

POSTULAT

(Motion im Entwicklungsstadium in ein Postulat umgewandelt)

Urheber	Emmanuel Amoos, AdG/LA, Bruno Clivaz, PDCC, Thierry Largey, Les Verts, und David Crettenand, PLR
Gegenstand	Kein aggressives Marketing in den Walliser Schulen
Datum	09.03.2018
Nummer	3.0387

Es ist ein offenes Geheimnis, dass unsere Schülerinnen und Schüler mit Werbung regelrecht eingedeckt werden. Weniger bekannt ist allerdings, dass sie mittlerweile auch den Weg in die Schulbücher gefunden hat. Private Unternehmen finanzieren Lehrmittel als Gegenleistung für eine mehr oder weniger diskrete Sichtbarkeit.

Wir haben kein Problem damit, dass die Unternehmen bei der Verfassung von Schulbüchern mitwirken und ihr Know-how einbringen. Auch ein diskretes Logo oder die Erwähnung eines Unternehmens in den Danksagungen eines Schulbuchs stört uns nicht. Aggressives Marketing hingegen ist völlig inakzeptabel.

In der Sendung «Mise au Point» vom vergangenen 27. August wurde darüber berichtet, dass zahlreiche nachobligatorische Schulen – insbesondere auch die Berufsfachschule Sitten – das von Schweizer Grossunternehmen gesponserte Lehrbuch «Recht, Staat, Wirtschaft» verwenden.

Dieses von Unternehmen wie Victorinox, Raiffeisen, Amag oder Swissnuclear gesponserte Lehrbuch ist voll von Produktwerbung in Form von Logos und Werbebotschaften. Schlimmer noch sind die Advertorials, in denen die Unternehmen in den höchsten Tönen gelobt werden, ohne dass der Text als Werbetext gekennzeichnet würde.

Überdies sind gewisse Inhalte klar tendenziös. Im Kapitel, das vom Autoimporteur Amag gesponsert wurde, werden beispielsweise die Züge und Busse als wenig komfortabel bezeichnet. Um eine Aufgabe zu lösen, müssen die Leasingpreise auf der Amag-Website abgefragt werden. Schliesslich wird auch noch der Anteil der Motorfahrzeuge an den CO₂-Emissionen mit lediglich 12 % angegeben, obwohl er in der Schweiz laut offiziellen Zahlen des Bundes bei 22 % liegt.

Angesichts der Tatsache, dass der Kanton Wallis im Unterrichtswesen bereits kräftig an der Sparschraube gedreht hat und die Kantonsfinanzen zweifellos unter den vorgesehenen Steuererleichterungen leiden werden, ist die Gefahr gross, dass das Sponsoring durch private Unternehmen in den kommenden Jahren weiter zunehmen wird.

Kommt es etwa soweit, dass beispielsweise im Kochunterricht Werbung für Coca-Cola gemacht wird? Wo wird die rote Linie gezogen?

Auf Anfrage des Westschweizer Fernsehens RTS liess das zuständige Departement verlauten, dass die Dienststellen für Unterrichtswesen und für Berufsbildung geprüft hätten, welche gesponserten Lehrmittel im Wallis verwendet werden. Dabei habe sich gezeigt, dass lediglich das vom Westschweizer Fernsehen RTS erwähnte Lehrbuch teilweise und ergänzend zu einem offiziellen Lehrbuch verwendet wird. Nach Analyse des besagten Lehrbuchs habe das Bildungsdepartement klare Weisungen erteilt. Die Verwendung dieses Lehrbuchs wird dem freien Ermessen der Lehrpersonen überlassen, die inhaltliche Fehler melden müssen.

Schlussfolgerung

Angesichts der obigen Ausführungen muss das Parlament Stellung nehmen und die Regierung auffordern, gesetzgeberisch tätig zu werden, um zu gewährleisten, dass die Schule von jeglichem Marketing – egal ob kommerziell, politisch oder religiös – verschont bleibt.