



HESSISCHER LANDTAG

29. 05. 2015

KPA

Berichts Antrag der Abg. Degen, Geis, Hartmann, Hofmeyer, Merz, Quanz, Yüksel (SPD) und Fraktion betreffend Werbung, Sponsoring und Lobbyismus an hessischen Schulen

Schülerinnen und Schüler sind für Unternehmen sowohl als Konsumenten wie als zukünftige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter interessant. Zwar besteht an Schulen ein umfassendes Werbeverbot, doch die entsprechenden Gesetze und rechtlichen Regelungen in den Bundesländern lassen durchaus Spielraum, der von Unternehmen, Stiftungen und Wirtschaftsverbänden genutzt wird.

Die Vermischung von privaten Geschäftsinteressen und öffentlichem Bildungsauftrag kann zu Problemen an Schulen, die Kooperationen zwischen Schulen und Unternehmen können zu Abhängigkeiten und mangelnder Distanz führen. Hierzu zählt auch die Bereitstellung von zusätzlichen Unterrichtsmaterialien. Auch der Besuch in Schülerlaboren von Unternehmen oder die Einbeziehung von Expertinnen und Experten eines Unternehmens in den Unterricht oder aber die Teilnahme an Schülerwettbewerben können mit inhaltlicher Einflussnahme verbunden sein.

Sponsoring kann innerhalb eines definierten Rahmens den schulischen Auftrag unterstützen. Insbesondere aufgrund der derzeitigen kommunalen Finanzausstattung, die durch Kürzungen der Landesregierung im Kommunalen Finanzausgleich unzureichend ist, muss von einem steigenden Bedarf der Schulträger und Schulen nach weiteren Finanzierungsquellen ausgegangen werden. Das Einwerben von Drittmitteln und Spenden durch die Schulen ist deshalb zu begrüßen. Dabei sind die bestehenden Handlungsspielräume vonseiten der Landesregierung enger zu definieren.

Die Landesregierung wird ersucht, im Kulturpolitischen Ausschuss (KPA) über folgenden Gegenstand zu berichten:

1. Welche Formen der Unterstützung, des Sponsorings, der Werbung und des Lobbyismus sind an hessischen Schulen zulässig, welche sind unzulässig und wie definiert die Landesregierung die verschiedenen Formen?
2. Wo verläuft für die Landesregierung die Grenze zwischen Werbung im engeren und weiteren Sinne?
3. Wo verläuft für die Landesregierung die Grenze zum "deep lobbying"?
4. Welche Risiken, Gefahren oder Effekte können mit dem Engagement von Unternehmen, Stiftungen und Verbänden für Schulen verbunden sein?
5. In welchem finanziellen und materiellen Umfang engagieren sich Unternehmen direkt oder indirekt z.B. als Förderer wirtschaftsnaher Interessensorganisationen (z.B. in Form von Vereinen, gGmbHs) an hessischen Schulen und wird der Umfang in irgendeiner Form begrenzt?
6. Welchen Anteil machen dabei Lehrmittel (Bücher, Broschüren, Unterrichtsmaterialien und Arbeitshefte etc.) aus, welchen Anteil Sachspenden oder technische Geräte, insbesondere an beruflichen Schulen?
7. Nach welchen Kriterien bzw. welchem Kriterienkatalog werden Unternehmen ausgewählt, die sich durch Sponsoring und Werbung an Schulen engagieren dürfen? Gibt es Ausschlusskriterien und, wenn ja, welche?
Wenn es keinen Kriterienkatalog gibt, auf welcher Grundlage entscheiden die Schulleitungen über die Zulässigkeit eines Sponsors?

8. Nach welchen Kriterien bzw. welchem Kriterienkatalog wird festgestellt, ob unternehmerisches oder wirtschaftsnahes Engagement als Werbung, Sponsoring oder Lobbyismus einzustufen und gegebenenfalls zu unterbinden ist?
9. Werden Kooperationen von Schulen mit Unternehmen geprüft und wenn ja, nach welchen Kriterien und durch wen?
10. Gibt es neben dem Erlass des Hessischen Kultusministeriums "Verteilen von Schriften, Aushängen und Sammlungen in den Schulen" weitere Erlasse oder Verordnungen in Hessen, die Sponsoring, Lobbying oder Werbung an Schulen regeln?
11. In der Kleinen Anfrage 18/7415 teilte die Landesregierung im Juni 2013 mit, dass der in Frage 6 genannte Erlass (v. 18.02.2010) "derzeit" aktualisiert werde.
 - a) Wann ist die angekündigte Aktualisierung des Erlasses im Sinne einer noch deutlicheren Darstellung der bereits bestehenden Rechtslage abgeschlossen bzw. wann wird sie umgesetzt?
 - b) Wann wird der neue Erlass veröffentlicht?
 - c) Wenn keine Aktualisierung erfolgt, warum wird bzw. wurde bisher darauf verzichtet?
12. Können Schulen verpflichtet werden, den Unternehmen für erbrachte Leistungen eine Gegenleistung einzuräumen?
13. Sind Schulen verpflichtet, Werbung, Sponsoring oder lobbyistisches Engagement Dritter in irgendeiner Form anzuzeigen?
14. Dürfen Schulen eigenverantwortlich über Umfang und Bedingungen solcher Kooperationen entscheiden?
15. Was tut die Landesregierung, um das geltende Werbeverbot an hessischen Schulen durchzusetzen bzw. wie unterbindet sie konkret unzulässige Werbemaßnahmen?
16. Gibt es Unternehmen, denen es nicht gestattet ist, sich an Schulen durch Sponsoring oder Lobbyismus zu engagieren?
17. Dürfen sich Unternehmen oder wirtschaftsnahe Interessensorganisationen durch finanzielle Unterstützung an der Weiterbildung von Lehrpersonal beteiligen?
18. Dürfen sich Unternehmen oder wirtschaftsnahe Interessensorganisationen durch Seminare an der Weiterbildung von Lehrpersonal beteiligen?
19. Wie viele Weiter- und Fortbildungsangebote Dritter im Sinne von "Einrichtungen der Wirtschaft" nach § 64 Hessisches Lehrerbildungsgesetz wurden in den Schuljahren 2013/2014 und 2014/2015 vom Hessischen Institut für Qualitätsentwicklung (IQ) und bzw. oder dem Landesschulamt bzw. der Hessischen Lehrkräfteakademie akkreditiert? Welche Anbieter waren dies?
20. Gibt es aktive Förderungen seitens der Landesregierung gegenüber wirtschaftsnahen Organisationen, die Aus-/Fort-/Weiterbildungsangebote für Lehrkräfte anbieten? Wenn ja, welche?
21. Wie gestalten sich konkret die Förderung und/oder die Kooperation der Landesregierung mit dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V. sowie diesem zuzurechnenden Tochterorganisationen (wie z.B. Neue Soziale Marktwirtschaft und IW JUNIOR gGmbH)?
22. Wie bewertet die Landesregierung die Zusammenarbeit (z.B. in Form von Materialnutzung und Projektteilnahmen) mehrerer hessischer Schulen mit dem Network For Teaching Entrepreneurship (NFTE) Deutschland e.V. nach bzw. trotz der kritischen bis ablehnenden Stellungnahme des Kultusministeriums (vgl. Wiesbadener Kurier v. 4. März 2015)?
Wie ist die Verankerung der NFTE-Strategie in Schulprogrammen einzelner Schulen (z.B. als "NFTE Best Practice Schule") zu beurteilen?
23. Im IHK-MAGAZIN aus der Landeshauptstadt für Wiesbaden/Rheingau-Taunus/Hochheim (04/2015) wird Kultusminister Lorz bezüglich der Verankerung ökonomischer Inhalte mit praktischen Bezügen mit den Worten zitiert: "Gute Initiativen dafür sind beispielsweise der Arbeitskreis Schule-Wirtschaft oder das Multiplikatorennetzwerk ökonomische Bildung. Diese wird das Kultusministerium weiterhin unterstützen." Wie gestalten sich die bisherige und zukünftige Unterstützung des Arbeitskreises Schule-Wirtschaft in Hessen sowie des Multiplikatorennetzwerkes ökonomische Bildung?

24. Ist der Landesregierung bekannt, ob es Probleme mit der Umsetzung der derzeitigen Regeln für Sponsoring, Lobbying oder Werbung an Schulen gibt?
- a) Wenn ja, welche sind das?
 - b) Wenn ihr keine Probleme bekannt sind, wie stellt sie dauerhaft sicher, dass es keine Probleme geben wird?
25. Wie beurteilt sie die Forderung nach einer Monitoringstelle für Unterrichtsmaterialien, die nicht als formale Zulassungsstelle, sondern als Korrektiv sowie Beratungs- und Informationsstelle für Lehrkräfte eingerichtet werden könnte?

Wiesbaden, 28. Mai 2015

Der Fraktionsvorsitzende:
Schäfer-Gümbel

Degen
Geis
Hartmann
Hofmeyer
Merz
Quanz
Yüksel