



Schul sponsoring - Leitfaden von Schule, Eltern und Förderverein

Das Thema Schul sponsoring hat in den letzten Jahren immer wieder für Diskussion gesorgt.

Die Schulen sind auf verschiedenen Ebenen damit befasst oder besser - konfrontiert:

- Monetäre Unterstützung durch Dritte.
- Projekte, die in Zusammenarbeit mit Firmen durchgeführt werden.
- Von Firmen bereitgestelltes Unterrichtsmaterial.

Auch die GS In der Steinbreite ist bei diesem Thema angesprochen. Deshalb haben sich Schule und Eltern zusammengesetzt und folgenden Leitfaden entwickelt.

A.

Allgemeine Hinweise für das Sponsoring gibt der Runderlass des MK "Wirtschaftliche Betätigung, Werbung, Informationen, Bekanntmachungen und Sammlungen in Schulen sowie Zuwendungen für Schulen" v. 1.12.2012 - 35.3-81 704 (SVBl., S.598) sowie die Richtlinie zur Korruptionsprävention in der Landesverwaltung (Antikorruptionsrichtlinie), Beschl. d. LReg. v. 1.4.2014 (Nds. MBl., S. 330).

Die in der Antikorruptionsrichtlinie verankerten Bestimmungen lauten:

- Sponsoring Maßnahmen sind immer vollständig und abschließend aktenkundig zu machen (Nr. 8.1.2.2 der Antikorruptionsrichtlinie).
- Unterhalb der Wertgrenze von 500 € ist ein Aktenvermerk über den Inhalt des mündlich geschlossenen Vertrags zu fertigen (Nr. 8.1.2.2 der Antikorruptionsrichtlinie).
- Ab der Wertgrenze von 500 € ist stets ein schriftlicher Vertrag abzuschließen. (Nr. 8.1.2.2 der Antikorruptionsrichtlinie).
- Ab einem Wert von 1000 € im Einzelfall hat die oberste Landesbehörde, also hier das Niedersächsische Kultusministerium, alle der o. g. in ihrem Geschäftsbereich angenommenen Leistungen zeitnah im Internet zu veröffentlichen (Nr. 8.1.2.5 der Antikorruptionsrichtlinie). Damit muss sich die Sponsorin bzw. der Sponsor einverstanden erklären, andernfalls ist die angebotene Leistung abzulehnen.
- Zudem ist für den Fall, dass mehrere Angebote vorliegen, bei der Auswahlentscheidung auf Neutralität zu achten und die Auswahlentscheidung schriftlich niederzulegen (Nr. 8.1.1 der Antikorruptionsrichtlinie).

- **Es muss mit der Leistung ein anerkanntes pädagogisches Ziel verfolgt werden.**
- Der Werbeeinfluss muss hinter dem pädagogischen Nutzen deutlich zurückbleiben.

Zu beachten ist, dass die Zustimmung des Schulträgers erforderlich ist, sofern die Zuwendung die Ausstattung der Schule betrifft - zu beachten ist, dass der kommunale Schulträger in seinen Rechten betroffen ist, weil die Entgegennahme von Sachspenden Folgekosten verursachen kann.

Für die Annahme von Sponsoringleistungen zugunsten des Landeshaushaltes (z. B. Fortbildungen) ist vorher die Einwilligung der NLSchB einzuholen.

B.

Diese, im Wesentlichen sehr allgemein gehaltenen Hinweise wollen wir im Folgenden für die GS In der Steinbreite näher beschreiben.

1. Finanzielle Spenden.

Geldliche Spenden erhält, wie an den meisten Schulen, der Förderverein. Für die Schulen ist dies alles viel zu kompliziert. Damit liegt dies nicht mehr im Rechtsbereich der Schule. Gleichwohl erwartet die Schule, dass der Förderverein die Regeln der Schule respektiert. Mögliche Erwartungen des Spenders (Fotos mit Kindern und Lehrern, mediale Vermarktung) sehen wir nicht gern und sind im Vorfeld mit betroffenen Lehrern und Eltern abzustimmen. Dies ist mit dem Förderverein abgestimmt.

2. Projekte

Vielfach werden den Schulen von Firmen unterschiedliche Projekte zu bestimmten Themen (Verkehrserziehung, gesundes Frühstück u.ä.) oder finanzielle Unterstützung für Projekte („Klasse 2000“) angeboten. Damit verbunden sind in der Regel der Einsatz von Produkten der Firma, das Verteilen von Werbeträgern und die mediale "Vermarktung".

Wir sehen diesen Einsatz kritisch.

Aber auch wir haben solche Angebote genutzt und nutzen sie noch.

Für die aktuellen "Kooperationen", wie auch für weitere, gilt aber, dass

- der "Spender" nicht genannt wird und
- keine mediale Vermarktung erfolgt.

In diesem Bereich gibt es auch eine Reihe "verkappter" Anbieter. Vereine, Gesellschaften o.ä., die Schulen selbstlose Angebote machen und in deren Hintergrund auch wieder Firmen stehen.

Als Beispiel sei hier "Klasse in Sport" genannt.



Hier muss die Schule im Einzelfall entscheiden, ob sie solche Angebote annimmt oder nicht.

Dies sollte im Rahmen der Fachkonferenz entschieden werden.

3. Unterrichtsmaterial

Lobbycontrol legt das Hauptaugenmerk auf die Einflussnahme im Bereich Schul- und Unterrichtsausstattung und Unterrichtsmaterialien.

Für Grundschulen ist eigentlich nur der zweite Aspekt wesentlich.

Umfangreiches Sponsoring in Form von Ausstattung von Fachräumen o.ä. findet man eher im Sek I und II - Bereich oder der Berufsschule.

Betrachten wir daher den zweiten Aspekt näher.

Die von Unternehmen zur Verfügung gestellten Unterrichtsmaterialien sind *Lobbycontrol* ein Dorn im Auge.

Grundsätzlich unterstützen wir diese Linie, auch, wenn es hier manchmal schwierig ist, eine klare Neutralität durchzuhalten.

Ein Beispiel: Verhütungsmittel im Rahmen des Sexualunterrichts.

Hier stellen Firmen den Schulen gern Präservative gern zur Verfügung.

Ein neutraler Einkauf der Lehrenden ist eigentlich nicht möglich und die neutrale Aufforderung an die Eltern, einen Präservativ zur Verfügung zu stellen, wird im unterrichtlichen Chaos enden.

In diesem Kontext erscheint der Hinweis aus der "Antikorruptionslinie" hilfreich:

"Der Werbeeffekt muss hinter dem pädagogischen Nutzen deutlich zurückbleiben."

Der Einsatz solcher Materialien sollte mit den Eltern (im Rahmen der Elternabende) oder der Fachkonferenz abgestimmt sein.

C.

Schlusswort:

Bei aller berechtigten Kritik am Sponsoring in Schule möchten wir dennoch auf Folgendes hinweisen:

Liest man die Leserbriefe oder -kommentare zu kritischen Artikeln beim Schul sponsoring fällt auf, dass viele Leserinnen und Leser nicht die Aktion der Schule kritisieren, sondern die Frage stellen, warum Schulen überhaupt Sponsoring betreiben müssen?

Tenor: Warum werden Schulen nicht so ausgestattet, dass Sponsoring gar nicht erst nötig wird?

Diese Frage müssen andere beantworten!