Keine hat soviel Einfluss im Bildungswesen wie die Bertelsmann-Stiftung. Sie fördert die ökonomische Bildung an Schulen mit einem Angebot zur Weiterbildung für Lehrerinnen und Lehrer, sie finanziert das Projekt «Musikalische Grundschule», unterstützt den Ausbau der Gesundheitsförderung an Schulen und in Kindertageseinrichtungen und engagiert sich im Hochschulwesen.

Was eigentlich Aufgabe des Staates ist, wird zunehmend von Stiftungen wie Bertelsmann initiiert und getragen. Dafür erhält die Stiftung Steuervorteile, Einfluss und Möglichkeiten

der Vereinnahmung ? ein hoher Preis.

Die Bertelsmann-Stiftung war Initiatorin des Projekts «Selbständige Schule», das 2002 in NRW an lief. Anfangs, unter der rot-grünen Landesregierung, fiel der Start bescheiden aus. Doch ab dem Schuljahr 2006/07 wurde das Modell, jetzt unter Schwarz-Gelb, auf alle Schulen übertragen. Niedersachsen zog mit einem ähnlichen Schulprojekt nach: «Eigenverantwortliche Schule».

Aufgeschreckt durch die PISA-Ergebnisse sollte der Output ins Blickfeld gerückt werden: Was kommt heraus, wenn Lehrerinnen und Lehrer unterrichten? Jetzt waren Fragebögen und Computerprogramme erforderlich. Man ahnt schon, was kommen musste. Die Bertelsmann-Stiftung präsentierte ein Messinstrument namens SEIS («Selbstevaluation an Schulen»). Im Juni 2006 setzten es bereits 1300 Schulen in allen Bundesländern ein.

## SEIS

Anfangs unterstützte die Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) die Projektvorhaben, sie sah darin eine größere Autonomie der Schulen und neue Formen der Mitbestimmung. Andere jedoch hatten starke Bedenken. Denn dadurch, dass Schulen über ihr eigenes Budget bestimmen, wird die Finanznot ja nicht beseitigt, und wo Lehrerstellen in Geld umgewandelt werden, können Aushilfskräfte unter Tarif und auf Zeit eingestellt werden. Einheitliche Vergleichs- und Abschlussarbeiten setzen Schulen in Konkurrenz zueinander, und im Unterricht wird auf den nächsten Test hin gearbeitet, die thematische Vielfalt geht verloren ? am Ende machen alle das Gleiche.

Besonders kritisierte die GEW, dass die Bertelsmann-Stiftung mit dem Evaluations-Instrument SEIS umfangreiche Rechte erhält, weil die Schulen der Stiftung die erhobenen Daten über den Projektzeitraum hinaus zur Verfügung stellen müssen ? «für interne Zwecke und wissenschaftliche Untersuchungen».

Auch in Baden-Württemberg engagiert sich die Bertelsmann-Stiftung, auch hier geht es um die Anwendung von SEIS an Schulen. Und hier wird der Pferdefuß sichtbar. Zwar investiert die Bertelsmann-Stiftung in das auf drei Jahre angelegte Projekt 700.000 Euro, aber die beteiligten Kommunen und Regionen und die Landesstiftung Baden-Württemberg müssen mehr als 1,4 Millionen Euro dazuzahlen. Gleichzeitig werden die Schulen gezwungen, ausschließlich SEIS anzuwenden, auch wenn sie bereits mit anderen Instrumenten arbeiten.

Weitere Kosten kommen auf die Schulen zu, wenn die SEIS-Befragung online stattfindet, 80 Euro pro Schule. Noch teurer wird es, wenn Fragebögen ausgegeben werden. Für

das Drucken, Einscannen und Auswerten werden dann bis zu 650 Euro fällig. Noch trägt das Land Baden-Württemberg die Kosten, später müssen die Schulen sie selber tragen.

Mit all diesen Aktivitäten verbessern sich weder der Unterricht noch die Bedingungen an den Schulen ? im Gegenteil. Kostbare Zeit wird verschleudert, Ressourcen werden vertan, die Atmosphäre durch Ranking vergiftet.

Aber nicht nur das. Der Stiftung wird zu Recht vorgeworfen, sie betreibe eine Kommerzialisierung der Bildungslandschaft. Sie bereitet den Boden für Vergleichbarkeit und damit für die Privatisierung rentabler Bereiche im Schulwesen vor. Immer da, wo öffentliche Bereiche privatisiert werden, profitiert die Bertelsmann AG.

Privatisierung von Bildung geht immer einher mit einem Abbau von Demokratie, von Mitbestimmungsrechten und Gestaltungsmöglichkeiten. Nur wenn Bildung kostenfrei bleibt, kann mit ihr nicht gehandelt werden, und nur dann ist sie für alle zugänglich.