

WERBUNG UND PROPAGANDA IN DER SCHULE

Charta für das Bildungssponsoring

PUBLICITÉ ET PROPAGANDE DANS L'ÉCOLE

Charte pour le parrainage de l'éducation

Dr. Beat A. Schwendimann

Leiter Pädagogische Arbeitsstelle LCH



Verantwortung der öffentlichen Bildung

- Grundschulunterricht ist gemäss Bundesverfassung **unentgeltlich**
- Grundschulunterricht ist **konfessionell und politisch** neutral
- Schulen müssen für den **Schutz und das Wohlergehen** der Schülerinnen und Schüler sorgen
- **Chancengerechtigkeit** muss gewahrt werden
- **Keine einseitige Einflussnahme auf Bildungsinhalte oder direkte Marken- oder Produktwerbung**
- **Keine Abhängigkeit von Sponsoren**

Responsabilité de l'enseignement publique

- Selon la Constitution fédérale, l'enseignement primaire est **gratuit**.
- L'enseignement primaire est **confessionnel et politiquement** neutre
- Les écoles doivent assurer la **protection et le bien-être** des élèves
- **L'égalité des chances** doit être préservée
- **Pas d'influence unilatérale sur le contenu éducatif ou la publicité directe de marque ou de produit**
- **Pas de dépendance à l'égard des sponsors**

Privatpersonen, zivilgesellschaftliche Organisationen und Unternehmen engagieren sich zunehmend und teilweise mit umfangreichen Projekten in der öffentlichen Bildung.

Gesponsert werden:

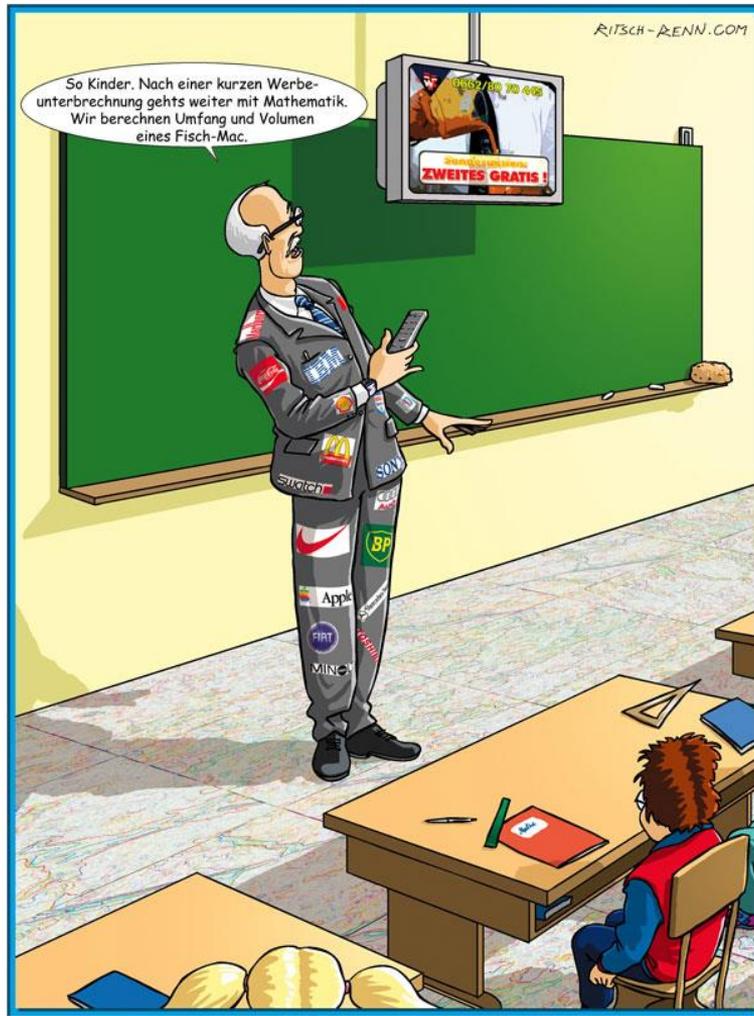
- **Unterrichtsmedien und Unterrichtseinheiten**
- **Unterrichts- und Schulprojekte; Schulhousevents**
- **IT-Ausstattungen und Software**
- **Pausenverpflegung**
- **Kleider für Schülerinnen und Schüler (z.B. T-Shirt, Leucht-Trikos)**
- **Weiterbildungsangebote und Workshops**

Les particuliers, les organisations de la société civile et les entreprises s'impliquent de plus en plus dans l'éducation publique, certains d'entre eux ayant de vastes projets.

Pour être parrainé :

- **Moyens d'enseignement et unités d'enseignement**
- **projets d'enseignement et d'école ; événements dans les écoles**
- **Équipements et logiciels informatiques**
- **collation pendant les pauses**
- **Robes pour les élèves (par ex. T-shirt, tricots illuminés)**
- **Formation continue et ateliers**

Schule der Zukunft?



Herausforderungen

- Hoher Stellenwert der Bildung
- Schule zwischen Tradition und Innovation
- Schule und Bildung als möglicher Ort von Investition
- Spardruck aufgrund von Abbaumassnahmen
- Fehlende Rahmenbedingungen für Förderung und Sponsoring

Les défis

- **Priorité haute** accordée à l'éducation
- L'école entre **tradition et innovation**
- L'école et l'éducation comme **lieu d'investissement** possible
- **Pression sur les économies** due aux mesures de démantèlement
- **Absence de conditions-cadres** pour la promotion et le parrainage

Entstehung der Charta

- **Gemeinsame Verantwortung** von klaren Richtlinien auf der Basis der Selbstverpflichtung
- **Gemeinsame Erarbeitung** der Charta mit Vertretern von Unternehmen, Stiftungen und Verbänden (April 2016)
- **Aushandlung der Richtlinien**, welche die Interessen aller wahren sollen
- **Offizielle Präsentation** der Charta an den Swiss Education Days (Nov 2016)

Création de la Charta

- **Responsabilité conjointe** de lignes directrices claires sur la base de l'auto-engagement
- **Développement conjoint** de la Charte avec des représentants d'entreprises, de fondations et d'associations (avril 2016)
- **Négociation des directives**, qui devraient protéger les intérêts de tous.
- **Présentation officielle** de la Charta lors des Journées suisses de l'éducation (novembre 2016)

Charta zum Engagement von zivilgesellschaftlichen Organisationen, Unternehmen und Privaten in der Bildung

SPONSORING, FÖRDERUNG UND FINANZIERUNG VON ÖFFENTLICHER BILDUNG DURCH PRIVATE ANBIETER

CHARTA

Zum Engagement von zivilgesellschaftlichen Organisationen, Unternehmen und Privaten in der Bildung

Ausgangslage

Privatpersonen, zivilgesellschaftliche Organisationen und Unternehmen engagieren sich zunehmend und teilweise mit umfangreichen Projekten in der öffentlichen Bildung. Eine Zusammenarbeit von Schulen mit externen Partnern oder die Nutzung von Angeboten kann für beide Seiten attraktiv sein: Ganz oder teilweise durch Dritte finanzierte Produkte und Dienstleistungen werden an Schulen und in Kantinen eingesetzt, um technische, pädagogische oder lehrplanbezogene Entwicklungen zu ermöglichen, für welche die gesetzlichen Grundlagen noch fehlen, oder weil die Angebote bzw. die Mittel dafür nicht vorhanden sind.

Private Organisationen verfolgen mit ihren Engagements eine eigene Agenda, wobei sich die Ziele stark unterscheiden können. Förderstiftungen wollen im Sinne ihrer gemeinnützigen Stiftungsziele bestehende Trends unterstützen oder neue Entwicklungstrends anstossen, privatrechtliche Organisationen bieten Bildungsinhalte und Weiterbildungen in ihrem Sinne an, Unternehmen versuchen öffentliche Reputation für ihre Organisation und ihre Angebote zu schaffen, gewonnene Daten und Erkenntnisse weiter zu verwerten oder auf Absatzmärkte einzuwirken.

Verantwortung der öffentlichen Bildung

Der Grundschulunterricht ist gemäss Bundesverfassung unentgeltlich. Die Ausstattung mit ausreichendem Personal, Lehrmaterial und Infrastruktur erfolgt auch an den weiterführenden Schulen weitgehend über den Staatshaushalt, was u. a. eine chancengerechte Bildungsqualität für alle Kinder und Jugendlichen sicherstellen soll. Schulen bewegen sich im Rahmen des öffentlichen Bildungsauftrags (Bundesverfassung, kantonale Lehrpläne) sowie von weiteren meist kantonalen Vorgaben (u. a. Datenschutz, Geschenke, Sponsoring), die je nach Kanton variieren können.

Schülerinnen und Schüler sind an den meisten Schulen noch nicht mündig; die Eltern haben das Erziehungsrecht. Öffentliche Schulen stehen somit gegenüber Eltern und Öffentlichkeit in einer besonderen Verantwortung. Sie sind der weltanschaulichen, religiösen und politischen Ausgewogenheit verpflichtet und müssen für Sicherheit, Schutz und Wohlergehen der in Obhut gegebenen Kinder und Jugendlichen sorgen. Mit der öffentlichen Bildung nicht zu vereinbaren sind deshalb u. a. die einseitige Einflussnahme auf Bildungsinhalte oder direkte Produktwerbung.

Auch die kommerzielle Nutzung von personenbezogenen Daten, die allenfalls über digitale Unterrichtsaktivitäten erhoben werden können, muss ausgeschlossen werden.

Risiken von Kooperationen und Angeboten

Die Möglichkeiten von standortbezogenen öffentlichen Schulen zur Drittmittelbeschaffung sind unterschiedlich und damit ungleich verteilt. Entwicklungen in anderen Ländern zeigen, dass fehlende Regelungen für Kooperationen und die Nutzung von Angeboten, gekoppelt mit einer Verknappung der staatlichen Budgets, die Bildungsqualität gefährden können, da weder inhaltliche Unabhängigkeit, Nachhaltigkeit noch flächendeckende Standards gewährleistet sind.

Für private Organisationen kann ein Engagement an Schulen zu Reputationsproblemen führen, wenn Eltern und Medien wegen Chancengleichheit, Integritätsverletzungen, Datennutzung oder Beeinflussungen Vorbehalte haben und öffentlich oder rechtlich intervenieren. Das passiert dann, wenn die Qualität des Angebots unzureichend ist, wenn ein Missverhältnis zwischen Leistung und Gegenleistung besteht oder wenn wegen nicht ausreichend geklärten Absichten Konflikte entstehen.

Diverse Schulen, Kantone, Gemeinden sowie gewinnorientierte oder gemeinnützige Organisationen haben eigene Richtlinien oder rechtliche Grundlagen erlassen, u. a. für die Entgegennahme von Geschenken zur Marken- und Produktwerbung oder bezüglich Datenschutz und Datensicherheit. Gemeinsam festgelegte und breit anerkannte Verhaltensrichtlinien liegen deshalb sowohl im Interesse der öffentlichen Bildung als auch privater Kooperationspartner und Anbieter, insbesondere wenn sie auf Gegenleistungen beruhen oder zu späteren Abhängigkeiten führen können.

Charte relative à l'engagement des organisations de la société civile, des entreprises et des privés dans l'éducation

CHARTE

relative à l'engagement des organisations de la société civile, des entreprises et des privés dans l'éducation

Situation de départ

Les particuliers, les organisations de la société civile et les entreprises sont de plus en plus impliqués, en partie ou totalement, dans de larges projets au sein de l'enseignement public. Une collaboration des écoles avec des partenaires externes ou l'utilisation d'opportunités peuvent être très intéressantes pour les deux parties: des produits ou des services, tout ou partie cofinancés par des tiers, peuvent être utilisés dans les écoles et les cantons pour rendre possibles des développements techniques, pédagogiques ou scolaires, pour lesquels les bases juridiques manquent encore ou parce que les offres ne sont pas disponibles.

Les organisations privées poursuivent avec leur engagement leur propre programme, leurs objectifs peuvent donc fortement varier. Les Fondations subventionnaires veulent soutenir les tendances actuelles par rapport à leurs buts de fondation ou déceler de nouvelles tendances, les organisations de droit privé offrent un contenu éducatif et une formation continue selon leurs propres objectifs, les entreprises tentent d'améliorer leur image et celle de leurs produits et de récupérer des données et des informations pour agir sur les marchés.

Responsabilités de l'instruction publique

L'enseignement obligatoire est gratuit selon la Constitution fédérale. La mise à disposition de personnel, de matériels d'apprentissage et d'infrastructure suffisants est également assurée dans les écoles du post-obligatoire en grande partie sur le budget de l'État, ce qui doit induire une éducation de qualité comparable et équitable pour tous les enfants et les adolescents. Les écoles opèrent dans le cadre défini par le mandat de l'éducation publique (Constitution fédérale, plans d'études...) et, par d'autres dispositions qui peuvent varier selon les cantons (notamment la protection des données, les règlements concernant les cadeaux et le parrainage).

Dans la plupart des degrés scolaires, les élèves ne sont pas encore majeurs; leurs parents ont donc leur responsabilité éducative. Les écoles publiques ont vis-à-vis des parents et de la société une responsabilité particulière: elles sont astreintes à une neutralité idéologique, religieuse et politique et doivent veiller à la sécurité, à la protection et au bien-être des enfants et des jeunes dont elles ont la charge. La publicité directe pour des produits et son influence unilatérale sur le contenu éducatif sont donc, entre autres, incompatibles avec l'instruction publique. De même, l'utilisation commerciale des renseignements personnels qui sont recueillis dans les classes doit être écartée.

Risques dans les collaborations et les offres

Les possibilités pour les écoles publiques selon leur localisation de recevoir un financement externe sont différentes et donc inégales. Les évolutions dans d'autres pays montrent que le manque de règles pour la coopération et pour l'utilisation d'offres, associé à un manque de budget de l'État, peut compromettre la qualité de l'éducation, étant donné que ni l'indépendance de l'utilisation des fonds, ni leur pérennité au travers de normes ne sont assurées.

Pour les partenaires privés, un engagement envers les écoles peut conduire à des problèmes d'image, si les parents et les médias, en raison d'inégalités de chances, de violations d'intégrité, d'utilisation de données ou de mauvaise influence, ont des réserves et interviennent publiquement ou légalement. Cela peut se produire lorsque la qualité de l'offre est insuffisante ou quand il y a un décalage entre la prestation attendue et sa contrepartie ou si des conflits surviennent parce que les intentions ont été insuffisamment clarifiées.

Divers cantons, municipalités, écoles, organismes avec ou sans but lucratif ont adaptés leurs propres lignes directrices ou bases juridiques, entre autres pour l'acceptation de cadeaux publicitaires de marques ou de produits, ou pour la protection des données et leur sécurité. Un code de conduite établi par les partenaires et largement reconnu est donc aussi bien dans l'intérêt de l'éducation publique que des partenaires privés et des fournisseurs, en particulier s'il est basé sur des contreparties ou peut entraîner des dépendances ultérieures.

Selbstverpflichtungen

- Öffentlich finanzierte Bildung und Ausbildung, welche der **Gleichbehandlung** und der **Chancengleichheit** verpflichtet ist.
- Schule, welche als öffentliche Institution und als Ort des Lernens ihren **Verantwortlichkeiten und Verpflichtungen** gegenüber Eltern, Schülerinnen und Schülern und der Gesellschaft nachkommen muss.
- Unterricht, der sich an fachlichen Zielen orientiert und **inhaltlicher, politischer und weltanschaulicher Ausgewogenheit** verpflichtet ist.

Engagement

- Une éducation et une formation financées par des fonds publics qui s'engagent en faveur de **l'égalité de traitement** et de **l'égalité des chances**.
- L'école qui, en tant qu'institution publique et lieu d'apprentissage, doit assumer ses **responsabilités et ses obligations** envers les parents, les élèves et la société.
- Un enseignement orienté vers des objectifs professionnels et engagé dans un équilibre entre le **contenu, la politique et l'idéologie**.

Sponsoring-Charta: 5 Leitlinien

1. **Bildungsauftrag** als grundlegende Voraussetzung aller Kooperationen
2. **Persönlichkeitsrechte und Datenschutzbestimmungen** werden eingehalten
3. Lern- und Unterrichtsmaterialien genügen den **Qualitätsstandards und rechtlichen Vorgaben**
4. Kooperationen, Sponsoring- und Förderprojekte werden **schriftlich vereinbart**
5. Die **Transparenz** wird gewährleistet

Sponsoring-Charta: 5 lignes directrices

1. **La mission éducative** comme condition préalable fondamentale à toute entreprise de coopération
2. Respect des **droits de la personne** et des dispositions relatives à la **protection des données**
3. Le matériel d'apprentissage et d'enseignement répond aux **normes de qualité et aux exigences légales**
4. Les projets de coopération, de sponsoring et de financement sont convenus **par écrit**
5. La **transparence** est garantie

Gute Beispiele

- **Zurich-Versicherung** und **Meteotest** lancierten im April 2017 das Lehrmittel „Wetterfroscher“ im Einklang mit der Charta
- **LerNetz** achtet bei der Entwicklung neuer Multimedia-Angebote auf Transparenz, objektive Inhaltserstellung, zurückhaltendes Branding und keine kommerzielle Nutzung von personenbezogenen Daten.
- Die Herausgeber der **Berufswahlagenda** verzichten in ihren Produkten bewusst auf Konsumwerbung.

De bons exemples

- En avril 2017, **Zurich Assurances et Meteotest** ont lancé le matériel pédagogique "Weather Frog" conformément à la charte.
- Lors du développement de nouvelles offres multimédias, **LerNetz** veille à la transparence, à la création objective de contenus, à une image de marque sobre et à l'absence d'utilisation commerciale des données personnelles.
- Les éditeurs des **choix de carrière** s'abstiennent délibérément d'utiliser la publicité grand public dans leurs produits.

Schlechtes Beispiel: Valiant Bank

Mauvais exemple

04 / Jugendverschuldung

Wie das Geld in die Welt kam

Sachtext und Arbeitsblatt



3/11

Geber Schulden. Graebers Annahme ist die, dass aus diesem Kredit- und Schuldensystem schliesslich – wiederum, weil es einfacher war – das moderne Geldsystem entstanden ist. Geld ist also eigentlich nur das Zeichen, mit dem man allgemeingültig beschreiben kann, wer wie viel Guthaben oder Schulden hat. Der Wirtschaftswissenschaftler Felix Martin drückte es so aus: „Geld ist ein System von Guthaben und Schulden, das sich unaufhörlich ausdehnt und zusammenzieht, wie ein schlagendes Herz, und den Handelsverkehr aufrechterhält.“³

Bereits vor über 5000 Jahren ritzte das Volk der Sumerer in Mesopotamien (rund um das sogenannte Zweistromland um die Flüsse Euphrat und Tigris) auf Tontafeln ein, wer wem was schuldete. Weil es damals noch lange keine Münzen gab, muss man die alte Erklärung, wie Geld entstand, wohl durch diejenige ersetzen, dass Geld seinen Ursprung im Kredit hat. Die obige Definition müsste demnach folgendermassen ergänzt werden: Geld ist auch ein



Tontafel der Sumerer
Quelle: www.wikipedia.org

... wurden als Garantie für den Wert des gesicherten Bankens angelegt. Auch heute ... erartige Reserven. Aber längst wird nicht mehr so ... und bleibt also



Kreditkarte

... ikgeld“ zum ... ten im Geschäft ... rauf vertrauen, ... ekt von einem ... s als beim oben ... s eigentlich nicht.

Schlechtes Beispiel: Zweifel Chips

Mauvais exemple

Wie Chips entstehen



02 - Werkstatt: Von der Kartoffel zum knackigen Chips

Impressionen aus der Zweifel-Chips-Fabrik







Den Senf dazu!

Der Neuhof mit Potenzial zum Klassiker: die frisch-würzig-senfigen Original-Chips. Mustarde von Zweifel. Das heißt leckere und mit verträglichem Senf. Und es ist nicht nur aus der Tube, sondern auch in der Chips-Tüte.

Aus Liebe zum Süden!

...con Olio di Oliva e Balsamico & Cipolla Rossa



NEU
Jetzt probieren





Wir tun alles für die besten Chips.



DE CHIPS
EXPERTEN

f Zweifel.ch

zweifel.ch

Schlechtes Beispiel

Mauvais exemple

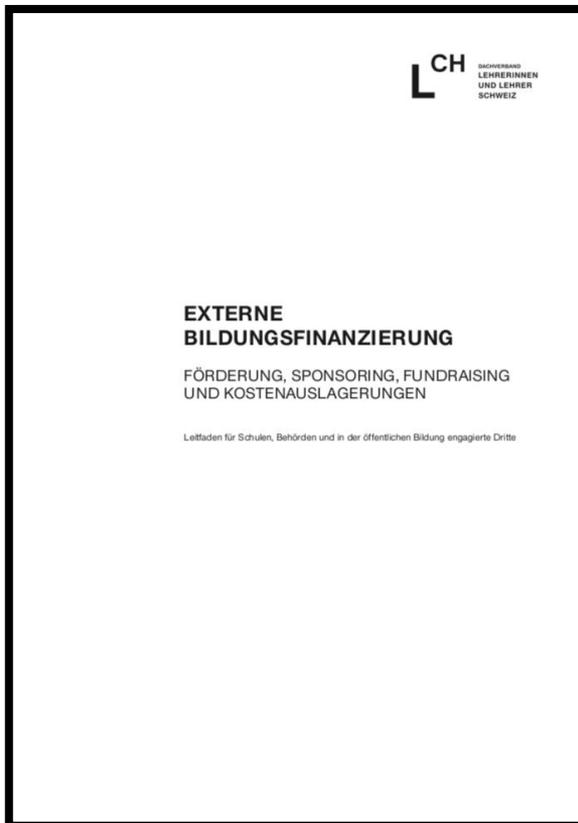
The screenshot shows the MediaMarkt MEDIAMAG website. At the top, there is a navigation bar with the logo, 'MediaMarkt Shop', 'Login', 'Registrieren', and language options 'DE FR IT'. Below the navigation bar, there are menu items: 'Themen', 'Produktetests', 'Services', 'Events', and 'Wettbewerbe'. A search icon is also present.

The main banner features a red background with the text 'Zeugnisaktion Sommer 2018' in a white box. Below this, it says 'Deine Noten sind bares Geld wert!' and 'Events' with a play button icon.

The banner image shows two children, a boy and a girl, smiling and pointing towards the camera. In the background, there is a green chalkboard with some writing. In the foreground, there is a school report (Zeugnis) for '6. Klasse Primarstufe 2. Semester'. The report lists various subjects and their corresponding grades:

| 6. Klasse Primarstufe | | 2. Semester |
|--------------------------|--|-------------|
| Mensch und Umwelt | | |
| Mensch und Umwelt | | |
| Sprachen | | |
| Deutsch | | |
| Englisch | | |
| Französisch | | |
| Mathematik | | |
| Mathematik | | |
| Gestaltung | | |
| Gestaltung | | ChF |
| Bildnerische Gestaltung | | |
| Händarbeit | | ChF 1 |
| Werken | | ChF 3 |
| Musik | | |
| Musik | | ChF 2 |
| Sport | | |
| Sport | | ChF 3,- |
| Spot | | |
| Spot | | ChF 2,- |

LCH Leitfaden «Externe Bildungsfinanzierung» (2016)



| | |
|----|---|
| 3 | Vorwort |
| 5 | Hinweise zum Leitfaden |
| 8 | Einleitung |
| 9 | Rechtliche und berufsethische Grundlagen |
| 9 | Recht und Ethik |
| 11 | Pädagogik |
| 11 | Politik |
| 13 | Trends |
| 14 | Fazit |
| 15 | Systematische Perspektiven auf externe Bildungsfinanzierung und Kostenauslagerungen |
| 15 | Akteure |
| 16 | Inhalte der Kooperationen |
| 16 | Kooperationsformen und Gegenleistungen |
| 17 | Ziele und Wirkungen |
| 17 | Fazit |
| 18 | Formen der externen Finanzierung, Förderung und Dienstleistung in der öffentlichen Bildung mit pädagogischem und rechtlichem Hintergrund |
| 19 | Finanzielle Beiträge von Eltern |
| 20 | Unterricht in Deutsch als Zweitsprache |
| 21 | Elternbeiträge für Schulmaterial |
| 22 | Sachspenden |
| 23 | Klassensatz kostenlose Smartphones |
| 24 | Fundraising und Sammlungen |
| 25 | Fundraising für die Umgestaltung des Pausenhofs |
| 26 | Mitwirkung am Fundraising von gemeinnützigen Organisationen |
| 27 | Projektkooperationen und öffentlich-private Partnerschaft |
| 28 | Mitwirkung in einem Stiftungsprojekt |
| 29 | Werbung an Schulen |
| 30 | Produktwerbung Pausenmilch |
| 31 | Nutzung von gesponsorten Lernmedien und Unterrichtsangeboten |
| 32 | Unterrichtseinheit aus dem Internet |
| 33 | Elektronisches Lernangebot eines privaten Unternehmens |
| 34 | Unterrichtsmaterial eines privaten Unternehmens |
| 35 | Eventsponsorng |
| 36 | Von Privaten gesponsertes Schulhausprojekt |
| 37 | Präsenz-Lernangebote |
| 38 | Workshop eines Elektrizitätswerks |
| 39 | Projekttag sexuelle Gesundheit |
| 40 | Eingekaufte private Dienstleistungen |
| 41 | Webbasiertes Instrument für Unterrichtsfeedback |
| 42 | Privat geführte Schulen im öffentlichen Auftrag |

ProfilQ

- Verein zur Förderung **schulinterner Qualitätsentwicklung**
- Gegründet 2014 von **LCH und VSLCH**
- Unterstützt von Stiftung Mercator Schweiz

Angebote

- Fachtagungen
- Schulvisiten
- Diskussionsforen
- Netzwerk von Bildungsakteuren

profil **Q**ualité

Allianz für Schulqualität

Alliance pour la qualité à l'école

The screenshot shows the website interface for ProfilQ. At the top, there is a search bar and links for 'NEWSLETTER' and 'KONTAKT'. The main navigation bar includes 'INITIATIVE', 'THEMEN', 'DIALOG', 'SCHULVISITE', and 'ÜBER PROFILQ'. The central content area features a large graphic for 'osser l'échange' and a news item about a national conference. The right sidebar is divided into 'AKTUELL' with a list of recent articles, 'BIBLIOTHEK' with a list of popular documents, and a 'Schulvisite' section.

<http://www.profilq.ch/>

Weiteres Vorgehen

- **Kriterien** schärfen
- **Monitoring** des Bildungs-Sponsorings (allenfalls durch Zertifizierungsagentur wie die Geschäftsstelle ProfilQ)
- Unterzeichnung der Charta bei Kooperation mit Schulen **einfordern** (z.B. Schoggitaler-Verkauf im Auftrag vom Schweizer Heimatschutz und von Pro Natura durch Schülerinnen und Schüler)
- Weitere zivilgesellschaftliche Organisationen, Unternehmen und Private **unterzeichnen** die Charta

Mesures supplémentaires

- Affiner les **critères**
- **Suivi** du parrainage de la formation (éventuellement par un organisme de certification tel que le bureau ProfilQ)
- **Demander** la signature de la charta en collaboration avec les écoles (par ex. vente Schoggitaler pour le compte de la Société Suisse du Patrimoine et Pro Natura par les élèves)
- D'autres organisations de la société civile, des entreprises et des particuliers signent la Charte

Vielen
Dank!

Merci
beaucoup!

L^{CH}
