

---

**3473/J XXV. GP**

---

**Eingelangt am 14.01.2015**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

## Anfrage

der Abgeordneten **Ing. Lugar**  
Kolleginnen und Kollegen  
an die **Bundesministerin für Bildung und Frauen**  
betreffend „**Radikale Werbung im Schulunterricht**“

Wie wir einer Pressemitteilung der APA am 17.12.2014 entnehmen, wurde die Raiffeisen Bank im Auftrag des Sozialministeriums von dem Verein für Konsumenteninformation (VKI) wegen unlauterem Wettbewerb verklagt. So sollen Vertreter der Raiffeisen Bank Schüler direkt in der Unterrichtsstunde dazu aufgefordert haben, ein Konto zu eröffnen und sich dafür gegen die Überlassung von Daten ein Geschenk in der Bank abzuholen.

Raiffeisen soll mit Schulen sogenannte „Sponsoringvereinbarungen“ abgeschlossen haben, die es dem Unternehmen erlaubt, um 2.000 Euro pro Jahr einen „umfassenden Marketingauftritt“ zu gestalten, der neben dem Anbringen von Plakaten im Schulgebäude und bei Veranstaltungen „Werbeauftritte im Umfang von bis zu zehn Unterrichtsstunden“ beinhaltet. Dabei soll direkt in den Schulstunden in Unterstufenklassen für das Juniorkonto der Bank geworben worden sein.

Die 10-14-jährigen seien aufgefordert worden, mit ihren Eltern die nächste Filiale aufzusuchen, um sich dort kostenlos Rucksack oder „Junior-Card“ abzuholen. Gleichzeitig wurden Bögen ausgegeben, auf denen die Schüler ihre Daten bekanntgeben bzw. deren Verwendung für Marketingzwecke zustimmen sollten.

In dem der APA vorliegenden Vergleich verpflichtete sich die Bank dazu, es zu unterlassen, „Schüler der Unterstufe der Mittelschule direkt, insbesondere im direkten Gespräch in Schulstunden oder durch Verteilung von Werbematerial an die Schüler in den Schulen, aufzufordern, bei Raiffeisen ein Konto zu eröffnen...“

„Wenn die für Bildung vorgesehene Unterrichtszeit für Werbezwecke missbraucht wird, ist ganz klar eine Grenze überschritten“, wird VKI-Juristin Ulrike Docekal in einer Aussendung zitiert, diese Form der aggressiven Schulwerbung sei in Europa einzigartig und sie hielte weitere Maßnahmen gegen überbordende Schulwerbung und Kontrollen für dringend geboten.

Die unterfertigten Abgeordneten richten daher an die **Frau Bundesminister für Bildung und Frauen** nachstehende

## Anfrage

- 1) Ist Ihnen obenstehender Fall bekannt?
  - a. Wenn ja, ziehen sie daraus Konsequenzen für Ihr Ressort?
  - b. Wenn nein, warum nicht?

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

- 2) Liegt es vollständig im freien Ermessen der Direktoren, Sponsorenverträge hinsichtlich Produkt und Umfang des Sponsorings für Schulen abzuschließen?
  - a. Gibt es im Innenministerium eine Liste von Produkten und Unternehmen, die vom Schul sponsoring ausgeschlossen sind, welche sind dies und aus welchen Gründen?
  - b. Gibt es zusätzlich zu dem offenbar in jede Richtung auslegbaren Schulunterrichtsgesetzes von Ihrer Seite klare Anweisungen an die Direktoren und Lehrer, wie sie mit Werbung und Sponsoring umzugehen haben?
    - i. Wenn Ja, welche?
    - ii. Wenn Nein, warum nicht?
- 3) Ist Ihnen bekannt, welche Unternehmen aktuell in den Bundesschulen werben, d.h. gib es eine Informationspflicht seitens der Schule an Ihr Ressort?
  - a. Wenn ja, bitte geben Sie Unternehmen, beworbene Produkte, Umfang der Werbung und Sponsoringbetrag pro Schulstandort pro Jahr für die letzten fünf Jahre bekannt.
  - b. Wenn nein, warum nicht?
- 4) Das Schulunterrichtsgesetz macht bezüglich Werbung nur sehr allgemeine Vorgaben, so dürfe dann geworden werden, wenn die Erfüllung der Aufgaben der österreichischen Schule dadurch nicht beeinträchtigt werde. Im gegenständlichen Fall beinhaltete der Sponsoringvertrag Werbung in 10 Stunden Unterrichtszeit.
  - a. Halten sie 10 Unterrichtsstunden nicht für wesentlich für den Unterricht, sodass sie stattdessen für Werbezwecke genutzt werden können?
  - b. Halten Sie eine Vorführung von bestimmten Produkten eines Unternehmens im Rahmen des Unterrichts, aber auch im öffentlichen Raum der Schule für einen Teil des Bildungsauftrages der österreichischen Bildungsinstitute?
- 5) Im gegenständlichen Fall wurden die Schüler auch genötigt, persönliche Daten Preis zu geben.
  - a. Wie gewährleisten sie im Schulbetrieb den Schutz der Daten der Schüler in Bezug auf die werbenden Firmen?
  - b. Sind die Eltern über die Entscheidung des Direktors, Kindern in der Unterrichtszeit mit Werbung bestimmter Firmen zu konfrontieren, informiert worden?
  - c. Wie beurteilen Sie die Hervorhebung eines bestimmten beworbenen Produktes im Hinblick auf die Förderung der Jugendlichen zu eigener Meinungsbildung und kritischen Reflektion?
- 6) Das Gerichtsurteil gegen Raiffeisen bedeutet nun nicht, dass es ab sofort verboten sei, diese Praktiken einzusetzen. Solche Maßnahmen sind jederzeit von jedem anderen Unternehmen wieder möglich, sofern sich ein Schulleiter dazu bereit erklärt.
  - a. Wie wollen Sie in Zukunft verhindern, dass solche Vorfälle „Schule machen“?