

## Positionen der LINKEN, meine Positionen und Vorschläge

Bildung an Schule und Hochschule sind originäre gesellschaftliche Aufgaben und müssen durch das Land auskömmlich finanziert werden. Knappe Kassen können kein Argument sein, diese Aufgabe auf die Betroffenen abzuwälzen.

Insbesondere Schülerinnen und Schüler sollten unbeeinflusst von kommerziellen Interessen Dritter und auf Basis neutraler Unterrichtsmaterialien lernen können. Angesichts der heutigen Medienwelt müssten junge Menschen sogar zu einem kritischen Verhalten gegenüber Werbung und Konsum angeregt werden. Damit wenden wir uns natürlich nicht gegen die Anzeige in der Schülerzeitung oder Sachzuwendungen beispielsweise von Sportgeräten o.ä. Problematisch ist die ggf. sogar vertraglich zugesicherte Gewährung von Gegenleistungen in Form von Werbeflächen, Verteilung entsprechender Materialien an Schülerinnen und Schüler oder die Bewerbung durch Lehrkräfte. Darüber hinaus sind Werbe- und Sponsoringaktivitäten geeignet, die ohnehin schon hohen Ungleichheiten des Bildungssystems weiter zu verschärfen. Eine Hertie-Schule oder ein Aldi-Hörsaal wären die schlimmsten Auswüchse einer solchen Entwicklung. Bei einer insgesamt ungenügenden Ausfinanzierung der Einrichtungen haben Schulen oder Hochschulen mit vielen derartigen Aktivitäten erhebliche Vorteile gegenüber anderen.

Fehlende Daten hierüber machen Kontrolle unmöglich. Und die aktive Suche nach Sponsoren und Werbepartnern bindet darüber hinaus Arbeitszeit, die eigentlich für die Bildungsaufgabe genutzt werden sollte. Werbung sollte ganz aus den Bildungseinrichtungen verbannt, Sponsoring nur ohne direkte Gegenleistungen zugelassen werden.

## Der Hintergrund meiner Fragen nach Werbung an Bildungseinrichtungen

Werbung und Sponsoring sind an den Brandenburger Bildungseinrichtungen nicht mehr grundsätzlich untersagt. Und in Zeiten knapper Kassen werden diese Möglichkeiten auch gern genutzt. Ich wollte mit meiner Frage herausfinden, in welchem Umfang solche Mittel aus „Drittquellen“ zur Finanzierung notwendiger Aufgaben bzw. zusätzlicher Projekte genutzt werden. Gesetze und Verordnungen setzen Werbung und Sponsoring in Bildungseinrichtungen Grenzen. Damit soll die Beeinträchtigung des Lehr- und Forschungsbetriebes und eine Beeinflussung von SchülerInnen und Studierenden vermieden werden. Ich habe hinterfragt, welche konkreten Werbe und Sponsoring-Aktivitäten aus Sicht der Landesregierung gegen die bestehenden Regelungen verstoßen würden. Weiterhin wollte ich wissen, wie die Einhaltung der entsprechenden Verordnungen kontrolliert wird. Die Antworten der Landesregierung machen deutlich, dass die Vorstellungen über die Grenzen von Werbe- und Sponsoring-Aktivitäten im Bildungsbereich wenig konkret sind. Darüber hinaus liegen der Landesregierung auch kaum Erkenntnisse über die konkrete Nutzung der Möglichkeiten vor. De facto fehlen also effektive Kontrollmöglichkeiten und aufgrund knapper Mittel besteht die Gefahr des Wildwuchses.

---

Per Exemplum erscheint als Flugblattreihe des MdL Peer Jürgens (V.i.S.d.P.), Fraktion DIE LINKE, Am Havelblick 8, 14473 Potsdam, 0331 9661556, Fax: 0331 9661505, peer.juergens@lt-dielinke-fraktion.brandenburg.de, www.peer-juergens.de  
Redaktionsschluss: 1. Januar 2008  
Für dieses Flugblatt wurden die Drucksachen 4/4034, 4/4307 und 4/3995 verwendet.

## Peer

# Exemplum 10

## Werbung an Bildungseinrichtungen

Es gibt gute Gründe, Regierungshandeln zu hinterfragen. Im Landtag haben Abgeordnete das Recht, Fragen an die Landesregierung zu stellen. Die Regierung hat die Pflicht, diese nach bestem Wissen zu beantworten. So steht es in der Brandenburger Verfassung.

In dieser Reihe können Sie ausgewählte Fragen, die ich gestellt habe, und die entsprechenden Antworten nachlesen - per exemplum.

Wer ich bin? Mein Name ist Peer Jürgens, Student an der Uni Potsdam und Landtagsabgeordneter (Linkspartei.PDS). Mein Gebiet ist die Hochschul- und Wissenschaftspolitik.

*Welche Kenntnis hat die Landesregierung über die Höhe und die Verwendung von Werbeeinnahmen an Schulen in Brandenburg?*

Der Landesregierung liegen keine Angaben zu Höhe und Verwendung von Werbeeinnahmen an Schulen in Brandenburg vor.

*Inwiefern sieht die Landesregierung in der Frage der Werbung an staatlichen Schulen Handlungsbedarf, vor allem vor dem Hintergrund der in Artikel 5 Abs. 3 des Grundgesetzes garantierten Freiheit von Bildung und Wissenschaft?*

Im Hinblick auf Art. 5 Abs. 3 GG sieht die Landesregierung keinen Handlungsbedarf, da das allein in Betracht kommende Merkmal der „Lehre“ nicht auf den Unterricht an Schulen bezogen ist.

*Wie beurteilt die Landesregierung grundsätzlich die Tendenz, über Werbung an Schulen Einnahmen zu erwirtschaften?*

Die Landesregierung erachtet es grundsätzlich als positiv, wenn Schulen über werbewirksame Kooperationen mit der Wirtschaft an Einnahmen teilhaben und in der Folge zusätzliche bzw. besondere Angebote und Ausstattungen vorhalten können.

*In welchem Verhältnis stehen nach Kenntnis der Landesregierung Spenden und Sponsoring an Brandenburger Schulen?*

Soweit das zahlenmäßige Verhältnis gemeint ist, liegen der Landesregierung hierzu keine Angaben vor.

*In welchem Verhältnis stehen nach Kenntnis der Landesregierung Geld- und Sachspenden an Brandenburger Schulen?*

Soweit das zahlenmäßige Verhältnis gemeint ist, liegen der Landesregierung hierzu keine Angaben vor.

*In welchem Verhältnis stehen nach Kenntnis der Landesregierung Sachleistungen, Dienstleistungen und Geld an Brandenburger Schulen?*

Soweit das zahlenmäßige Verhältnis gemeint ist, liegen der Landesregierung hierzu keine Angaben vor.

*Sind der Landesregierung Fälle bekannt, in denen die Schulkonferenz vor einer Entscheidung zu Sponsoring nicht gehört wurde?*

Entsprechende Hinweise sind der Landesregierung nicht bekannt.

*In wessen Ermessen liegt die Entscheidung, ob die Zuwendungen Dritter die in der Verwaltungsvorschrift über die Organisation der Schulen in inneren und äußeren Schulangelegenheiten (VV- Schulbetrieb) in Absatz 1 unter den Punkten a bis e genannten Gefahren oder Beeinträchtigungen darstellen?*

Soweit die Werbung die äußeren Schulangelegenheiten betrifft, ist der Schulträger zuständig. Das örtlich zuständige staatliche Schulamt entscheidet, wenn die inneren Angelegenheiten der Schule betroffen sind.

*Was würde nach Auffassung der Landesregierung eine Beeinträchtigung des Schulbetriebs und des Unterrichts entsprechend Punkt 19, Absatz 1, Punkt a der VV-Schulbetrieb darstellen?*

Die Landesregierung würde eine Beeinträchtigung des Schulbetriebs dann sehen, wenn die Werbung dazu führt, dass die Schülerinnen und Schüler durch die Werbung im Unterricht abgelenkt werden, sich der gesamte Schulbetrieb zeitlich auf eine Werbemaßnahme einstellen müsste oder das umworbene Produkt dem Erziehungsauftrag der Schule entgegen steht (z. B. Zigarettenwerbung).

*Was würde nach Auffassung der Landesregierung die Unvoreingenommenheit schulischer Entscheidungen entsprechend Punkt 19, Absatz 1, Punkt c der VV-Schulbetrieb beeinträchtigen?*

Aus der Sicht der Landesregierung könnte die Unvoreingenommenheit schulischer Entscheidungen beeinträchtigt sein, wenn die Zuwendungen der Werbenden in nicht unerheblicher Höhe gezahlt oder in einem nicht unerheblichen Umfang geleistet werden. Darüber hinaus könnte sich eine Beeinträchtigung ergeben, wenn mit den privaten Unternehmen eine vertragliche Dauerbeziehung eingegangen wird.

*Wie gestaltet sich nach Auffassung der Landesregierung ein „erhebliches Ungleichgewicht“ zwischen verschie-*

*denen Schulen (siehe Punkt 19, Absatz 1, Punkt e der VV-Schulbetrieb)?*

Aus Sicht der Landesregierung muss von einem „erheblichen Ungleichgewicht“ ausgegangen werden, wenn die der Schule aufgrund von werbenden Aktivitäten zugewendeten Mittel dazu führen, dass die Gesamtsumme aller der Schule zur Verfügung stehenden Mittel durch das Land und den Schulträger bedeutend über der Summe liegt, die auf die Schule im Durchschnitt zukommt.

*Welche Kenntnis hat die Landesregierung über die Höhe und die Verwendung von Werbeeinnahmen an Hochschulen in Brandenburg?*

Über Werbung nehmen die Hochschulen in unterschiedlichem Umfang Mittel ein, deren Höhe über die Jahre stark schwankt. Es handelt sich ganz überwiegend um geringe Beträge von weniger als 10.000 Euro jährlich pro Hochschule, die zumeist für den Druck von Printerzeugnissen verwendet werden.

*Wie gestaltet sich das Genehmigungsverfahren von Werbung an der Hochschule?*

Eine Richtlinie der Landesregierung zur Werbung an Hochschulen besteht nicht. Der sachgerechte Umgang mit Werbung ist Angelegenheit der Hochschulen selbst im Rahmen ihrer Autonomie.

*Inwiefern sieht die Landesregierung in der Werbung an staatlichen Hochschulen Handlungsbedarf, vor allem vor dem Hintergrund des Art. 5 Abs. 3 des Grundgesetzes?*

Artikel 5 Abs. 3 Satz 1 Grundgesetz schützt die Freiheit von Wissenschaft, Forschung und Lehre einerseits als institutionelle Garantie, die den Staat verpflichtet, die Pflege der freien Wissenschaft und ihre Vermittlung durch Bereitstellung funktionsfähiger Institutionen personell, finanziell und organisatorisch zu fördern. Andererseits wird die wissenschaftliche Betätigung des Einzelnen als Abwehrrecht gegen staatliche Eingriffe geschützt. Unter Berücksichtigung dieser Maßstäbe sind Gefahren für die Wissenschaftsfreiheit durch Werbemaßnahmen an Hochschulen nicht ersichtlich.